

LA COMUNICACIÓN POLÍTICA FRENTE A LA CRISIS SANITARIA: EL ENLACE ENTRE EL GOBIERNO ESTATAL Y LA CIUDADANÍA EN EL ESTADO DE GUERRERO

Por: Dra. Aurora Reyes Galván, M.C. Miguel Ángel Pastor Molina, M.C. Denia May Sánchez Rivera.

Introducción

Hoy el Coronavirus o COVID-19 es el tema de mayor impacto en los medios de comunicación, las plataformas digitales y cuentas oficiales de dirigentes o funcionarios públicos, su impacto y rápida propagación a nivel internacional obligó a la Organización Mundial de la Salud (OMS) y oficinas derivadas de esta en cada país, además de las Secretarías de Salud de los diferentes niveles de gobierno de cada entidad, a poner especial atención en el monitoreo de posibles cuadros de contagio.

Resulta evidente la magnitud de la crisis que ha ocasionado el COVID-19 en México, ha puesto a prueba a una infinidad de países en el mundo: crisis económica, educativa, sanitaria, ha paralizado toda actividad cultural, religiosa, política, deportiva y provocado el cierre de aeropuertos nacionales e internacionales.

Frente a esta emergencia sanitaria, los medios de comunicación juegan un papel fundamental para su labor de informar, pues son el vínculo entre la sociedad civil y las autoridades gubernamentales. Aquí radica la importancia de la comunicación política; en qué momento de la emergencia sanitaria internacional –el COVID-19– se volvió parte de la agenda mediática de dichos medios en México; cómo se informó sobre el Covid-19 en Guerrero, ¿se mantuvo informada a la población? ¿Cómo reaccionó el gobierno a la gente? ¿Qué medidas preventivas se aplicaron? ¿La información con relación al Covid-19 que emitieron los gobernantes, las autoridades sanitarias y los medios de comunicación fue oportuna y constante?

La presente investigación tiene el interés de descubrir de qué manera el sector gubernamental y el poder político afrontaron la crisis sanitaria COVID-19 a partir del análisis del modelo de comunicación política utilizado, lo cual permitirá aportar estrategias que mejoren el flujo de la información y generen mayor certidumbre a la población.

La presente investigación es parte del proyecto de monitoreo de medios, financiado por el Instituto Electoral de Participación Ciudadana de Guerrero

Aunado a ello, y con el fin de abordar los tres elementos principales de la comunicación (emisor, mensaje y receptor), se analizará la opinión pública con el objetivo de establecer cómo se construye en un ambiente de crisis, buscando la respuesta a las interrogantes: ¿Hasta qué grado confía la sociedad civil en los medios? ¿Cuál es su opinión con relación a la reacción de las autoridades y dirigentes? ¿De qué manera se mantuvieron informados durante el aislamiento social?

1. Situación política del estado de Guerrero

De acuerdo con la información proporcionada en el portal del Instituto Nacional Electoral (INE),¹ en el proceso electoral local de Guerrero 2020-2021, se eligieron: 1 Gobernatura; 28 Diputaciones de mayoría relativa; 18 Diputaciones de representación proporcional; 80 Presidencias Municipales y Alcaldías; 85 Sindicaturas y 580 Regidurías.

Actualmente, la configuración política de la entidad se encuentra distribuida de la siguiente manera:

En el gobierno del estado, fue elegida gobernadora la Lic. Evelyn Salgado Pineda, del Partido del Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA), con una participación del 53.2 % alcanzando una votación hasta el último conteo de acuerdo con el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana² de 253,143 votos que representa el 46.3 % contra el segundo lugar Mario Moreno Arcos del Partido Revolucionario Institucional con una votación de 204,645 votos que representan el 37.4 %. En un contexto de una jornada visibilizada a nivel nacional por el escándalo y crisis al interior del partido Morena y una entidad convulsionada por demandas y señalamientos hacia el candidato Félix Salgado Macedonio, en el proceso de su campaña, donde finalmente el Tribunal Electoral sentencia quitar la candidatura, después de ello se designa a Evelin Salgado Pineda, hija del excandidato para ocupar su lugar como candidata, y siendo votada para ocupar el puesto de Gobernadora electa.

» -2»

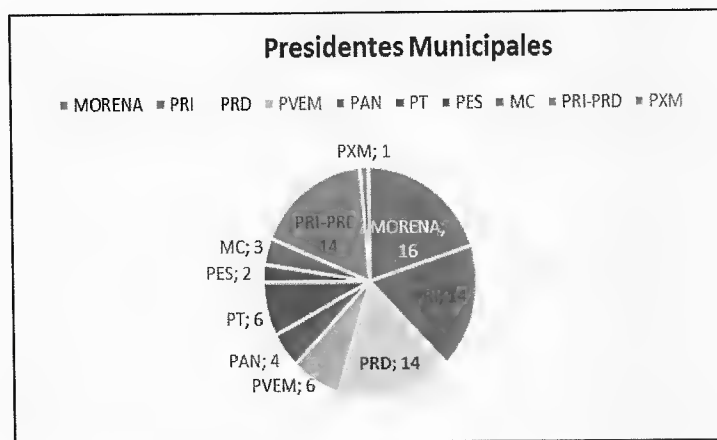
¹ Instituto Nacional Electoral, Actores Políticos y Administración de Tiempos del Estado, INE, 2020. <https://www.ine.mx/actores-politicos/>

² Instituto Electoral de Participación Ciudadana, 2021.

La presente investigación es parte del proyecto de monitoreo de medios, financiado por el Instituto Electoral de Participación Ciudadana de Guerrero

Con respecto a la distribución de los espacios para presidencias municipales, la distribución de acuerdo con los datos emitidos hasta el momento por el IEPC-Gro (junio, 2021)³ se distribuyeron de la siguiente manera: 16 alcaldías son para el Partido Morena, 14 para el Partido Revolucionario Institucional (PRI), 14 para el Partido de la Revolución Democrática (PRD) y 14 más en alianza PRI-PRD, partidos con el mayor número de espacios obtenidos en la entidad.

Gráfica 1.



Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la distribución por género, el número de municipios gobernados por mujeres y hombres durante el periodo 2021-2024, 23 municipios serán gobernados por alcaldesas que representan el 29.75 %, mientras que en 57 municipios serán liderados por hombres que representan el 71.25 % del total.

³ *Id.*

La presente investigación es parte del proyecto de monitoreo de medios, financiado por el Instituto Electoral de Participación Ciudadana de Guerrero

Gráfica 2



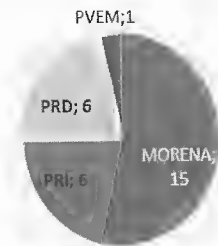
Fuente: elaboración propia.

Sobre la distribución de los espacios en el congreso del Estado y la distribución de las 28 Diputaciones de mayoría relativa, 15 de ellos serán ocupados por el Partido Morena, es decir el 53.57 %, seis espacios para el Partido Revolucionario Institucional y para el Partido de la Revolución Democrática, por lo que cada uno representa el 21.42 %, un espacio para el Partido Verde Ecologista de México.

Gráfica 3

Diputados por partido

■ MORENA ■ PRI ■ PRD ■ PVEM

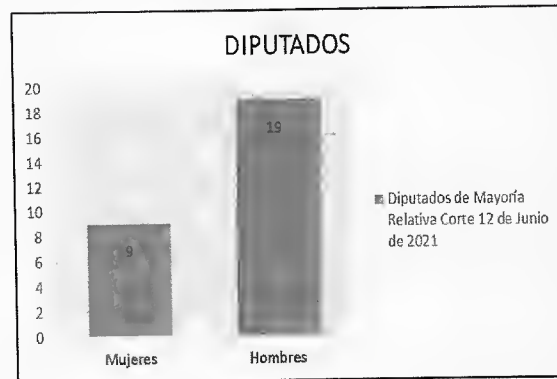


Elaboración: propia

De las 28 diputaciones de mayoría relativa, 19 son representadas por hombres con un 67.85 %, mientras que nueve espacios serán ocupados por mujeres, representando el 32.14 %.

Ç

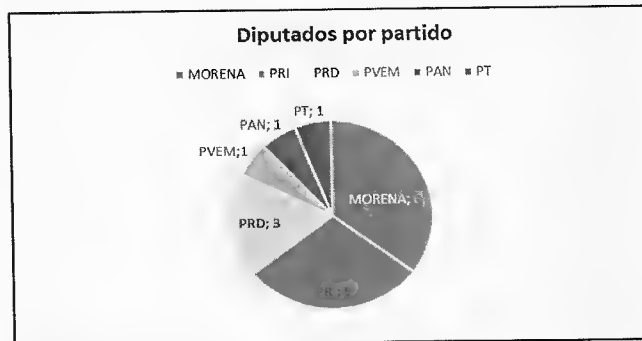
Gráfica 4



Elaboración: propia

Con respecto a las diputaciones por representación proporcional la distribución fue de la siguiente manera, seis espacios para MORENA, cinco para el PRI, tres para el PRD y un espacio para PVEM, PAN y PT respectivamente.

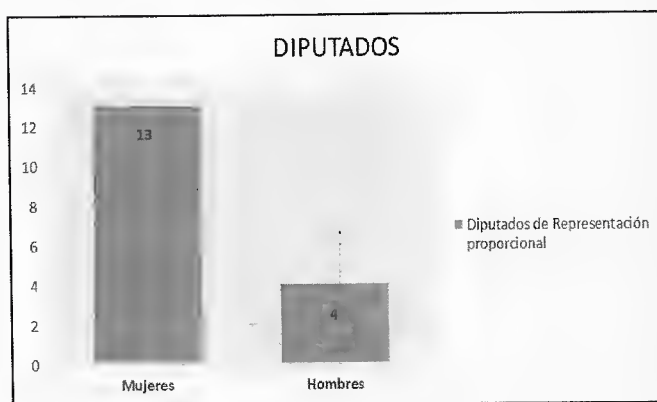
Gráfica 5



Elaboración: propia.

De los cuales, trece espacios son ocupados por mujeres y cuatro por hombres.

Gráfica 6



Elaboración: propia

La llegada del partido Morena a la gubernatura y las diferentes presidencias municipales marca una reconfiguración política y el cambio de poder del régimen priista a la ideología de izquierda en la entidad.

2. Aproximaciones a la comunicación política

La comunicación política es un área interdisciplinaria, por un lado, se encuentran los medios y, por el otro, la esfera de actuación política.

De acuerdo con Mazoleni,⁴ la comunicación política comienza al instante en que la filosofía griega empieza a reflexionar sobre el poder, la autoridad y la democracia. Uno de los puntos clave fue el poder de la retórica:

“Cuando se trata de esos argumentos a los que tú, Sócrates, aludías (la decisión de Pericles de construir un muro en Atenas), es el orador quien aconseja; aquel que sabe hablar y que, a causa de esa habilidad, tiene en sus manos la cosa política; en suma, el rétor. Y es el rector quien impone su opinión sobre tales temas”.⁵

La comunicación política tuvo lugar una vez que existieron las condiciones de democratización y el surgimiento de partidos y voces divergentes en busca del poder. Un rasgo fundamental de la comunicación política, de acuerdo con Arendt y Habermas, “es su vínculo con el contexto y las reglas de la democracia: el intercambio de recursos simbólicos

⁴ Gianpietro Mazzoleni, *La comunicación política*, México: Alianza Editorial, 2014.

⁵ *Id.*

La presente investigación es parte del proyecto de monitoreo de medios, financiado por el Instituto Electoral de Participación Ciudadana de Guerrero

para la conquista del poder y la dialéctica entre las partes solo son posibles en un contexto de libertad y de ausencia de coerción”.⁶

De esta manera, con la necesidad del sistema político por influir en la estructura social, habremos de concebir al poder de acuerdo con Castell⁷ como “la capacidad relacional que le permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezcan la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene el poder”. El concepto de actor es entendido por Castell como los distintos sujetos de la acción: actores individuales, actores colectivos, organizaciones, instituciones y redes. La capacidad relacional significa que el poder no es un atributo sino una relación.

Desde esta óptica, el poder visto como la capacidad de incidir, agrupar, mover, relacionar las estructuras sociales, es lo que permite al sistema político cohesionar y movilizar dichas estructuras, una vez que dentro de estas se da la confrontación, el conflicto y la negociación. “Las sociedades no son comunidades que comparten valores e intereses. Son estructuras sociales contradictorias surgidas de conflictos y negociaciones entre diversos actores sociales, a menudo opuestos”.⁸

Desde esta perspectiva, el espacio público, entonces, es aquel donde confluyen las ideas, a través del consumo de medios, ideologías y posturas donde se conforma la opinión pública.

De acuerdo con el concepto ideal de Habermas, según el cual el ciudadano, gracias al acceso a una pluralidad de fuentes informativas y a la exposición a opiniones diferentes sobre cuestiones públicas, puede formarse ideas y conceptos sobre los *issues* más importantes, hecho que le dota de un bagaje con el que participar en la vida política.⁹

En la búsqueda de influir en el electorado desde la mediatización de la política se observa a los actores políticos en una constante competencia por visibilizarse y entrar al juego del lenguaje mediático, de hacer agenda en los medios, e instalarse en la opinión pública.

En este contexto, Mazzoleni propone analizar la comunicación política a través de dos modelos:

⁶ *Ibid.*, p. 23.

⁷ Manuel Castells, *Comunicación y poder*, México: Siglo XXI Editores, 2021, p. 33.

⁸ *Ibid.*, p. 38.

⁹ Jürgen Habermas, “Publicidad burguesa: idea e ideología”, *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*, México: Gustavo Gili, 1997, pp. 124-170.

La presente investigación es parte del proyecto de monitoreo de medios, financiado por el Instituto Electoral de Participación Ciudadana de Guerrero

- 1) El modelo propagandístico dialógico; en este modelo coexisten tres elementos: las instituciones políticas, gobierno, partidos, líderes o candidatos en las elecciones, los ciudadanos y éstos con las instituciones políticas de la comunicación surge un espacio compartido. “Los tres espacios comunicativos sustituyen una red de intercambios de índole política, es decir son comunicación política”.¹⁰ Se le denomina propagandístico-dialógico porque se sitúan en un proceso más amplio de interacciones discursivas entre todos los componentes. En este modelo los medios son accidentales puesto que son un medio, el cual podrá ser reemplazado por la personalización de la comunicación a través de la tecnología.
- 2) El modelo mediático: “La comunicación política es el producto de la interacción y de la competición entre distintos actores en el espacio público mediatizado. La mediatización de la política, no es sólo el recurso masivo a los medios, sino un proceso que modifica las formas y la sustancia de la comunicación entre los tres actores: la comunicación entre candidato y elector, el debate intra partido e inter partidos, los rituales, los símbolos y los lenguajes políticos, la narración periodística, la agenda de los issues políticos y la elaboración y la propaganda de la oferta política¹¹. Como podemos observar en este modelo de comunicación los medios no están al mismo nivel que las instituciones políticas y ciudadanía, éstos se ubican en el espacio público e influyen en su construcción, debido a que no todos los ciudadanos y actores políticos tienen el mismo acceso a estar o tener al alcance los recursos mediáticos. Es decir, los medios proporcionan los canales o actúan como tal entre sujetos políticos y ciudadanía por lo que obligan a entrar en su lógica.

Comprendiendo el papel que juegan el sistema político, el sistema de los medios y el ciudadano-elector podemos entender a la comunicación política como el intercambio y la confrontación de los contenidos de interés público-político que se produce entre estos actores, toca entonces comprender cómo se dan estas relaciones de poder en el espacio público. De ahí surge la importancia de analizar a uno de los actores que participan en el proceso de intercambio de información que trastocan la opinión pública, la interacción y confrontación del escenario político y el intercambio de mensajes en el sistema de medios.

¹⁰ *Ibid.*, p. 26.

¹¹ *Ibid.*, p. 30.

La comunicación y la política como actividades indisolubles una vez que la primera se realiza como parte de la práctica política. “La comunicación impregna la actividad política hasta el punto de que casi todos los comportamientos políticos implican el recurso de alguna forma de comunicación”.¹²

De acuerdo con Mazzoleni, la comunicación política se constituye por tres dimensiones pragmática, simbólica y estructural, definidas de la siguiente manera:

En la dimensión pragmática la comunicación política «se utiliza para interactuar [entre emisor y receptor] conforme a modalidades variables, entre otras: persuadir, convencer, seducir, informar, mandar, negociar y dominar». En la dimensión simbólica, «pasa por ritos [...] y manifestaciones típicas, tales como los ritos de consenso y de conflicto». En la dimensión estructural, la comunicación política es aquella que transita por canales institucionales (Parlamento y administraciones públicas), canales de organizaciones (partidos) y canales mediáticos (medios audiovisuales) e interpersonales.¹³

Donde el sistema mediático da cuenta de los rituales realizados entre los actores políticos y la ciudadanía unas veces desde su relación con el sistema político otras tantas desde sus recursos técnicos, lenguajes y políticas establecidas, a través de la presentación espectacular de la información.

La manera en que los medios presentan o ignoran hechos, temas, discusiones o preocupaciones, influye en los humores públicos, en la agenda de los actores políticos, en la jerarquía con la que se enlistan los asuntos que son de actualidad en cada momento.

De ahí que “no hay acontecimiento político trascendente al margen de los medios de comunicación y no existe ningún hecho político significativo que no sea moldeado o influido por los que éstos presentan”.

Existe una disputa sobre el papel de los medios de comunicación y la capacidad del ciudadano para tener acceso a la información, sin embargo, se reconoce que con los medios electrónicos se logra una mayor difusión de la información, lo que rompe con el elitismo. Para Meyrowtiz, gracias a la difusión de los medios electrónicos (la televisión y ahora la Internet) tenemos una cultura pública más democrática y accesible, los límites tradicionales entre esfera pública y esfera privada se han volatizado. Bajo este contexto, la presente investigación pretende

¹² Mazzoleni, *op. cit.*

¹³ *Id.*

La presente investigación es parte del proyecto de monitoreo de medios, financiado por el Instituto Electoral de Participación Ciudadana de Guerrero

reconocer los discursos emitidos por los medios de comunicación en el estado de Guerrero a fin de reconocer cómo se generan las disputas, las negociaciones y los conflictos a través de lo difundido por el sistema mediático y la pandemia COVID-19.

3. Comunicación de crisis

3.1. *Hacia una aproximación teórica de la Comunicación de Riesgo*

En el marco del contexto actual y de las necesidades emergentes en el mundo global, la comunicación ha manifestado su complejidad e importancia para vincular instituciones, gobierno y ciudadanía. Así, la participación de la comunicación en la vida social se intensifica y, por tanto, no es posible desasociarla del entorno y de los riesgos globales.

De lo anterior, se puede destacar el espacio que ha ganado la comunicación y la necesidad de mejorar su profesionalización, sobre todo en lo referente a la sociedad del riesgo que “se ha convertido en un contexto dominante reconocido por las ciencias sociales”.¹⁴ De esta manera, la amenaza del riesgo se considera un tema privilegiado para las rutinas productivas de los medios y es la comunicación la que ayuda a visibilizar o no el riesgo, además de fungir como elemento clave a la hora de “entender los procesos de circulación de los discursos de las diferentes comunidades de riesgo”.¹⁵

A partir de los recientes acontecimientos en materia de salud, se ha buscado generar una reflexión en torno al papel mediático y estratégico para comunicar eficientemente desde una perspectiva compleja e integradora en la cual la participación de los diferentes actores involucrados no se vea sesgada. En este sentido, primeramente, es importante destacar la relevancia del papel que juega la comunicación gubernamental, la cual es “clave en la construcción de una determinada cultura política, y además permite obtener capacidad institucional y condiciones de gobernabilidad que doten de consenso a las gestiones”.¹⁶ Sin embargo, no es fácil legitimar las acciones de gobierno ni generar consenso, los cuales son

¹⁴ Juan-Luis Gonzalo Iglesia y Jordi Farré Coma, *Teoría de la Comunicación de riesgo*, Barcelona: UOC, 2011, p. 67.

¹⁵ *Ibid.*, p. 68.

¹⁶ M. Riorda, “La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental”, *Politai* 2, 3 (2011): 96-111. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/13956>

La presente investigación es parte del proyecto de monitoreo de medios, financiado por el Instituto Electoral de Participación Ciudadana de Guerrero

algunos de los principales objetivos de la comunicación gubernamental. Así que, si ésta no actúa bien, “no hay consenso y si no hay consenso, no hay buena gestión”.¹⁷ De esta manera, su importancia radica también en su participación en el buen funcionamiento de las democracias.

Entonces, para pensar en el éxito de los sistemas políticos, es también necesario evocar a la comunicación de crisis y la comunicación de riesgo, que, si bien ambas se relacionan con el conflicto, estas se encuentran diferenciadas por características particulares necesarias para su teoría y praxis. Mientras que la comunicación de riesgo busca valorizar y prevenir el riesgo, la comunicación de crisis tiene como objetivo eliminar el conflicto, es decir, dar un cierre operativo y político a la crisis.¹⁸ Así que, mientras una planifica, la otra se encarga de ejecutar acciones resolutivas.

De ello que, durante cualquier emergencia o crisis, las personas necesitan saber a qué se enfrentan y qué medidas pueden adoptar para protegerse, es así como, de acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2018), la comunicación de riesgos “consiste en el intercambio, en tiempo real, de información, consejos y opiniones entre los expertos, los líderes comunitarios, los funcionarios públicos y las personas en situación de riesgo”.¹⁹ En el caso de las emergencias relacionadas a la salud pública, la efectividad de la comunicación de riesgos no solo se limita a salvar vidas o evitar la propagación de la enfermedad, “sino también permite a los países y las comunidades, el preservar su estabilidad social, económica y política de cara a emergencias²⁰”. Esto se consigue a través de diversas técnicas y estrategias de comunicación que se respaldan por la confianza, credibilidad y honestidad entre los actores involucrados: expertos, autoridades y afectados. Por ello, se requiere de una planificación estratégica en las distintas etapas de desarrollo (inicio, control y recuperación)

¹⁷ Mario Riorda, "Gobierno bien, pero comunico mal": análisis de las Rutinas de la Comunicación Gubernamental", *Revista del CLAD Reforma y Democracia* 40, 27 (2008). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357533671002>

¹⁸ *Id.*

¹⁹ Organización Mundial de la Salud (OMS), *op. cit.*

²⁰ Pan American Health Organization [PAHO]. (s.f.). La comunicación de riesgos: preguntas frecuentes. ¿Qué es la comunicación de riesgo? https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=11400:la-comunicacion-de-riesgo-preguntas-frecuentes&Itemid=41610&lang=en#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20de%20riesgo%2C%20se,su%20bienestar%20econ%C3%B3mico%20o%20social

La presente investigación es parte del proyecto de monitoreo de medios, financiado por el Instituto Electoral de Participación Ciudadana de Guerrero

que además corresponda con el análisis del riesgo en donde se identifiquen las posibles amenazas y vulnerabilidades.

De esta manera, de acuerdo con Brennan y Gutiérrez,²¹ la comunicación de riesgos se considera un proceso que implica la toma de decisiones en las que se consideran “los factores políticos, sociales y económicos; que analiza el riesgo como un peligro potencial a fin de formular, estudiar y comparar opciones de control con miras a seleccionar la mejor respuesta para la seguridad de la población ante un peligro probable” (p.7-8). Desde esta aproximación, se toma en cuenta su acepción como un proceso que aspira a una respuesta y que genera un diálogo entre los afectados, interesados, autoridades y especialistas, teniendo cada uno de ellos, el mismo nivel de relevancia, puesto que su participación y funcionamiento trabajan para un mismo fin.

Las autoras también ponen en manifiesto en su guía, algunas prácticas propuestas por la OMS que son necesarias para la comunicación de riesgos. Algunas de ellas se retoman a continuación: 1) Actuar de manera proactiva e iniciar de manera inmediata con la comunicación hacia los diferentes públicos de lo que se sabe o no; 2) Orientar a la población afectada; 3) Difundir de manera oportuna y transparente a fin de conservar la confianza de los públicos; 4) Mantener una coordinación interna entre las diferentes voces informativas para evitar contradicciones que pusieran en riesgo la credibilidad de autoridades, científicos y técnicos; 5) Incluir a la comunidad y a los medios de comunicación, manteniendo siempre una actitud cordial, empática y respetuosa.²²

En ese mismo sentido, Gutiérrez destaca algunos aspectos importantes en la comunicación de riesgos: Lo primero tiene que ver con el papel que tienen los voceros, puesto que ellos “son la fuente principal, autorizada y oficial de información oportuna, clara y transparente sobre la naturaleza del riesgo, las acciones que se realizan para su control o mitigación y las tareas de la población para integrarse activamente en la respuesta”,²³ por lo que la vocería se convierte en una función delicada que si no se ejerce de manera adecuada, pudiera generar controversias y someterse a cuestionamientos no productivos en las acciones definidas. Es bien sabido, que los voceros requieren de una gran preparación con la

²¹ B. Brennan y V. Gutiérrez, *Guía para elaborar la estrategia de comunicación de riesgos*, Washington, D. C.: OPS/OMS, 2011, p. 7-8.

²² *Id.*

²³ *Ibid.*, p. 99.

La presente investigación es parte del proyecto de monitoreo de medios, financiado por el Instituto Electoral de Participación Ciudadana de Guerrero

información, además de habilidades comunicativas verbales y no verbales, puesto que mucho del éxito de la credibilidad en sus mensajes se le atribuye a esto último.

Otro aspecto relevante se trata de la selección oportuna de los canales de comunicación, puesto que deben ser los adecuados para llegar a la población meta. Así también, otro punto importante se relaciona con la formulación de dichos mensajes, puesto que su elaboración no solo debe tratarse de una rutina de difusión de lo que las autoridades quieran “(aunque sus contenidos sean correctos, la fuente sea confiable y los canales sean los idóneos); sino que estos vayan acompañados de mecanismos de “vigilancia” que permitan conocer su grado de comprensión y la fuerza que tienen para la toma de decisiones y cambios de comportamiento”,²⁴ lo que implica que sean elaborados de manera planificada, es decir, previo a las emergencias.

Se tiene claro entonces que, por un lado, estarían trabajando los expertos y científicos en el cálculo del riesgo y a su vez, los gestores políticos en el intento de su control. Sin embargo, es importante recalcar en el rol de los medios de comunicación quienes fungen como “amplificadores sociales del riesgo que afecta, en términos de magnificación o atenuación, la percepción social del riesgo que puede tener la población, la opinión pública, la audiencia, los ámbitos de la recepción”,²⁵ lo cual se convierte en una parte fundamental, puesto que vincula a la investigación de los efectos y por ello, es preciso considerar su complejidad puesto que, como presenta Charaudeau (2003), “éstos no representan únicamente la intención del productor de la información, ni tampoco la del receptor”.²⁶ Con base en ello es que debemos analizar teórica y empíricamente la opinión pública que nos permita conocer el comportamiento de la población frente a una contingencia sanitaria como es el COVID-19.

²⁴ *Ibid.*, p. 101.

²⁵ Farré Coma, Jordi, “Comunicación de riesgo y espirales del miedo”, *Nueva época* 3 (s.f.): 105.

²⁶ Patrick Charaudeau, *El discurso de la información. La construcción del espejo social*, Barcelona: Gedisa, 2003, p. 29.

La presente investigación es parte del proyecto de monitoreo de medios, financiado por el Instituto Electoral de Participación Ciudadana de Guerrero

4. Opinión pública

Se debe enfatizar que la opinión pública surge a partir de la combinación de los términos opinión y público que, de acuerdo con Morales y Gómez,²⁷ dichos conceptos forman una expresión única, utilizada para referirse a juicios colectivos fuera de la esfera del gobierno que afecten a la toma de decisiones políticas, apareció siguiendo varias tendencias políticas, económicas y sociales europeas.

Aunado a esto, algunos autores proponen que para el estudio de la opinión pública se necesita diferenciar la opinión individual de la opinión pública, aun cuando se encuentren de manera paralela en un mismo espacio. Para esto se debe analizar primero lo público refiriéndose a un grupo de personas y después opinión. Roucek²⁸ define al público como “un grupo de personas que comparten intereses semejantes, pero no necesariamente opiniones similares”, y al igual que las multitudes, las personas que conforman dichos grupos sociales están sujetas a estímulos emocionales que han desarrollado a partir de sus experiencias individuales y sociales.

Con base en esto, Allport²⁹ habla sobre la ficción de personificar al público, es decir, no es conveniente observar al público como totalidad, ya que está compuesto por individuos complejos y diferentes entre sí. Referirse: el pueblo dice, el pueblo quiere, verdaderamente este “pueblo” “(que no existe como realidad objetiva y observable sino sólo como metáfora) se le puede atribuir cualquier opinión sin posibilidad alguna de verificación”.

Allport³⁰ propone dos vertientes de público: La primera “se trata de una población definida por la jurisdicción geográfica, política, comunitaria” y la segunda “es únicamente una colección de personas dentro de un área que comparten un interés determinado”.

En la primera se habla de todos los integrantes que se encuentran dentro de los límites que se establecen en un área específica sin tomar en cuenta edad, sexo, educación, estrato social, creencias, cultura, es una definición “universalmente incluyente”; la segunda definición, “su significado apunta no a la totalidad de cada individuo sino a la abstracción de

²⁷ *Id.*

²⁸ *Ibid.*, p. 156.

²⁹ *Ibid.*, p. 142.

³⁰ *Id.*

un interés o conjunto específico de intereses comunes a una parte de la población. Aquellos que comparten dicho interés son llamados “el público”.³¹

Noelle-Neumann,³² parte de la idea que afirma Habermas: el uso de “público” y de “lo público” muestra una multiplicidad de sentidos distintos”.³³ A lo cual, le asigna tres significados, el primero define a público como un lugar público, un espacio que tiene apertura para todo público; en el segundo significado se derivan los conceptos de derechos públicos y poder público, en ambos casos se relacionan directamente con el estado, es decir, son asuntos o problemas que incumbe a todos. Y el tercer significado lo definen como psicociológico: “el individuo no vive solo en ese espacio interior en el que piensa y siente. Su vida también está envuelta hacia afuera, no solo hacia las otras personas, sino también hacia la colectividad como un todo”.³⁴

Para profundizar más en el tema se deben retomar los conceptos “multitudes” y “masas” que aparentemente son similares, pero, desde la perspectiva de las ciencias sociales tienen características diferentes. LeBon, citado en Price³⁵ observó a la multitud como uno de los principales mecanismos con el que las clases populares presionaban para conseguir sus demandas, utilizando la intensificación de la destrucción y la violencia. Cuyas causas de estas conductas colectivas son las siguientes: la primera es el anonimato, el cual consiste en sentirse parte de una multitud, pero al mismo tiempo ocultar su identidad detrás de dicha multitud. La segunda causa son las emociones y las acciones, según LeBon en Price,³⁶ estas se extienden rápidamente por imitación espontánea y contagio, y en la tercera causa, el mismo autor postula que la personalidad consciente se desvanece bajo la influencia de una multitud, y el individuo queda sujeto a la persuasión y sugestión inconsciente.

Es decir, los individuos que conforman una multitud tienden a hacerlo a partir de comprensiones básicas de la realidad e influenciados por una idea que predomina e impulsa una acción colectiva, ligado a esto, Park citado en Price³⁷ mencionó que la multitud está marcada por la unidad de experiencia emocional.

³¹ *Id.*

³² Elisabeth Noelle, *La espiral del silencio, Opinión pública: nuestra piel social*, Barcelona-Buenos Aires-México: Ediciones Paidós, 1995.

³³ *Ibid.*, p. 13.

³⁴ *Ibid.*, p. 87.

³⁵ *Ibid.*, p. 42.

³⁶ *Ibid.*, p. 43.

³⁷ *Ibid.*, p. 44.

Por otro lado, de acuerdo con Blumer citado en Price,³⁸ se establece que el término público se utilice para referirse a un grupo de personas que:

1. Están enfrentados por un asunto
2. Se encuentran divididos en su idea de cómo enfocar el asunto
3. Abordan la discusión del asunto

Dichos elementos surgen a partir de un tema que les genera desacuerdo y discusión, lo cual los obliga a agruparse para abordar, externar opiniones y proponer soluciones al asunto que les aqueja: “El público es una especie de grupo amorfo, cuyo tamaño y número de miembros varían según el asunto; en vez de tener una actividad prescrita, se empeña en un esfuerzo para llegar a una acción, y en consecuencia se ve forzado a crear su acción”.³⁹

Por otro lado, masa, de acuerdo con Blumer citado en Price,⁴⁰ establece que “se compone de individuos anónimos y se distingue por tener una interacción y comunicación entre sus miembros realmente muy pequeña”. Esto provoca una “asociación” universal extremadamente heterogénea entre las personas participantes debido a los diferentes estratos de la sociedad y profesiones a los que pertenecen.

Con base en esto, y, a diferencia de la multitud cuya principal característica de unión es la emoción compartida, y del público es el desacuerdo o la discusión, la razón de ser de la masa es un foco de interés común o atención entre los individuos. Realmente la masa, es un grupo de personas diferentes entre sí, independientes y anónimos, que sus acciones giran en torno a sus propias necesidades.

Para Roucek,⁴¹ los públicos tienden a ser más duraderos que las multitudes, razón por la cual existe “público del baseball, público de música popular, público para los problemas agrícolas, etcétera”.

Bajo este sentido, Allport⁴² propone las siguientes características de la opinión pública, retomando diferentes puntos con base en otros estudiosos de la disciplina:

- A. Son comportamientos de los individuos humanos.
- B. Implican verbalización.

³⁸ *Id.*

³⁹ *Ibid.*, p. 45.

⁴⁰ *Ibid.*, p. 46.

⁴¹ *Ibid.*, p. 156.

⁴² *Ibid.*, p. 145.

- C. Son realizados (o las palabras son expresadas) por muchos individuos.
- D. Están dirigidos hacia un tema o situación universalmente conocidos.
- E. Este tema o situación es de importancia general.
- F. Representan una acción o tendencia a la acción en términos de aprobación o desaprobación del tema en cuestión.
- G. Con frecuencia se realizan a sabiendas de que los demás han reaccionado a la misma situación de una forma semejante.
- H. Las actitudes u opiniones son expresadas o, al menos, podrían ser expresadas en la situación apropiada.
- I. Los individuos que realizan o podrían realizar estos actos pueden o no hacerlo en presencia de otros (la situación de la opinión pública en relación con la multitud).
- J. Sus contenidos verbales pueden ser tanto permanentes como transitorios, constituyendo respectivamente “material genético de base” o “postura actual ante el asunto en cuestión”.
- K. Consisten en esfuerzos presentes de oponerse a algo o conseguir algo más que en patrones prolongados de conducta (la opinión pública en contraste con la ley y la costumbre).
- L. Puesto que versan sobre temas comunes frecuentemente implican conflictos entre individuos alineados en bandos opuestos.
- M. Son lo bastante intensos y numerosos como para que exista una probabilidad de que logren alcanzar su objetivo.

Desde esta perspectiva, la opinión pública engloba una serie de razonamientos lógicos y empíricos que desencadenan acciones colectivas en busca de un beneficio común o particular: el comportamiento de los individuos, el diálogo, el tema en común, el contexto, las actitudes, las opiniones y las acciones liberadas colectivamente son los eslabones que propician el surgimiento de la opinión pública.

5. Metodología

5.1. Pregunta de investigación

¿Cuáles fueron las estrategias de comunicación política utilizadas entre el gobierno estatal y la ciudadanía a partir de la contingencia sanitaria COVID-19? La cual tratamos de responder con base en los siguientes objetivos:

5.2. *Objetivos*

1. Dar a conocer de qué manera el sector gubernamental enfrentó la crisis sanitaria COVID-19 a través de la comunicación política.
2. Entender qué papel jugaron los medios de comunicación social durante la crisis sanitaria del COVID-19.
3. Explicar cómo se construye la opinión pública, partiendo del mensaje oficial de las oficinas de prensa gubernamental y de los actores políticos.

5.3. *Premisas*

1. El COVID-19 se utilizó como forma de comunicación política entre el gobierno estatal y la ciudadanía en el estado de Guerrero para posicionarse frente a las próximas elecciones.
2. El cúmulo de datos generados y la falta de protocolos de manejo de información generó desinformación, falta de credibilidad y hartazgo social.
3. La opinión pública está permeada por las condiciones ideológicas, económicas, políticas, culturales y sociales.

5.4. Enfoque de investigación

El enfoque de la investigación aplicada fue de tipo cualitativa, con el objetivo de profundizar en las opiniones de la muestra de estudio, mediante la técnica de grupos de discusión.

5.7. El muestreo

La población

Para cumplir con los objetivos y las premisas establecidas con relación al planteamiento del problema del estudio, el principal interés para nosotros es conocer las estrategias de comunicación establecidas entre el gobierno del estado y la ciudadanía, por esto, para la presente investigación, las y los habitantes de Chilpancingo Guerrero son nuestro centro de atención bajo el común denominador: los efectos del COVID-19.

5.8 Procedimiento

Para realizar el estudio de campo se utilizaron grupos de discusión, realizado a partir de una guía de preguntas base que se formularon tomando en cuenta los tópicos de mayor relevancia en el marco teórico.

Con base en los diferentes estudios que se indagaron en la presente investigación, se decidió a partir de las siguientes categorías:

Tabla 3.

Dimensión	Escala	Variables
Individual	Referentes sociales	Cultural Social Opinión
colectivo	Gobierno	Evaluación Programas
Público	Medios de comunicación	<i>Fake news</i> Evaluación Frecuencia

Fuente:Elaboración propia.

El aspecto individual se refiere a las experiencias e interpretación de cada participante, cuyo objetivo es conocer los referentes sociales que imperan en su forma de

La presente investigación es parte del proyecto de monitoreo de medios, financiado por el Instituto Electoral de Participación Ciudadana de Guerrero

interpretar la situación que vivieron durante la contingencia sanitaria, para esto, se enfatiza en el aspecto cultural y social de la muestra seleccionada.

El rubro colectivo lo definimos como la relación que existe entre el pueblo y el gobierno, tomando en referencia las acciones que emprendió el gobierno para hacer frente a la pandemia, la intención es evaluar la labor de las autoridades correspondientes a partir de la opinión del pueblo.

Y la última categoría se refiere a lo público, ese espacio de debate, de dominio público, el terreno donde los temas de mayor trascendencia impuestos por los medios de comunicación o por el gobierno son debatidos por las esferas públicas de la sociedad.

6. RESULTADOS

6.1. Grupos de discusión con comunicación social

A. Informar en pandemia

Con base en el trabajo de campo realizado encontramos los siguientes hallazgos, con respecto al papel de las áreas de comunicación social para informar sobre la pandemia, se observó la falta de protocolos de salud para informar sobre la pandemia covid-19, donde el actuar del gobierno fue reactivo y no proactivo una vez que se avizoraba la pandemia.

Estábamos en Acapulco cuando la Secretaría de salud del Estado de Guerrero confirmó el primer caso y se convocó a una conferencia de prensa y como ya las recomendaciones eran que no debíamos de estar encerrados, que debíamos de estar en espacios abiertos, se hizo una conferencia tipo banquetera al aire libre guardando un poquito del tema de la sana distancia, no había todavía el uso de cubrebocas y fue donde se anunció acerca del primer caso y donde el Gobernador Héctor Astudillo y el Secretario Carlos de la Peña Informaron que iba a haber protocolos a seguir, pero que se tenían que establecer todavía porque en aquel entonces había muchísimo desconocimiento del tema, de los protocolos, del cuidado, de la prevención. (Gaby).

En las entrevistas con comunicación social se reconoce que no existen protocolos de actuación frente a situaciones de crisis, al menos no en temas relacionados con la salud, que

emergen en los gobiernos, sino que se aprendió en el camino, “todos aprendimos, tanto el Gobierno Federal nos enseñó a nosotros, como nosotros aprendimos también” (Gaby).

B. Frecuencia de la información

El impacto de la pandemia se volvió la nota diaria durante los dos años más álgidos de la pandemia, marcando agenda en todos los medios de comunicación; “el gobierno del estado a través de comunicación social empieza a informar a la ciudadanía, las transmisiones se hacían creo que una vez a la semana o dos veces a la semana, la necesidad fue tanta que nos vimos en la obligación que se tenía que hacer de manera diaria” (Gaby).

Las actividades del gobierno en turno se volcaron a informar número de muertes, contagios, medidas sanitarias, es decir, el tema COVID, fue el tema central a nivel federal, estatal y municipal; “El tema del COVID, prácticamente nos robó la agenda a todas las dependencias y prácticamente a todo el Gobierno del Estado”. (Carlos Cabrera).

Otra característica de la comunicación de riesgo, de acuerdo con la OMS, es la centralización y coordinación de la información que permita minimizar las contradicciones de información entre autoridades y científicos o comunicadores; “entramos todas las secretarías, todas las áreas que conforman los espacios de comunicación social de todas las instituciones, a unificar un criterio para entrar todos de lleno al tema del COVID” (Carlos Cabrera).

De acuerdo con la información vertida por los miembros del área de comunicación social, la coordinación entre las diferentes áreas fue la clave para afrontar la pandemia y minimizar los riesgos de rumores y poner en riesgo la salud de la población; “cuando iba a ser la transmisión e iba a entrar el gobernador con el secretario de Salud, todas las secretarías teníamos que estar conectadas en ese momento salir todos al mismo tiempo, unificar el mismo criterio para informar a la población” (Carlos Cabrera).

C. Capacitación

Los miembros de comunicación social, mencionaron que sí recibieron capacitación a nivel federal y que toda la información se centralizó a ese nivel; “nos convocaron a una

capacitación vía zoom desde la coordinación nacional de Protección Civil donde todos los enlaces de comunicación del país teníamos que recibir línea de que es lo que teníamos que estar haciendo, como lo teníamos que hacer, y qué tipo de información podríamos manejar precisamente para abonar y apoyar en este caso a la Secretaría de Salud” (Carlos Cabrera).

El bombardeo de la información fue tal que utilizaron todos los medios, canales y formas de comunicar; “en redes sociales, duplicarlas, triplicarlas, decían que probablemente habrá personas que no son muy de redes sociales, pero a través de esta insistencia que teníamos que estar haciendo por medio de Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, poder acaparar la atención de la gente” (Carlos).

El objetivo fue informar a la población, concientizar y re educar en la forma de socializar, aseo personal y vivir en la nueva normalidad; “enfrentar la desinformación que había, el hecho de informar, a toda la población en general no sabía a ciencia cierta todo sobre el tema, sobre todo de medidas: el lavado de manos se escucha algo muy sencillo, pero tuvimos que de alguna otra forma platicábamos, reeducar a la gente” (Vences).

D. ¿Cómo se informó?

Otro dato importante observado fue que, de acuerdo con los protocolos para informar en situación de riesgo, una de las acciones es ser transparentes en la difusión de la información en donde de acuerdo con comunicación social del estado, si se dio a conocer toda la información referente a la pandemia “siempre se fue muy transparente con los datos oficiales, porque como te repito, nuestros datos que manejamos venían de salud federal” (José).

Se observó que el gobierno estatal se apega totalmente a la información, capacitación y disposiciones del gobierno federal, ante un tema poco conocido y de difícil manejo; “directamente el secretario de Salud, Carlos de la Peña, era el que nos marcaba línea y atendiendo las direcciones, de lo que es salud federal en materia del tema COVID” (Laura).

Las redes sociales se convirtieron en el medio de trabajo y de difusión de la información; “a partir de reuniones de Zoom, a través de las mismas redes sociales del WhatsApp, podíamos estar en comunicación con mi equipo de trabajo y podíamos estar avanzando en lo que era la generación del contenido” (Carlos).

Al no existir protocolos para enfrentar la crisis sanitaria, los miembros del área de comunicación social, de forma literal comentaban que experimentaron con la información

generada, con el objetivo de convencer a los diferentes sectores de la población. “Experimentando con los mensajes, que mensajes le das a la gente para que se sienta: una, segura en cuestión de Seguridad Pública y otra también segura en cuestión de COVID y yo creo que ahí todas las dependencias le tuvimos que entrar al tema” (Laura).

La pluriculturalidad del estado de Guerrero hizo necesario generar contenido en diferentes lenguas que permitieran la comunicación entre los diferentes actores y la dispersión de la información; “hicimos spots en varias lenguas, se aplicaba el perifoneo, inclusive en comunidades marginadas de la región de la montaña, donde no se hablaba el español inclusive, si aplicamos esta técnica para personal operativo, en camionetas recorría y aplicaba el perifoneo e iban anunciando las recomendaciones” (Carlos).

Otra característica importante aplicada dentro de los protocolos implementados fueron restringir la libertad de tránsito y aplicar medidas sancionatorias para evitar que los contagios continuarán a la alza, ante la falta de entendimiento de la población, “mádanos por favor a unos tres o cuatro elementos de la policía para que vengan y graben con el tono de autoridad que tiene un policía que hasta las 7 de la noche podían estar en la playa y qué más de las 7 de la noche ya no podían estar, porque era lo que se había reglamentado” (Gaby).

Finalmente, la concentración y el bombardeo de la información fue tal que su difusión ocupó los diferentes canales y medios que se tuvieron al alcance, sin embargo, ello pudo generar la sobresaturación de información en su recepción. “Al momento de transmitir se vincularon más de 100 páginas a las transmisiones de la página del Gobernador en ese entonces Héctor Astudillo, la Secretaría de Protección Civil, la Secretaría de Seguridad Pública, etcétera (Gaby).

E. La recepción, (la crisis)

Se hizo presente el uso de las redes sociales como vía para ser escuchados, por parte de la ciudadanía, y fue el medio desde donde se reportaban las problemáticas de saturación o falta de atención por parte del sector salud, “en las redes la gente las empezó a utilizar, bien porque empezaron a hacer mucha denuncia, y empezaba a hacer mucho eco y en muchos casos si pegaban esas quejas y pues tenemos que atenderlas precisamente para no afectar la imagen de la institución y del gobierno del estado en general” (Carlos).

Se evidencio la falta de responsabilidad social para atender los casos de contagios presentados, “se nos incrementaron los casos de gente que solicitaba el apoyo de paramédicos de Protección Civil para hacer los traslados de enfermos de COVID, porque había otras instituciones que no le quiso entrar mucho al tema y realmente nos echaban todo el paquete a nosotros” (Carlos).

El pico de la crisis se dio con el número de hospitalizados y la falta de cobertura del sector salud, la única salida que se encontraba por parte de las autoridades era expresar control de la situación y generar confianza, “en el momento cuando se hablaba en cuestión mediática, cuando se hablaba de la situación de que había hospitales ya saturados, que ya no había espacio, sin embargo, tenemos que seguir insistiendo y dar toda esa confianza a la gente, porque si como autoridad demostramos que estamos rebasados, o como autoridad damos a entender que no podíamos, yo creo que ahí vamos a generar mayor psicosis en la población” (Carlos).

F. Nivel colectivo

En el grupo de discusión hubo consenso en cuanto a la falta de recursos por parte de la federación para mitigar la pandemia, en donde cada entidad debía solventar la situación con recursos propios, “en algún momento se informó a la población de que si estábamos viviendo una crisis, sí se les dejó ver porque había una exigencia enorme en cuanto a que necesitaban hospitales, necesitaban cubrebocas y entonces le pedían al sector salud, y pues si en algún momento se tuvo que informar que la federación había dicho que no había recursos, para solventar todas las necesidades de la pandemia”. (Carlos)

G. Nivel público

La contingencia, alude comunicación social del estado, se vivió de manera solidaria con los líderes de opinión, quienes fueron sus interlocutores para difundir la información; “los periodistas fueron nuestros principales aliados, así que, abusando de las nuevas tecnologías,

en mi caso iba filtrando tarjetas informativas, fotografías, videos de lo mismo que me mandaba el personal operativo”. (Carlos)

Es posible decir que la información durante la pandemia tuvo como fuente principal la información generada desde las oficinas de gobierno, las cuales giraban en torno al tema COVID-19, “yo creo que los medios también se sintieron tan vulnerables que sabían que no sé si por primera vez, pero yo creo que hubo una sinergia, yo sí coincido, en que fuimos colaboradores, las dos partes, porque nosotros les surtimos prácticamente toda la información y ellos lo tomaban porque también no podían salir de sus casas”. (Laura)

Una de las conclusiones a las que se llegó dentro de quienes formaban parte de comunicación social del estado, fue que los repuntes de casos en determinados municipios se debió principalmente a la lenta reacción de los gobiernos municipales para desarrollar estrategias de comunicación y acciones concretas para controlar los contagios, “yo creo que los ayuntamientos se tardaron mucho en bajar información a los ciudadanos, yo recuerdo que muchos municipios en el caso particular de Acapulco y de Iguala, comenzaron a hacer lo mismo que hacía el gobierno del estado mucho tiempo después” (Laura).

Asimismo, refieren la falta de acciones preventivas y falta de toma de decisiones a tiempo para mitigar la pandemia, “los municipios no le entraron al mismo ritmo, al final creo que muchos municipios se confiaron y prácticamente avientan la bolita al Gobierno del Estado, muchos de sus problemas, es que no realizan acciones preventivas y cuando ya tiene el problema encima, avientan la bolita al Gobierno del Estado y también en el caso del COVID, yo sí vi algunos casos, de algunos municipios que fueron irresponsables” (Carlos).

H. Etapas para la comunicación de crisis

Sobre las etapas que se siguieron por parte de comunicación social del estado para enfrentar la crisis sanitaria se señalan las siguientes:

1. Recabar información, empaparse de toda la situación sobre datos reales, información oficial.
2. Planeación de qué medios utilizar y cuál es la situación, hasta dónde queremos llegar.

3. Ejecución al pie de la letra, de la planeación que se haya realizado.
4. La evaluación de que tanto si, fue eficaz o no la comunicación.

Con la pandemia, de acuerdo con nuestros entrevistados, recobran importancia las áreas de comunicación social, quienes son el enlace entre el gobierno y la ciudadanía, parte estratégica muchas veces relegada y vista simplemente desde lo instrumental y no como una función gerencial en la toma de decisiones. “Yo creo que la comunicación institucional, gubernamental, retomó la fuerza que había perdido, o que nunca había tenido en el aparato gubernamental, porque siempre las personas que se dedican al tema de la comunicación están como aislados” (Gaby).

Reconocieron la importancia de capacitarse constantemente, debido a los cambios tecnológicos, problemas emergentes que surgen y deben estar preparados para saber cómo afrontarlos; “importante capacitaciones constantes para todos los compañeros de comunicación social, porque la comunicación con todos los días cambia y así como nosotros vivimos de frente a la pandemia” (Gaby).

I. Resultados de las elecciones

Finalmente, sobre el punto si la pandemia influyó en las votaciones del 2021 a nivel estatal y municipal, los encargados de comunicación social, aluden que no influyó, debido a que el efecto vino de la figura presidencial en turno, sin importar el buen o mal manejo de la pandemia por parte de los gobiernos: “aquí influyó más otros factores, la imagen del presidente quiero entender, que eso fue lo que arrasó como en otros procesos electorales anteriores”, (Carlos) “yo sí creo que hubo un efecto dominó que vino desde arriba”. (Laura)

2. Resultados de los grupos de discusión con periodistas

a. Fuentes de información

Los periodistas entrevistados en el grupo de discusión coinciden con comunicación social, ambos se apegaron a las fuentes oficiales del gobierno federal, específicamente la secretaría de salud para informar sobre la pandemia, protocolos, contagios, decesos. “Si no lo decía el secretario de salud, entonces estaba como en duda no, y evidentemente a nivel nacional lo

que decía Gatell es lo que también se difundió, esos fueron como las fuentes principales” (Pablo).

La información coincide con lo vertido en el primer grupo de discusión, sobre las alianzas que hubo durante la pandemia en el gobierno y los líderes de opinión para informar durante la pandemia. “Para los eventos oficiales generalmente la dirección general de comunicación social del gobierno del estado abastece de la información, el ayuntamiento, de igual forma para nosotros los reporteros” (Balta).

b. COVID-19 y la agenda mediática

El tema COVID-19 fue durante los dos años más álgidos de la pandemia el tema principal de los medios de comunicación y plataformas digitales, “todo corría alrededor de la pandemia sobre qué hacer, sobre si ya estaban llegando las vacunas o si estaban haciendo vacunas en el mundo, qué es lo que estaba sucediendo también en otros países” (Pablo).

La importancia de centralizar la información y aminorar riesgos por ejercer el periodismo en un contexto de contagios generó, la cesión de las páginas, espacios de información, medios para retransmitir todo lo relacionado con la contingencia sanitaria, “al principio estábamos transmitiendo lo que ellos mandaban, pero después cedimos la página, les dimos apertura para que ellos directamente pudieran cruzar la transmisión que hacían a la página y la cruzaron también a la página de Ok Guerrero” (Pablo).

Los periodistas aluden que la figura del presidente fue la más difundida y representada para abordar el tema de la pandemia, quien continuó marcando agenda desde sus conferencias mañaneras; “algunos compañeros me decían echándome chascarrillo, era como dijo el presidente López Obrador, éramos carroñeros contando el número de muertos, eso a mí me queda de experiencia, de cómo influye el presidente todos los días desde su conferencia mañanera para establecer la agenda” (Gilberto).

c. Informar en tiempos de COVID

Otro punto relevante que la pandemia vino a resaltar aún más en el gremio periodístico, fue la falta de garantías de seguridad social que padecen la mayoría de quienes se dedican a esta labor, en donde los bajos salarios y la falta de apoyo por parte de las empresas periodísticas se hizo sentir aún más en medio de una situación de vulnerabilidad total de salud, debido a que de acuerdo con los periodistas no cuentan con las mínimas condiciones para desarrollar su trabajo, como contar con un seguro de vida, atención médica o con los insumos básicos para no ser contagiados; “vivimos en medio de una precariedad, el trabajo de reportero no es bien remunerado no se cuenta con contratos por parte de las empresas, hay situaciones en donde me piden una credencial de reportero, en alguna marcha para que yo me identifique, solicité a la empresa y la empresa no me la quiere dar, no se quieren comprometer con el reportero, no quieren que se llegue a más” (Bere).

d. Flujos de información y pandemia

Los periodistas aluden que el flujo de información más que censurada fue limitada, es decir poco creíble en comparación con las cifras difundidas en otros países; “yo no diría que hubo censura simplemente la información fue muy limitada, que siempre estuvo desde el propio Gobierno Federal, recordemos cómo ha sido cuestionado el subsecretario López-Gatell por las cifras, que yo hago la comparación de que Estados Unidos hablando de millones de casos y en México apenas del ciento de miles no, considerando la gran distancia que hay entre la calidad de servicio de salud entre un país y otro” (Gilberto).

Otro punto de crítica por parte del gremio periodístico fue que la pandemia fue utilizada por parte del gobierno federal como distractor de temas trascendente que ocurren a nivel nacional, como la inseguridad, la economía, entre otros, “esta información se le halló más que nada un manejo político por parte del gobierno de la República, al grado tal que el presidente llegó a declarar “nos cayó como anillo al dedo”, sí recordemos esas declaraciones que fueron muy replicadas y que ha sido, insisto desde mi punto de vista, un manejo político que le sirvió para distraer otros temas” (Gilberto).

Además, se alude la falta de responsabilidad por parte del gobierno federal al no tomar medidas preventivas a tiempo y evitar la alza de los contagios, preocupados más por la economía del país, que por el impacto de la pandemia en la salud de la población; “se tardó mucho el gobierno en mandar a la gente a sus casas, argumentaban el tema económico, si analizamos las declaraciones de los encargados de dirigir al país, del propio presidente, cuando decía no hay problema, y cuando en China estaban diciendo eviten el contacto físico, hay que confinar en sus casas, él decía: “no hay problema salgan y dense un abrazo” (Gil).

e. Dinámicas de trabajo y pandemia

Los periodistas coinciden en que la pandemia vino a cambiar las formas de trabajo y obligarlos a utilizar la tecnología para el desarrollo de su práctica periodística, lo cual ha llegado para quedarse; “nosotros aprendimos también más a trabajar a distancia, ya sabemos que existen estas formas de interacción en Zoom, las plataformas digitales, sabemos que se puede trabajar de esta forma en los organismos públicos” (Balta).

f. Elecciones y pandemia

Finalmente, sobre el tema de la elecciones y pandemia periodistas y comunicación social del estado coinciden en que la contingencia sanitaria no influyó en las elecciones del 2021, debido a que estas se vieron influida por la figura presidencial y los programas sociales que han impactado en la decisión del voto; “yo considero que no influyó, porque Morena volvió a obtener bastantes triunfos aunado a la entrega de apoyos sociales por parte del presidente López Obrador, son votos cautivos, gente que nunca había recibido un apoyo, jóvenes que no están estudiando, ni trabajando (los ninis) y que por primera vez se sienten tomados en cuenta, difícilmente iban a decir yo voto en contra de Morena porque no manejo bien el tema de la pandemia” (Gil).

Para cerrar este apartado de hallazgos la etapa de pandemia en nuestro país, de acuerdo con los periodistas, pudiera ser nombrada “como: entre la incapacidad gubernamental y la falta de educación y cultura de la ciudadanía” (Balta).

3.Resultados grupo de discusión con estudiantes

a) El impacto del covid-19 en la vida universitaria

De acuerdo con nuestros entrevistados, el COVID-19 tuvo un impacto negativo con relación al sedentarismo y un impacto positivo desde la perspectiva de implementar nuevas herramientas digitales de trabajo para las clases en línea. Opinión contraria de Dania Jocelyn, pues ella afirma que durante esta pandemia se volvió más activa físicamente, y en la cuestión académica a sus compañeros les afectó su aprendizaje en la parte práctica: “por lo que he podido observar dentro del ámbito escolar es que varios de mis compañeros no tienen ciertos conocimientos hablando de la práctica, no saben cómo tomar los signos vitales o analizar algún paciente” (Dania).

b) Sobre los medios de comunicación

Pamela Yurey menciona que la red social que más utiliza es Twitter, y por consiguiente el tema Covid-19 siempre fue tendencia. Sin embargo, resaltó que en lo personal no le gustaba estar atenta a las noticias con relación a ese tema: “La verdad no me gustaba estar al pendiente de las noticias en todos los noticieros, en los periódicos, en los portales era COVID, COVID, todo el tiempo, entonces como que me causaba cierta ansiedad”. Dijo haberse informado únicamente por el resumen de López Gatell.

Algo similar opinó Emmanuel, quien también afirmó, existió demasiada información sobre el tema Covid-19 en las redes sociales: “ver Covid-19 en Facebook, en YouTube, incluso en estados del WhatsApp era como que ¡ah no manches! ya estoy hartos de esa palabra”.

Dania Jocelyn, comparte la misma postura sobre no informarse del tema directamente, pues lo hacía a través de sus familiares: “La verdad yo nunca me informé bien de este tema, pero si veía que mi papá, mi abuelita, mis familiares veían mucho sobre el tema en YouTube, pero nunca fue de que me informara yo”.

En el caso de Félix, menciona que hubo dos tipos de medios de comunicación: los alarmantes que únicamente generaron psicosis en la sociedad y los medios de comunicación

serios, y menciona que lo que más consumió de información fue a través de Facebook. Al igual que Melisa Castañeda: “Yo utilizaba mucho Facebook igual, cuando no tenía nada que hacer me ponía revisar, y de ahí me informaba”.

c) Las *fake news*

Los participantes coinciden en que existieron noticias falsas y alarmismo por parte de algunos medios de comunicación. Pamela Yurey menciona: “En Estados Unidos se empezó a decir que el Lysol o el Cloro podía quitar el COVID-19 si lo tomaban, cómo creen que eso se puede consumir”.

Un tema que resultó interesante es el mito que surgió sobre el G5: “Esto de la vacuna que implantaron el chip 5G, o incluso por ahí se escuchaba esto también de que cuando algún paciente de COVID moría de que le sacaban líquido de la rodilla, muchas noticias que realmente si tú lo analizas desde perspectivas por ejemplo en este caso de la salud o desde algo que suena bastante ilógico el hecho de cómo te van a implantar un chip a través de una vacuna”, mencionó Antonio Santana.

d) Evaluación de los medios

Sobre cómo evalúan a los medios de comunicación con relación a su función de informar durante la pandemia, los participantes al principio aluden que existe demasiada información sobre el COVID-19 en los medios, y después de alguna manera se contradicen mencionando que les faltó información, Antonio Delgado: “Bueno en el caso de Iguala yo creo que nos hizo falta un poco más información”; y Pamela Yurey: “Yo concuerdo, aquí siento que faltó mucha información y me gustaría recalcar la información en cuanto a las vacunas, las fechas”, destacó.

e) Las acciones implementadas por el gobierno

Para Félix la campaña “Susana distancia” y la estrategia de vacunación, son las acciones que más recuerda, y externa una valoración con tendencia negativa hacia el presidente Andrés

Manuel López Obrador: “Obrador decía: no a los cubrebocas, hay que abrazarnos”, y López Gatell por otro lado diciendo; “el uso del cubrebocas, no a los lugares cerrados”, y por otro lado tenemos pues a nuestro presidente haciendo en mítines, haciendo eventos políticos, entonces era una total contradicción, sumando a esto que la simpatía de nuestro presidente pues se encontraba en un 60 %, pues la gente que lo seguía decía; “no pues si el presidente lo dice está bien”, y lo veían predicando con el ejemplo, entonces creo que fue un mal manejo de la pandemia por parte del presidente. Por parte del subsecretario López Gatell fue hasta cierto punto haciendo lo que se podía, porque estaba luchando contra corriente”.

f) La estrategia anti-COVID-19 en Guerrero

Félix Castañeda menciona: “Mágicamente Héctor Astudillo dice; ya estamos en semáforo verde, adelante vámonos”, y comenzaron los mítines, comenzó todo el relajó, entonces pues la gente, nuestra gente ahí vio claramente el sesgo por los intereses políticos”. Antonio Emmanuel coincide con la contradicción que existió por parte del gobierno en turno: “Creo que sí hubo una gran contradicción por parte del gobierno de distintos niveles, incluso cuando había llegado el COVID, en el inicio yo recuerdo que, si estaban todas estas contradicciones, yo salía y obviamente con las medidas, muchas personas todavía estaban sin cubre bocas y tomándola a la ligera y que todavía había como que de repente como que pequeñas fiestas”.

g) Influyó en algo el nivel educativo

Antonio y Emmanuel comparten la idea de que al estar estudiando una carrera universitaria les brinda mayores herramientas y les amplía el panorama para comprender mejor ciertos temas sociales, como el caso de lo que se vivió con el Covid-19. Antonio: “Desde luego te hace pensar de manera diferente a todas esas personas que únicamente se dedicaban a difundir algún contenido falso, creo que fue de mucho apoyo para nosotros el hecho de tener preparación”. Emmanuel: “El estar estudiando este nivel si nos da un panorama, nos permite tener un panorama muchísimo más amplio con respecto a la información que tenemos enfrente, quizás el ser más crítico”.

En el caso de Pamela Yurey, menciona que ser estudiante de universidad debería de influir en la forma de percibir los temas sociales, sin embargo, no es garantía de que los estudiantes lo vean así.

CONCLUSIONES

Al inicio de esta investigación nos planteamos alcanzar los siguientes objetivos, a través del trabajo teórico-metodológico, mediante los cuales llegamos a las siguientes conclusiones.

1. Dar a conocer de qué manera el sector gubernamental enfrentó la crisis sanitaria COVID-19 a través de la comunicación política. De acuerdo con los hallazgos obtenidos observamos que la forma de cómo el gobierno estatal enfrentó la crisis sanitaria fue:
 - a) Centralizando la información, tomando como fuente principal al gobierno federal en específico el área de la salud, a través de su vocero, ello para evitar el menor riesgo del manejo de la pandemia.
 - b) Duplicando la información en todos los canales, medios, lenguajes y códigos posibles.
 - c) Aplicando medidas restrictivas para evitar el libre tránsito, cierre de lugares públicos y aplicar medidas sancionatorias.
 - d) Asimismo, se observa que el papel de la comunicación social recobró importancia en las organizaciones, frente a una crisis sanitaria como la experimentada con COVID-19, en donde fue posible reconocer la importancia de los encargados de la comunicación de los gobiernos y su papel de interlocutores, voceros y estrategias para lograr una comunicación efectiva con los diferentes tipos de audiencias.
2. Entender qué papel jugaron los medios de comunicación social durante la crisis sanitaria del COVID-19.
 - a) Los medios de comunicación a través de sus líderes de opinión (periodistas) cedieron sus espacios informativos al gobierno del estado y duplicaron la información oficial. Ante la falta de condiciones y apoyo de seguridad social para realizar un trabajo de campo que les permitiera no arriesgar su salud.

- b) El uso de las redes sociales y sus diferentes plataformas, fueron las principales herramientas que utilizaron para desarrollar sus actividades. Y de acuerdo con su opinión, consideran que sí hubo un manejo político de la pandemia, en donde el cambio del semáforo atendía más a situaciones coyunturales, políticas y económicas, que a la seguridad de las personas.
 - c) Asimismo, a diferencia de los integrantes de comunicación social, los periodistas comentaron que la información fue limitada, y que las cifras no coincidían en sus reportes, por lo que consideran que hubo discrecionalidad y un manejo político en la información.
3. Explicar cómo se construye la opinión pública, partiendo del mensaje oficial de las oficinas de prensa gubernamentales y de los actores políticos.

La configuración de la opinión pública observamos que se ve permeada por las condiciones sociales, económicas y el nivel cultural de las personas en donde los sectores estudiantiles y de la salud encuestados, son quienes aludían atender en mayor medida las recomendaciones en torno a la pandemia, mientras que el sector de comerciantes, dudan de la propia contingencia sanitaria y por ende acataban en menor medida los protocolos sanitarios.

Otro dato interesante fue que la televisión fue el medio de comunicación de mayor preferencia para enterarse sobre la pandemia, seguido de la red social Facebook, ello atiende a que, si cruzamos la información con lo vertido por los periodistas y comunicación social, la información difundida era de la secretaría de salud federal y las mañaneras del presidente López Obrador, quienes preferentemente tienen cobertura tanto en televisión nacional como las redes sociales.

Bibliografía

- Brennan B. y Gutiérrez V., *Guía para elaborar la estrategia de comunicación de riesgos*, Washington, D. C.: OPS/OMS, 2011, p. 7-8.
- Castells Manuel, *Comunicación y poder*, México: Siglo XXI Editores, 2021, p. 33.
- Charaudeau Patrick, *El discurso de la información. La construcción del espejo social*, Barcelona: Gedisa, 2003, p. 29.
- Farré Coma, Jordi, "Comunicación de riesgo y espirales del miedo", *Nueva época* 3 (s.f.): 105.
- Habermas Jürgen, "Publicidad burguesa: idea e ideología", *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*, México: Gustavo Gili, 1997, pp. 124-170.
- Iglesia Juan-Luis Gonzalo y Coma Jordi Farré, *Teoría de la Comunicación de riesgo*, Barcelona: UOC, 2011, p. 67.
- Instituto Nacional Electoral, *Actores Políticos y Administración de Tiempos del Estado*, INE, 2020. <https://www.ine.mx/actores-politicos/>
- Instituto Electoral de Participación Ciudadana, 2021.
- Mazzoleni Gianpietro, *La comunicación política*, México: Alianza Editorial, 2014.
- Noelle Elisabeth, *La espiral del silencio, Opinión pública: nuestra piel social*, Barcelona-Buenos Aires-México: Ediciones Paidós, 1995.
- Organización Mundial de la Salud (OMS), *op. cit*
- Pan American Health Organization [PAHO]. (s.f.). La comunicación de riesgos: preguntas frecuentes. ¿Qué es la comunicación de riesgo?
https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=11400:la-comunicacion-de-riesgo-preguntas-frecuentes&Itemid=41610&lang=en#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20de%20riesgo%2C%20se,su%20bienestar%20econ%C3%B3mico%20o%20social
- Riorda M., "La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental", *Polítai* 2, 3 (2011): 96-111. <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/13956>
- Riorda Mario, "Gobierno bien, pero comunico mal": análisis de las Rutinas de la Comunicación Gubernamental", *Revista del CLAD Reforma y Democracia* 40, 27 (2008). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357533671002>