



Universidad Nacional Autónoma de México

FACULTAD DE PSICOLOGIA

“OPINION PUBLICA: ESTUDIO DE LA IMAGEN DE UN GOBERNANTE”

T E S I S

Que para obtener el título de:

LICENCIADO EN PSICOLOGIA

P r e s e n t a :

Francisco Xavier García De Uña

Asesor: MTRA. LUCY MARIA REIDL DE AGUILAR

México, D. F.

1980



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

25053.08

UNDM. 112

1980

05:2

M. - 68155

Apr. 665

I N D I C E

Página

Dedicatorias.....	4-6
INTRODUCCION:	
-Objetivo del estudio.....	8-9
-Variables que se incluyeron.....	10
-Variable dependiente.....	11-12
-Variables independientes.....	13-16
-Selección de variables.....	17-18
-Personas que participaron para el logro de la investigación.....	19-23
1. OPINION PUBLICA Y FACTORES RELACIONADOS	
1.1. Opinión Pública.....	26-34
1.2. Cultura y educación formal.....	35-43
1.3. Comunicación simbólica.....	44-56
1.4. Lenguaje.....	57-69
2. OPINION PUBLICA: ESTUDIO DE LA IMAGEN DE UN GOBERNANTE	
2.1. Problema de investigación (objetivo del estudio).....	71-72
2.2. Factores o variables estudiadas...	73-74
2.3. Metodología.....	75-87
2.4. Análisis de los datos.....	88-90
2.4.1. Porcentajes.....	91-92
2.4.2. Mínimos cuadrados.....	93-95
2.4.3. Regresión múltiple.....	96-98
3. ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	
3.1. Tablas de resultados	
3.1.1. Porcentajes.....	101-139
3.1.2. Mínimos cuadrados.....	140-151
3.1.3. Regresión múltiple.....	152-158
4. CONCLUSIONES	
4.1. Conclusiones generales.....	160-163
4.2. Limitaciones del estudio.....	164-165
4.3. Sugerencias al C. Gobernador.....	166-168
4.4. Sugerencias para futuras investigaciones.....	169-171

INDICE DE TABLAS.....	172-174
CUESTIONARIO APLICADO.....	175-183
BIBLIOGRAFIA.....	184-192

AL C. GOBERNADOR CONSTITUCIONAL
DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA
DON ROBERTO DE LA MADRID ROMANDIA
QUIEN IDEOLOGICAMENTE NOS MOTIVO
A REALIZAR EL PRESENTE ESTUDIO,
ESPERANDO SEA DE SU AGRADO

A LA MAESTRA EN PSICOLOGIA :

LUCY REIDL DE AGUILAR, QUIEN SIN SU
GENTIL ASESORIA NOS HUBIESE SIDO IM
POSIBLE LA CONCLUSION DEL MISMO DES
PUES DE DIECISEIS MESES DE TRABAJO.

I N T R O D U C C I O N

OBJETIVO DEL ESTUDIO

El presente estudio tiene como finalidad el de terminar la forma en que los ciudadanos de seis comunidades populares de la ciudad de Mexicali, Baja California, evalúan la imagen de la figura del C. Gobernador Constitucional del Estado de Baja California, Don Roberto De La Madrid Romandía a través de las opiniones de estos y por medio de la evaluación de diez programas de gobierno institucionales.

Como experiencia de aprendizaje, el intento de presentar el fascinante mundo de la opinión pública, su génesis, influencias y otra serie de factores como el conocimiento, el lenguaje y la socialización.

Los estudios de opinión pública se realizan entre los ciudadanos para proporcionar prioridades a los programas que deben de beneficiar a los mismos.

VARIABLES QUE SE INCLUYERON

VARIABLE

DEPENDIENTE

Se detectó la siguiente variable dependiente motivo de nuestro estudio : la de la imagen que los ciudadanos reportaron en sus opiniones, entendiéndose por imagen aquella representación que en ausencia del objeto - que en este caso puede ser humana - se le pueden proporcionar atributos y por lo tanto significado, del C. Gobernador Constitucional del Estado de Baja California en base a los siguientes criterios :

- Forma de vestir, entendiéndose por esto como la formalidad e informalidad reportada en su manera de vestir y evaluaciones a la misma.
- Giras de trabajo que realiza el C. Gobernador tanto al interior como exterior del país.
- Amistad y Apoyo con el C. Presidente de la República, entendiéndose por ésta como la evaluación hacia las relaciones interpersonales y el desarrollo del Estado de Baja California en relación a otros.
- Desempeño de funciones hacia su cargo gubernamental, entendiéndose por éste como la evaluación al trabajo que realiza y de la forma de gobernar al Estado de Baja California.

VARIABLES
INDEPENDIENTES

Las variables que se incluyeron en el presente trabajo y que se consideraron independientes fueron los programas institucionales de gobierno que postula y promueve el C. Gobernador del Estado :

1. Programa de Pavimentación Integral de Nuestras Ciudades, entendiéndose por éste la de proporcionar el servicio de pavimento, luz municipal, embanquetado y drenaje a los habitantes de las comunidades estudiadas, las cuales costearían los servicios antes mencionados, es decir, pagarían las obras de infraestructura.

2. Programa de Salud y Fuerza (Deporte), entendiéndose por éste la bondad que caracteriza al deporte en el sentido de que al practicarle incrementa uno mismo su actividad diaria y por lo tanto, más productivo en su vida diaria.

3. Programa de Educación Pública, entendiéndose por éste como la interrelación de elementos cognoscitivos que permitan integrar lo educativo con lo productivo y poder incorporarse a la sociedad.

4. Programa de Asuntos Culturales, entendiéndose por éste como la participación en actividades promovidas por el Gobierno del Estado de Baja California en el aspecto cultural, con el propósito que la cultura pueda ser alcanzada por las clases marginadas.

5. Programa de Huertos Familiares, entendiéndose por éste como la práctica de poseer un huerto familiar donde se puedan cultivar algunos vegetales y auxiliar a la economía familiar.

6. Programa de Pesca, entendiéndose por éste como la ingestión de productos del mar periódicamente por parte de la población, ya que el Estado de Baja California, como península que es, se encuentra rodeado, se encuentra rodeado por el Océano Pacífico y por el el Golfo de California o Mar de Cortés, ya que la dieta alimenticia en productos del mar es altamente proteica.

7. Programa de Inversión Extranjera, entendiéndose por éste como la participación de la inversión extranjera como estimulante e impulsor de la economía regional y acelerar el desarrollo económico.

8. Programa de Industrias Maquiladoras, entendiéndose por éste como el establecimiento de maquiladoras donde pueda promoverse a la economía, generando empleos.

9. Programa de Salud Pública, entendiéndose por éste como el involucramiento ciudadano para la administración de vacunas promovidas por el gobierno.

10. Programa de Protección al Ambiente, entendiéndose por éste como la participación de los

tendiente a evitar en algún aspecto el deterioro de la ecología regional.

11. Relaciones con los Estados Unidos de Norteamérica, entendiéndose por éstas como la evaluación actual de las mismas.

12. Canales de Difusión, entendiéndose por éstos como los medios masivos de comunicación por los cuales la ciudadanía capta la imagen del C. Gobernador.

SELECCION DE
VARIABLES

Nuestro estudio incluye las variables mencionadas anteriormente ya que fueron solicitadas especialmente por el C. Gobernador Constitucional del Estado de Baja California a este servidor para que se realizara una comparación entre la imagen pública que los ciudadanos de seis colonias populares tienen del Eje Ejecutivo Estatal y diversos programas de gobierno.

La preocupación del C. Gobernador radica en que se le presentaron algunas interrogantes de cómo los ciudadanos lo detectaban por medio de los canales de difusión local y sobre todo de los servicios que se prestan a través de los mencionados programas gubernamentales.

Es importante para una democracia el estudio de las opiniones de los ciudadanos para guiar o basar los programas de acción en el caso de la teoría de gobierno, como los especialistas del estudio de la política llama a la opinión pública.

PERSONAS QUE PARTICIPARON
PARA EL LOGRO DE LA INVES
TIGACION

El presente trabajo ha sido llevado a cabo dentro del área de la psicología social en el campo tan extenso e importante como lo es el de la opinión pública.

Una de las características que vuelve interesante y original este trabajo es la experiencia empírica del mismo que fue llevado a cabo en seis colonias populares de la Ciudad de Mexicali, Baja California, a petición del C. Gobernador Constitucional del Estado de Baja California, Don Roberto De La Madrid Rosendo, a este servidor cuando laboraba como psicólogo del Departamento de Orientación y Reeducción para Menores Infractores.

Es un estudio exploratorio de la imagen que se tiene del C. Gobernador en función de los diferentes programas de gobierno que están funcionando.

El presente sirve como continuación a un estudio previo intitulado "Ideología política que sustentan los habitantes de la Colonia Baja California en relación al C. Gobernador Constitucional del Estado en el Primer Distrito Electoral" con el interés de obtener la pavimentación y los servicios a esta colonia popular, habiendo obtenido la aprobación del Ejecutivo Estatal no solo para esta colonia, sino para diez más en el año de 1979.

Entonces el mandatario estatal nos solicitó que

realizáramos un estudio de opinión en el público ahora beneficiado con este servicio.

Se procedió a seleccionar para objeto de nuestro estudio, las colonias que más próximamente saldrían beneficiadas y luego a la documentación necesaria para establecer los parámetros en los que se desenvuelve la opinión pública. La parte documental se seleccionó en la Ciudad de San Diego, California, USA, en las bibliotecas del San Diego State University y University of California at San Diego.

Este tipo de estudio, el primero en su género realizado por la Secretaría de Educación y Bienestar Social del Estado de Baja California, fue auspiciado totalmente por el Gobierno del Estado, quien proporcionó los medios necesarios para la realización de este proyecto, así como de personas que voluntariamente contribuyeron con su grano de arena, por su interés social en el mismo para beneficiar a las comunidades investigadas, de la cual forman parte.

Este trabajo no pudo llevarse a cabo en el tiempo previsto debido a la carencia de personal que colaborara en el mismo.

Sin embargo se llevó a cabo especialmente por la comprensión de la visión social del Lic. Enrique Galván Bartolini, en ese entonces Secretario de Educación y Bienestar Social en el Estado, actualmente Asa

sor del Ejecutivo Estatal para el Bienestar Social, Director de Asuntos Culturales y Delegado de FONAPAS, quien con su entusiasmo que le caracteriza y con su continuo aliento y apoyo de amigo fue posible la conclusión del mismo.

El procesamiento de datos para el procedimiento estadístico fue realizado por el Ing. Fernando Coronado de la Dirección General de Informática del Estado de Baja California que dirige el Lic. Francisco De La Madrid, así como en la Universidad Nacional Autónoma de México, en la Facultad de Psicología por la Srita. Lic. Corina Cuevas Renaud.

Quiero hacer patente mi reconocimiento y gratitud a tres jóvenes estudiantes universitarios bajacalifornianos que incansablemente dedicaron pacientemente extensas horas de trabajo, tanto en la etapa documental como en la de recolección de datos, que por más de 12 meses consecutivos participaron con su energía al desarrollo del presente, ellos son : Lidia Granados Pacheco, José Guadalupe Guerrero Acosta, ambos de la Escuela de Derecho, y Antonio Jumilla Corral, estudiante de Contabilidad, todos ellos de la Universidad Autónoma de Baja California, y desde hace tres años exalumnos de la Escuela Preparatoria Baja California, de la universidad antes mencionada, donde actualmente laboro como Maestro de Tiempo Completo y Coordinador de Orientación Vocacional.

Otra de las personas que no pueden escapar de ser mencionadas aquí debido a todo el apoyo que nos brindó, especialmente por haber proporcionado su apoyo moral, sin tomar en cuenta la amistad que nos une, y quien fungió como mi jefe inmediato durante la investigación, Lic. Arnoldo A. Castilla García quien fuera Director de la Escuela Preparatoria Baja California, y actualmente Maestro de Tiempo Completo y Coordinador del Área de Derecho Penal en la Escuela de Derecho de la U.A.B.C., Presidente del Consejo Tutelar y Jefe del Departamento de Orientación y Reg educación para Menores Infractores del Gobierno del Estado de Baja California.

A todos ellos, gracias mil.

Mexicali, Baja California. Septiembre de 1980.

I. OPINION PUBLICA Y FACTORES
RELACIONADOS

Es de interés mencionar que un gobernante que se interese por el consenso de sus habitantes en la moderna técnica política, emplea los principios básicos de la democratización gubernamental, como sucede comúnmente en los países altamente desarrollados donde la opinión pública es tomada en consideración para el desempeño de los planes y programas de gobierno.

El estudio de la opinión pública se unifica en tres grandes tópicos, motivos todos ellos de estudio: la cultura, la educación y el lenguaje.

Los especialistas de la percepción son los encargados de determinar como es el empleo, manejo y control de signos, simbología y semántica para poder nos percatar del medio ambiente emisor y la socialización a lo largo de la experiencia para poder expresar en palabras lo que define a un objeto, o persona en ausencia del mismo.

Concurren infinidad de variables para determinar la opinión pública, pero debido a las razones y motivos de nuestro estudio las delimitamos en los tres grandes tópicos mencionados en el segundo párrafo.

El concepto opinión pública es un término generalizado, que describe algo como una actitud colectiva en su conjunto, o como siente el público en una población específica, en un tiempo particular en relación a un tema o varios temas de interés para la población, y obtener los juicios que se forman alrededor de estos temas, y son puntos de vista que los hombres sostienen en relación a asuntos que afectan o interesan a la comunidad para lo que ampliamente podemos denominar la teoría de gobierno.

Floyd Allport en el primer ejemplar del "Public Opinion Quarterly" presenta esta definición más precisa: "el término opinión pública da su significado con referencia a una situación multi-individual en donde los individuos se expresan a sí mismos o son llamados para que se expresen favoreciendo u oponiéndose a alguna situación definida, persona, o propuesta de importancia" (citado por Gallup, 1972).

Encontramos que las opiniones "tienen su origen no en la naturaleza física del hombre o en las causas sobre naturales sino en las relaciones sociales. Todos los gobiernos descansan fundamentalmente en la opinión más bien que en la ley o en la coerción, y que en el cambio social ningún gobierno debe estar muy alejado de la opinión popular" (Juan Jacobo Rousseau).

La opinión pública no tuvo la importancia neces-

ría para los que mantenían el poder antes de la revolución ideológica que sucedió en el siglo XVIII. Anterior a esta época poco importaba lo que el público pensara; no podía influenciar determinadas políticas gubernamentales, pero el énfasis en la igualdad política junto con los importantes cambios tecnológicos y económicos del siglo XVIII que es cuando el público comenzó a influenciar en la política llegando a ser importante lo que el público pensara, y es así que el término opinión pública fue ampliamente usado entre las clases educadas. Sin embargo este interés por el estudio de la opinión pública se incrementó por la manipulación de las masas durante la Primera Guerra Mundial, por ambos lados de los países participantes en el conflicto.

En la Era Moderna y basándose en los principios democráticos que rigen a los Estados Unidos de Norteamérica se ha empleado a la opinión pública como "la guía fundamental para la autoridad democrática" (Mendelsohn, 1974).

Pensadores liberales tales como Bentham, James Mill y Stuart Mill fueron los primeros teóricos políticos que se refirieron comúnmente a la opinión pública apoyándose en las teorías mecánico deterministas que consideraban al hombre como esencialmente débil, y a la masa como todopoderosa. Estos teóricos generales entienden a la opinión como sentimientos de aprobación y de no a-

probación.

Strouse, en su libro "The Mass-Media, Public Opinion and Public Policy Analysis and Linkage" establece que: "existen tres categorías importantes de un "público" en las decisiones de opinión pública": un público consiste de gente que no trabaja en el gobierno; con-siste en gente las cuales pertenecen a la misma nación-Estado; y consiste en que toda una gran parte de estos son ciudadanos".

La forma más simple como se forma la opinión es mediante las diadas, la cadena de comunicación más simple entre dos personas donde si la persona está involucrada en su medio ambiente social expresará opiniones que son puntos de vista acerca de temas que son de controversia o susceptibles de controversia.

Desde la perspectiva del individuo, las opiniones pueden ser producto de: a) la experiencia personal moldeada por las estimulaciones medioambientales; b) los significados que determinan estas estimulaciones (su relación de cómo clasifica y abstrae); c) la aplicación de estos estímulos significativos relevantes a la situación de resolución de problemas debido a que nuestras opiniones "pueden ser consideradas como actitudes moldeadas por objetos específicos. Sin embargo algunos autores prefieren emplear los términos actitud y opinión inter-

cambiabilmente ya que nuestras opiniones son en gran parte el resultado de lo que percibimos de ideas sociales y de eventos que internalizamos (Adorno, Frenkel, Levison y Sanford, 1950, citados por Hennessy (s. f.), en su libro "Public Opinion").

Las opiniones que cualquier individuo sostenga son producto de sus experiencias únicas que comparte con otros dentro de su medio ambiente. Las opiniones están basadas en otras opiniones comunicadas por las experiencias de otros individuos. Las opiniones no siempre son consistentes con las actitudes, "es conceptualmente propio y operacionalmente satisfactorio en la mayoría de los casos el asumir que son" (Hennessy, s. f.); se emplea como sostienen unánimemente que las opiniones son manifestaciones de las actitudes, valores, creencias y "existe poco acuerdo en como estos estados se definen uno del otro y como estos se interrelacionan para hacer que el individuo sostenga y exprese sus opiniones" (Best, 1973), "usualmente el término opinión se da a temas más superficiales y transitorios, el término actitud y el término valor o creencia al más profundo de todos" (Steiner y Berelson (1967), citados por Best (1973)).

La manifestación de las opiniones debe ser consistente, en algún grado, con la realidad que se observa; debe reflejar un entendimiento razonable y preciso, o por lo menos la percepción de un hecho objetivo. Para

tratar de comprender el por qué las personas sostienen opiniones que manifiestan, "es particularmente importante el entender que existen creencias y que se organizan para formar un marco cognitivo con el que el individuo ve su mundo político" (Best, 1973).

El marco cognitivo como es expresado por el individuo es analizado por medio del lenguaje empleado en los grupos de donde el individuo obtiene sus ideas fundamentales.

El lenguaje se forma de ideas preconcebidas, semejante al proceso de opinión como otro proceso de aprendizaje en donde solo el individuo aprende una parte de los mismos, por lo tanto podemos concluir que nos encontramos limitados por nuestras preconcepciones ideológicas. "El hombre común del gran público, ya sea que le falta la información adecuada para formar opiniones o es intelectualmente incapaz de hacerlo, sin embargo, desarrolla opiniones basadas en sus personificaciones de los temas, asumiendo de sus símbolos personales" (Albig, 1956). Y como menciona Best (1973) acerca de la influencia de los procesos cognitivos: "la gente capacitada para disponer de sí mismas también son competentes en su medio ambiente político, y sostenemos opiniones las cuales son reflejo de nuestra evaluación del mundo".

Como estudiantes de la opinión pública no necesita

mos saber la amplitud de la información de los ciudadanos "sino su estructura, las interrelaciones con los "bits" informacionales los cuales crean un patrón de significado e interpretación" (Lane y Sears, 1964). Todas las personas tenemos límites para aprender. "La opinión sin duda es limitada por factores de una naturaleza física, biológica, química, o eléctrica" (Hennessy, s. f.).

Las opiniones facilitan la interacción entre la personalidad y el medio ambiente, igualmente por las motivaciones en nuestras opiniones públicas.

En lo que se refiere a las clases de opiniones sobre problemas públicos y de la definición de estos problemas no siempre se encuentra la expresión manifiesta de opiniones y que sean significativas para la gran o pequeña comunidad por parte del hombre promedio, como algunos teóricos se refieren a las opiniones públicas, "las opiniones de un individuo acerca de las opiniones públicas parece ser que están menos influenciadas por sus compañeros que por los estratos de la gente inmediatamente arriba de él, los cuales busca para información y conclusiones que encuadren en alguna forma con: a) sus propias actitudes básicas; b) los valores de aquellos grupos primarios por los cuales siente obligación. Las normas de grupo fuerte o débilmente influenciarán las opiniones compartidas. La gente que comparte la membresía

de un grupo tiende a sostener puntos de vista políticos similares" (Hennessy, s. f.).

Existirá presión para que un individuo cambie su opinión si ésta difiere de la opinión de otros alrededor de él. "Las opiniones políticas son más vulnerables que las opiniones sobre materias relacionadas a la experiencia personal. Las normas de grupo inhiben la discusión política (Verba, 1961, 1965, citado por Hennessy). Según este mismo autor establece que los roles sociales influyen en las opiniones acerca de los temas políticos: "varias esposas encuentran en su rol matrimonial las razones, o por lo menos las racionalizaciones para su desinterés y la falta de información acerca de temas públicos. Las mujeres más jóvenes y solteras, en el estudio de Katz y Lazarsfeld (1955), Marcus y Baver (1964) encuentran sus opiniones en otras mujeres, en temas del estilo de la ropa y moda; las mujeres casadas fueron fuentes de aviso de la mercadotecnia en general; en los temas públicos los líderes en la opinión pública especializada parecen ser aquellos que se encuentran en un estrato social alto y gregarios".

Best (1973) citando a Rosenberg (1962) acerca de la opinión pública y su relación con la alta y baja autoestima menciona: "la gente con alta autoestima está más interesada en problemas nacionales e internacionales que

aquellos con baja autoestima, quienes no están interesados en general en la política, una de sus razones por su falta de interés es que se sienten molestos por las discusiones políticas, las cuales manifestarán su ignorancia política y su falta de interés y entendimiento".

CULTURA Y EDUCACION FORMAL

Para que los ciudadanos, al expresar libremente sus opiniones por medio del lenguaje y de las abstracciones del medio ambiente que realiza, puedan convivir en la sociedad requieren de ésta los conocimientos básicos e indispensables para poder adaptarse a las complejidades del mundo en que nació, conocimientos necesarios a toda persona en un momento histórico determinado.

La cultura también se refiere al conjunto de estímulos ambientales que generan los agentes socializantes de los individuos en el curso de su desarrollo y la forma de vida de cualquier sociedad. "La cultura humana consiste en creencias, valores, ideas y modos de conducta que son compartidos en conjunto, y transmitidos simbólicamente de un individuo a otro y de una generación a otra. Bajo el encabezado de cultura los científicos sociales no solo incluyen las herramientas y los productos de la tecnología humana, las manifestaciones visibles y concretas de la cultura, sino las maneras sociales compartidas y transmitidas de la interacción social, la organización de grupos, así como las creencias, actitudes, normas y convicciones compartidos por los miembros de una cultura" (Whittaker, 1971).

Ralph Linton (1971) al respecto hace notar que: "una de las importantes conquistas de los tiempos moder

nos es el conocimiento de la existencia de la cultura", pues la cultura determina el medio ambiente donde se desarrolla el ser humano y por lo tanto un factor dominante de la personalidad. La personalidad y la cultura son dinámicas y constantemente están cambiando. La cultura influye y deja su marca en el hombre. "Ningún ser humano sobrevive y se adapta si no es en una cultura" (Whittaker, 1971). Skinner (1977) nos dice con respecto a la cultura lo siguiente: "la cultura en la que un individuo ha nacido se compone de todas las variables que le afectan y que son preparadas por otras personas".

"Las opiniones políticas de los ciudadanos promedio de cualquier país serán fuertemente influenciados por la cultura de la cual son parte" (Hennessy, s. f.). Lo que contribuye a diferenciarlos es su cultura, es decir, su economía, su educación, sus costumbres, sus usos, etc.. "Estamos convencidos de que la cultura fortalece a la sociedad, porque encauza energía, porque las manifestaciones culturales que surgen de una comunidad energizan a todos los miembros de la misma; porque estimula la inspiración; porque contribuye a elevar el nivel educativo, porque es diálogo permanente, y este aspecto día con día adquiere mayor importancia. Pero también la cultura va dando cada vez mayor vigor a nuestra nacionalidad, nos hace menos susceptibles a lo extranjerizante, a

lo exótico, que a veces cunde simplemente por provenir de afuera, aunque carezca totalmente de mérito alguno" (De la Madrid Romandía, 1977).

Linton (1971) manifiesta que: "es muy importante el conjunto de pautas de educación infantil, ya que la cultura a través de ésta determina la personalidad de sus miembros y la sigue moldeando hasta la vejez. Al respecto De la Madrid Romandía (1977) expone: "El arte -como manifestación cultural- es una creación espiritual muy necesaria dentro de la vida de todos nosotros, pero más dentro de la vida de la juventud que está en formación. Traigo esta gran preocupación de la juventud, de los problemas de la juventud, de los problemas de los niños, porque los niños y los jóvenes son los que directamente y primeramente sufren, sufren repito, todos los problemas que aquejan a los mayores. La cultura es, muchas cosas: es arte, inspiración, fuerza y comunicación, pienso que los gobiernos deben dar pleno apoyo a todas las manifestaciones culturales; un apoyo decidido que las estimule y las enriquezca; que abarque los sectores de la población y no se restrinja a una minoría privilegiada. El apoyo gubernamental a la cultura no debe coartar la libertad, lo que viene a ser una de las características notorias de los regímenes totalitarios".

Mann (1972) nos dice que la cultura es: "la más penetrante de los contextos sociales. Para comprender la importancia de la sociedad humana en cuanto a la influencia socializante de la conducta, hay que hacer referencia a la cultura, puesto que es ésta el rasgo más significativo de una sociedad".

Las diferencias culturales, sociales, económicas, religiosas y políticas, tomando como base las estadísticas de nuestro medio veremos que influyen en la conducta ya que producen desadaptación.

Si la educación es considerada como una acción importantísima para desarrollar las facultades tanto físicas como intelectuales, la ignorancia condena a la gente a perjudicarla pues las personas que carecen de la información básica o elemental tienden a seleccionar cualquier objeto al azar.

"Desde el año de 1920 ha decaído el interés por los estudios superiores, se ha perdido también, aunque no por completo, el respeto y la envidia a los intelectuales. En suma: se ha presentado en México esta vez espontáneamente y sin asomo de imitaciones, el fenómeno universal definido como un abandono de la cultura. Hasta hoy los mexicanos, con excepción de una ínfima minoría, no se han interesado por llegar al fondo de la cultura, sino que se han quedado en la superficie, deslumbrados

por sus apariencias brillantes" (Ramos, 1971). Desgraciadamente el único árbitro que se ha empleado para valorar la cultura ha sido el de la moda de ser intelectual.

Como menciona Lafarga (1978) que en México actualmente: "la educación sigue siendo relativamente ineficaz". La educación en el país y por lo tanto "los nuevos planes de educación nacional, así como las vagas nociones sobre el significado de cultura, en que pretenden justificarse, son el reflejo del estado colectivo" (Ramos, 1971).

Con respecto de la educación De La Madrid Romandía (1977) establece que: "La educación ha de concebirse como el camino por el cual los educandos aprendan la verdad y enfilen hacia una vida más digna. La educación como reflejo de la sociedad, es a la vez instrumento de cambio social. Cualquier reforma o programa educativo ha de responder a la naturaleza cambiante de la sociedad contemporánea y permitir a los jóvenes incorporarse eficazmente a la vida productiva del país. La educación popular, nos permitirá aprovechar la energía potencial que reside en la entraña profunda de los pueblos, para convertirlos en poder de transformación. Resulta obvio que solo seremos libres si desterramos la ignorancia, solo seremos justos si somos libres por el saber" .

La educación es el más importante de todos los fac

tores , ya que saca a relucir al informado del ignorante y debe de aprenderse no solo en la escuela y para la escuela sino para la vida misma, donde efectivamente existan cambios en la conducta como productos del aprendizaje, siendo estos la adquisición y comprobación como menciona Pérez Rivera (1972): "de habilidad, de destreza, de informaciones", pues para nuestros propósitos de estudio entendemos a la teoría del aprendizaje como: "el proceso por medio del cual los individuos adquieren conocimientos, habilidades y disposiciones que les permitan participar de manera más o menos efectiva como miembros de un grupo de la sociedad" (Reidl, 1976), permitiendo como cambio social incorporarse a la vida productiva del país, como un esfuerzo para defenderse de ser devorados por la civilización. "Mientras más socializado esté el individuo menos conflictos tendrá cuando se vea confrontado ante modos o maneras alternativas de conducta socializadas por la cultura" (Reidl, 1977).

La educación amplía los horizontes de los individuos, entre más conocimientos tenga una persona, "se encontrará más capacitada para librarse de los puntos de vista restrictivos de sí mismo y de sus propias experiencias; los mejores educados tienen más opiniones; los no educados son capaces de contestar solo sobre la polí

tica que les afecte a ellos. La motivación para aprender y la receptividad a nuevas ideas proveen el único medio psicológico donde la educación democrática pueda desarrollarse" (Hennesy, s. f.).

Aparte de los padres, las escuelas públicas son también de importancia en el proceso de socialización debido a la expansiva exposición socio-política, y aunado a esto, es la gente la que más influye al individuo en su desarrollo.

La escuela refuerza las actitudes y opiniones familiares y el indoctrinamiento social y político existe tanto en las escuelas públicas como privadas. "Es razonable suponer que las opiniones públicas posiblemente sean más fáciles de inculcar en las escuelas que otra clase de opiniones y son influenciadas parcialmente. Las ideas y las cosas cambian a través del proceso educacional. Las opiniones cambian más rápidamente que las actitudes y creencias, este cambio se debe a la educación. La educación puede entrenar las capacidades: no puede enseñar la creatividad" (Hennesy, s. f.).

Lane y Sears (1964) mencionan que: "el entendimiento de una amplia variedad de conceptos es el primer paso para emplearse, la comprensión de tales conceptos es un producto de realización e interés".

La relevancia de la educación popular como inversión es interés del gobierno: "la educación no es un gasto sino que constituye la mejor inversión que un gobierno puede hacer en beneficio del pueblo que representan" (De La Madrid Romandía, 1977), y por lo menos presupuestalmente es en lo que más se invierte; actualmente hemos visto avances en los procesos cognitivos ya que "el conocimiento que antes se duplicaba en un milenio o en siglos, ahora se duplica en una generación o en una década" (Lafarga, 1978).

El comportamiento es provocado cuando adquirimos un conocimiento nuevo, pero no solo hace falta adquirirlo, sino que hay que ser educado y aprender ese nuevo conocimiento. Los resultados en estudios demuestran que existen diferencias significativas en el sistema de creencias que incrementan en los más educados con el interés en la política.

COMUNICACION SIMBOLICA

La cultura incluyendo la educación crean un sistema simbólico para que el hombre lo interprete y traduzca y logre adaptarse a su medio ambiente. "El hombre se envolvió de tal manera en las formas lingüísticas, en las imágenes artísticas, en los símbolos míticos o en los ritos religiosos, que no ve ni sabe nada sin la interposición de ese medio artificial. En lugar de entenderse directamente con las cosas mismas, o con sus señales visibles, el hombre se entiende con los sustitutos ideales de las cosas" (Allport, 1976).

Para establecer la variada y compleja experiencia humana en términos intelegibles capaces de representación y recuerdo, el hombre crea símbolos. Estos símbolos son una simplificación de la compleja realidad abstracta. El lenguaje, las figuras, las imágenes y otras complementaciones proveen de sistemas clasificatorios de símbolos referenciales. El pensamiento en símbolos es una base inevitable para el pensamiento en común. "Solo el 35 por ciento del significado de una situación proviene de símbolos verbales" (Wenburg y Wilmot, 1973).

Un símbolo es una simplicidad representativa que sustituye a algo complejo. En la creación de símbolos contemporáneos, la publicidad moderna juega un papel dominante.

Los líderes que llegan a ser símbolos serán determinados por los valores más importantes de la cultura. En la gran sociedad moderna, las ideas acerca de los líderes son adquiridas primeramente por la prensa y, o la televisión.

Aparte de servir como símbolos, los líderes modernos de los grandes públicos están comprometidos en manipular los símbolos que sean más objetivos para influenciar las opiniones de estos.

Palabras clave y frases son los símbolos estereotipados empleados en la opinión pública y el hombre promedio. El acondicionamiento efectuado hacia las clases sociales es un acto antiguo; el proceso moderno está más bien caracterizado por una mejor organización, por un análisis del lenguaje psicológicamente sofisticado y por un más conciente empleo del lenguaje por los líderes de la sociedad.

Los símbolos están relacionados a actitudes favorables y no favorables y la manipulación de los símbolos a menudo evoca poderosas respuestas emocionales en los grandes públicos. Los símbolos bien puestos y sencillos organizan la conducta de aquellos que los emplean.

Nada es tan contagioso como un símbolo. Existen una gran cantidad de organizaciones que concientemente

manipulan los símbolos de la cultura. "Como resultado de la socialización el hombre llega a vivir en lo que se ha denominado un nuevo ambiente simbólico" (Whittaker, 1971).

La socialización política ocurre en la niñez. "La socialización de un individuo es única y va transformando su cultura, la socialización es un proceso continuo, no es simplemente la temprana inculcación de la civilización a un niño. Nunca se termina la socialización de un individuo, y no es reversible. La educación formal del individuo es uno de los factores más importantes que la determinan" (Reidl, 1976). "La socialización se lleva a cabo a cualquier edad especialmente en las fases de transición. El objetivo de la socialización es llevar al individuo a conformarse de buena voluntad a los usos de la sociedad y de los grupos a los que pertenece" (Mann, 1972).

No todos los símbolos son comunes a los grupos. Los estereotipos, personificaciones y otras concretaciones de la abstracción y de los grupos son los símbolos ampliamente utilizados en la opinión popular, para nuestros propósitos de estudio nos referimos a estereotipo como al prejuicio aceptado por un grupo acerca de un personaje, programa o aspecto de la estructura social. Existe una gran tendencia persistente en el humano

para proveer ilustraciones de las abstracciones que esté garantizada por sus percepciones y concepciones.

Los símbolos son estereotipos, esto consiste en considerar a una persona dentro de un tipo de personalidad simple y tratándolo en términos de tipos de atributos conocidos, en lugar de tratarlo en términos de su personalidad actual conocida.

Los símbolos políticos son representaciones de lo colectivo, esto es de valores sociales que despiertan emociones comunes. Los miembros de públicos masivos o de grupos usualmente entienden poco sobre la teoría y de la posición conceptual del grupo, su organización y del proceso social, pero rápidamente pueden ser condicionados a responder a sus símbolos significativos.

Los símbolos populares son venerados y defendidos emocionalmente. Las banderas, los sitios históricos, las iglesias, las frases, las canciones, las personas y otros símbolos deben de representarse o su prestigio se decrementará. Algunos símbolos significativos son maltratados por el sobreuso o la explotación familiar. "Somos leales no a la bandera o al himno nacional sino a la inmediata vida social la cual representan estos símbolos" (Best, 1973).

Los valores de una persona, estilo de vida, acción política, y las expectativas de los papeles de los otros pueden ser moldeados por el escenario social simbólico y

no simbólico.

Los grandes públicos tienen más confianza para discernir las capacidades personales que en su capacidad para darse cuenta sobre hechos pertinentes. Buscan la imagen paterna para la seguridad y respuesta personal del grupo primario íntimo.

Existen símbolos de cultura mayor, los símbolos comunes a grupos y a asociaciones dentro de la cultura y los símbolos individuales de la persona. La cognición y la comunicación de una persona pueden ser limitantes por su tiempo y por ideas proporcionadas por la cultura.

La comunicación entre individuos y entre grupos requiere del uso común de símbolos en los cuales exista significado de común acuerdo. El desarrollo del simbolismo como otros aspectos de la cultura, llega a un punto donde prolifera y se propaga sobre varias instituciones humanas.

La civilización nos presenta grandes diferencias en sus actitudes hacia el simbolismo. El simbolismo domina las imaginaciones de los hombres. La arquitectura es simbólica, las ceremonias son simbólicas, etc. .

Es precisamente en los puntos de gran complejidad y abstracción donde los símbolos se proveen para el consumo popular, proporcionando un sistema de referencia y

condensando lo difuso y concreto.

Tanto las imágenes como la opinión "son formadas y transformadas en base de las ideas, siendo éstas conceptos que se encuentran ordenados más o menos sistemáticamente, pues las imágenes son otra clase de símbolos y regresan a nosotros en cualquiera de las formas en que las cosas fueron originalmente experimentadas" (Guilford, 1960). "Los sentidos representan objetos que existen externamente y todas las ideas simples se refieren a ellos" (Cohen, 1973). Con estas ideas simples se forman otras ideas que ya no representan a los objetos que realmente existen.

Las ideas populares están parcialmente representadas por frases, objetos, personas y otros símbolos. La imaginación es cognitiva, basándonos para el propósito de nuestro estudio en la definición de imagen tomada de Drever (1975): "una sensación de experiencia revivida de un objeto en ausencia del objeto mismo", y "representación de una cosa a través del lenguaje" (Gran Diccionario Enciclopédico, 1972).

Las ideas pueden ser imágenes o símbolos. La naturaleza hace mucho fue personificada, la justicia, la libertad, la ley, hasta la humanidad en la forma de la figura de una mujer. La personificación es psicológicamente inevitable, provee contenido concreto y directo.

"Freud nos enseña a pensar de la autoridad como resolución del conflicto. Su imagen del conflicto es una imagen familiar y patriarcal" (Duncan, 1962).

"El darse cuenta de que el mundo de las imágenes verbales tienen una vida independiente de las situaciones que busca describir ha llegado al concepto del lenguaje como "zwischenwelt", este concepto significa que las imágenes del mundo creadas a través del lenguaje constituyen un mundo intermedio entre el hombre y la realidad" (Graber, 1976). La mayoría de las experiencias políticas involucran actitudes verbales e imágenes creadas verbalmente de la realidad. Los estímulos verbales moldean la vida política. "La conducta verbal implica siempre reforzamiento social y sus propiedades características derivan precisamente de este hecho" (Skinner, 1977).

El estímulo de la comunicación es el signo, la comunicación es el empleo con significado de signos para establecer relaciones sociales. Antes que un signo pueda ser aprendido debe primeramente ser transformado por el receptor hacia un estímulo.

El hombre como miembro de los grandes públicos a menudo es motivado por impulsos emocionales, puede responder a frases y símbolos y en los grandes grupos las imágenes son todavía más efectivas que las palabras.

Los medios masivos de comunicación son signos efectivos en influenciar a los auditorios más brillantes.

"La cultura masiva popular producida por la televisión es promovida dentro de un contexto social y debe ser estudiada como cultura" (Gans, 1974). "Los medios de comunicación masiva han adquirido una significación primordial porque conjugan algunos de los rasgos dominantes de nuestra época: el carácter técnico o industrial de sus productos, un público cada vez más amplio y la creciente extinción de la información en todas sus manifestaciones. En la vida cotidiana, la comunicación está bloqueada, atrofiada, desviada y de ahí el éxito de la comunicación imaginaria de las películas, novelas, etc.." (Goded, 1976). La fantasía en los ciudadanos debe ser estimulada y canalizada como factor importante de crecimiento, no controlada como lo es en la actualidad, especialmente deformada.

Los signos que son enviados a través de los medios masivos pueden estimular a todos los auditorios a reaccionar inmediata, directa e igualmente, ya que sus emisiones dan soluciones para manipular los estímulos. Las políticas relacionadas con el contenido de los medios masivos se promulgan bajo las premisas de lo que desea el auditorio, sus expectativas, de sus usos y de sus gratificaciones, existiendo dos tipos de mensajes: "uno para

la "alta cultura" y otro para la "cultura popular" (Gans, 1974).

Los analistas verbales que analizan la naturaleza de los mensajes que son enviados al público masivo, basándose en las teorías psicolingüísticas, establecen que "los mensajes son parcialmente una función representativa de los atributos de quien los envía" (Bobrow, 1970, citado por Graber, 1976).

Los gustos personales y políticos distorcionan el encubrimiento de la noticia y su presentación. El comercialismo, programación, tiempo y tecnología, "todos sirven para distorcionar los eventos más que las preferencias políticas de los reporteros, operadores de cámara, directores de noticias, gerentes y propietarios" (Altheide, 1976).

Como menciona Graber (1976) citando a Skinner y a Frensdich (1967): "el contexto social necesita ser examinado para hacer inferencias de la conducta verbal incluye un análisis de la situación donde la comunicación fue hecha y de las características de los autores, incluyendo sus grados de involucramiento".

En relación a las noticias que son presentadas en televisión Epstein (1973) manifiesta que: "en la extensa literatura sobre el gobierno y las comunicaciones existe poco en la forma de análisis documental de los

procesos por los cuales se llevan a cabo las noticias, como se sintetizan y se presentan al público. Las noticias que se presentan en la televisión son una cosa bastante diferente del espejo de la realidad. El resultado en cualquier caso es una vista de la realidad muy especial, seleccionada, simplificada. Las noticias políticas son presentadas por locutores escogidos para que su presentación proporcione seguridad y evitando que formen una decisión".

En algunas comunidades, establece Gormley (1976) que algunas estaciones de televisión son propietarias también de los periódicos que operan en ellas y transmiten historias producidas por sus periódicos incrementando el empleo del personal del periódico local, homogenizando las noticias, "estas prácticas llegan al encubrimiento de las noticias e historias en la televisión".

Es de considerable importancia para la opinión pública el hacer notar que "la mayoría de los medios masivos tienden a favorecer al Ejecutivo" (Barret, 1971).

Chisman (1976) menciona que: "Key, Devine, Almond y otros más hablan acerca de la importancia de la élite de opinión y sugieren que ésta es el verdadero público relevante para todos los líderes. Las élites informan a las masas e interpretan la información para las masas. La manipulación de la opinión pública es el objetivo tanto del gobierno como de los medios de comunicación.

La mayoría de los reporteros reciben la historia de la prensa del gobierno. Las opiniones de grupo son las opiniones cruciales a ser consideradas por los funcionarios públicos. La opinión llega directamente a involucrarse a medida que la decisión política las impacta. Las encuestas de opinión pública según reporta R. Roper que la mayoría de las personas obtienen sus noticias de los programas noticiosos de la televisión (1969). Las encuestas han indicado que de todos los medios masivos la televisión es el más creíble. El público masivo atento según Donald Devine consiste en el 25 % (1970); otros como Gabriel Almond sugieren solo el 10 % (1950-1960)".

Las recomendaciones políticas en las comunicaciones masivas que emergen de las necesidades de auditorios que han sido subjetivamente determinados son por lo general imparciales, no democráticos y sin sensibilidad hacia expectativas reales y conductas de los auditorios masivos; los medios masivos en el presente están sujetos a toda clase de censuras en las manos de editores, propagandistas, productores, publicistas, etc. .

Levy (1975) en sus estudios manifiesta que "el recuerdo de los temas de las noticias es más grande para las personas que emplean las noticias de la televisión para "mantenerse informadas" que para las personas que la ven en orden de "descansar"".

Newman (1974) encontró los siguientes resultados: "contrario a la opinión popular, la investigación demuestra que el público confía más en los periódicos que en la televisión sobre las noticias políticas (Clarke y Ruggel, 1970) y (Edelstein, 1974)". "Los lectores informados buscan por la competencia de noticias en los periódicos" (Clarke y Fredin, 1978).

Punto importante sobre la cultura política de un país y su sistema de transmisiones es el que indica Carlson (1975): "el sistema por el cual un país organiza sus transmisiones masivas contiene para el observador del exterior una extraña versión codificada de la cultura política de ese país".

LENGUAJE

El problema del empleo del lenguaje para persuadir y controlar a las opiniones ha sido empleado desde los tiempos clásicos hasta los semánticos contemporáneos. En Grecia fueron establecidas reglas para el éxito en oratoria y en la persuasión, en Roma los efectos de la oratoria política también fueron estudiados y en la Edad Media dominada por la religión el impacto del lenguaje fue ampliamente empleado, pero en nuestros días donde se pretende controlar a través de la manipulación del lenguaje que ha llegado a ser superior a todas la demás en importancia, especialmente para los publicistas políticos.

En una forma básica el lenguaje determina ampliamente el contenido del conocimiento, el lenguaje que el individuo conoce es solo una porción de las palabras existentes; su vocabulario es una medida de su participación en su cultura. "Es evidente que el desarrollo del lenguaje, es una manifestación de la capacidad del hombre para representar objetos e ideas en manifestaciones simbólicas, trae profundos cambios en la percepción. Las palabras durante el proceso de la percepción alteran la manera o eficiencia de la percepción misma" (Whittaker; 1971).

Nos encontramos incondicionalmente condicionados a ciertas palabras, esto es porque ciertos grupos interes

dos manipulan el lenguaje. El cambiar de términos o títulos es una práctica común de la política moderna.

Los significados de las palabras pueden gradualmente cambiarse, dividir su práctica en el pueblo y a través de redefiniciones del lenguaje por expertos en muchos casos cambiar en las formas del lenguaje los valores de las opiniones populares. Los cambios en el lenguaje pueden ser establecidos por individuos y grupos que lo manipulan por el interés de alguna causa.

El slogan efectivo llega a ser una situación de estímulo para despojar actitudes conocidas. Los campos políticos y religiosos han sido las bases de estas frases; en el campo político las frases han sido asociadas con los movimientos populares masivos; ciertas frases son empleadas oficialmente por naciones, partidos, grupos y organizaciones; las crisis y las situaciones de conflicto son las que las originan.

"Las frases efectivas tienen una bien conocida y simple característica de estructura. La frase debe ser simple de entender, fácil de recordar y placentera de repetirse, desde que el éxito de la frase depende ampliamente en su repetición las calidades de brevedad; facilidad de aprender y alcance original son imperativos siete palabras cortas, parece ser el máximo para utilizarse en una frase; seis para estar lo suficientemente dentro del margen de seguridad y menos de seis, ya que eg-

to sería aún más deseable" (O. Klepnnel, 1934, citado por Albig, 1956). "El estudiante de la motivación humana debe estar relacionado con las formas de lenguaje empleado por aquellos que se encuentran enfatizando cualquier cosa" (Duncan, 1962).

Varias frases están asociadas con personalidades en particular. El hombre moderno es estimulado por una variedad en aumento de impresiones, el reducir es inevitable, como se indica en las formas de estereotipos, en cabezados de los periódicos, las palabras están adaptadas peculiarmente a esta necesidad, pueden distorsionarse pero satisfacen. Si la frase sucede que puede ser adaptada a actitudes o intereses entonces será un éxito.

El lenguaje contemporáneo del hombre indica un vocabulario de unos cuantos miles de términos, tal limitación de las herramientas del lenguaje no permite un alto rango de conocimiento.

Para comunicarnos en nuestra sociedad precisamos utilizar algo que nos sirva como instrumento para hacerlo y en este caso es el lenguaje. "Los límites de cada mundo experimental coinciden con los límites de su propio sistema de lenguaje" (Kellmer, Smith, 1954; Whorf y Carroll, 1956; Weismann, 1965, citados por Graber, 1976). "La mayoría de lo que sucede socialmente...lo mediado por el lenguaje, incitado y promovido por el lenguaje, y dirigido y controlado por el lenguaje, son los agentes

poderosos del cambio social en la acción social y en la interacción. El análisis verbal permite al investigador explorar tres rasgos de información inferenciales: 1) le provee con señales de las condiciones sociales y circunstancias que produjeron el mensaje; 2) lleva información acerca de las situaciones de vida, personalidades, percepciones y mitos de los que envían el mensaje; 3) permite la especulación acerca de los efectos del mensaje" (Graber, 1976).

Gallup (1978) con respecto a la información que tiene la gente menciona: "la mayoría de los ciudadanos usualmente registran sonidos de juicio sobre los temas, sin embargo una gran mayoría son ignorantes y no tienen información. La gente común -los limpiadores de excusados, los hombres sin sentido común- en casi cualquier controversia política de los últimos cincuenta años han sido responsables de casi todas las reformas sociales las cuales el mundo ahora acepta".

Según un análisis descriptivo realizado por Henneasy (s. f.) sugiere que "un amplio sector de los de ingreso bajo y de la mayoría de la población pobremente educada son incapaces de asimilar los materiales de campañas de información. Su apatía física es consecuencia de las condiciones emocionales y sociales". "Sorprendentemente pocas personas están completamente informadas. La demo

cracia no requiere que todos los hombres sean filósofos o políticos. Requiere solo de la suma total de los puntos de vista" (Gallup, 1978).

El ciudadano promedio percibe la mayoría de las cosas que le rodean de su mundo a través de otros y por medio de palabras. "Los mensajes verbales más que experiencias directas intentan decirle lo que es, ha sido y será. Le proporcionan las razones y valores, le informan acerca de actitudes y procesos de razonamiento de los líderes políticos. La fe de millones es decidida por lo que las élites políticas dicen o deciden decir en el comportamiento de la política. Lo que se dice y como se dice son fuerzas cruciales que moldean la toma de decisiones. La técnica de interpretación de mensajes ayuda a establecer las probabilidades de distorsión y en desenmascarar lo verdadero de lo falso. Las mentiras medio verdades, decepciones intencionales o sin intención y la información errónea a menudo constituyen poderosos estímulos políticos que deben ser tomados bastante lejos de su correspondiente verdad" (Graber, 1976).

Los miembros de los grandes públicos por lo regular comprenden como funciona la personalidad y las relaciones personales mejor de lo que comprenden sobre juicios y abstracciones, pues todo influye en algún grado las clases de opiniones que se sostengan en el individuo.

Como menciona Cepeda (1974) con respecto a la influencia que el medio ambiente ejerce sobre el individuo: "el efecto que un objeto produce en el cerebro no termina cuando el objeto deja de actuar sobre nosotros".

"Todas las necesidades cumplen con el carácter de motivos; al satisfacer todas las necesidades biológicas se activan los intereses intelectuales. Las necesidades insatisfechas llevan a la frustración" (Whittaker, 1971).

Para que existe cierto nivel de interés y entusiasmo, en el sentido de incentivo o incitación debe de presentarse un clima favorable tanto físico como de refuerzos psicológicos posibles.

Entre las masas las actitudes emocionales están relacionadas a palabras particulares por medio de la socialización. "La gente está deseosa de reportar lo que debe de hacer el gobierno, pero no sabe decir sobre lo que está haciendo, revelándose una gran diferencia informativa. La relativa baja cantidad de información poseída por las personas significa que la mayoría debe decidir sus preferencias políticas en la base comparativa de simples frases y lemas ya que un análisis profundo pasaría por alto" (Lane y Sears, 1964).

"El público posee escaso conocimiento acerca de temas públicos y de gobierno. Las investigaciones cultura

les que enfatizan el nivel de interés, están más bien pa-
recidas a desintegrar la riqueza de los sistemas políti-
cos masivos" (Stipak, 1977). A esto Gallup (1978) mencio-
na lo siguiente: "La persona bien informada sobre los
costos públicos sabe que se encuentran incluidos dentro
de la legislación que propone el manejo de los problemas
sociales. Pero en el ciudadano típico no existe relación
inmediata o directa entre la legislación y la cantidad
que tiene que pagar de impuestos. La democracia más e-
fectiva requiere de electores informados".

Los factores económicos están relacionados eviden-
temente a la actividad e inactividad políticas a menudo
mediadas por variables no económicas relacionadas, tales
como educación, y membresía de grupos. "Eulau y Scheider
(1956) mencionan que encontraron evidencias en el punto
de vista de que el ingreso y otros factores económicos
no son tan importantes como la educación, la cual pare-
ce particularmente relevante en el estudio del involu-
cramiento político" (citados por Hennessy, s. f.).

Graber (1976) haciendo incapié en el análisis ver-
bal establece que: "Los políticos pueden intencionalmen-
te o sin intención desubicar sus percepciones y razona-
mientos. Las percepciones deliberadamente se distorsio-
nan para manipular y éstas pueden llevar importante in-
formación acerca de los motivos y percepciones del polí

tico. La mayoría de las discusiones políticas son hechas por hombres cuyos mapas semánticos fueren sobrepasados hace por lo menos treinta años. La división del lenguaje llega a ser un abismo ya que existen espacios intergeneracionales obvios en los mundos verbales. Los juicios verbales tienen valor científico en el análisis social, prognosis y predicciones".

Para analizar con precisión el nacimiento de los ambientes políticos como escenarios para las masas y elicitar conductas emocionales de éstas "que fabrican las élites políticas es necesario aprender sobre la teoría estética. La motivación está implícita en la calidad de la acción que va a tomar lugar dentro de ella. El escenario político importante no solamente es físico sino de carácter social y es fundamental para la formación de símbolos. El líder es visto como centro de su tiempo, necesariamente es un exponente artístico de la calidad de su escenario en cada acto que toma lugar en un ambiente político; por lo común tomamos las escenas que suceden como dadas, enfocando nuestra atención hacia las acciones. El público masivo como auditorio observa la compatibilidad entre el acto y la escena. Los ambientes políticos son así diseñados y planeados para que quede claro que sirven de marco a un hecho especial y no ordinario. Los escenarios no solo condicionan los actos públi

cos y políticos. Moldean la personalidad de los actores. Los ambientes políticos de hecho no sirven a su función excepto para los auditorios masivos. El escenario y el auditorio masivo que responde a ellos define la situación y la acción. Los ambientes políticos de tal manera constituidos para enfatizar la partida del hombre de su rutina diaria. La grandeza de las decoraciones y la formalidad son las notas más comunes en el diseño de estas escenas. Un ambiente político es muy raro que sea un trabajo de arte, lo importante es la atracción con la que el ambiente es presentado para la observación y la atención. Lo más atractivo de la calidad en los escenarios políticos sucede en el contexto emocional que conllevan. Un escenario urbano-industrial promueve un sentido de efectividad política mediante la asociación con la industria, sindicatos y la complejidad de la vida urbana; es negativamente relacionada con la vida rural. La proporción será: la escena es para actuar como implícito es lo explícito. Uno no puede deducir los detalles de la acción de los detalles del escenario, pero puede deducir la calidad de la acción por la calidad del escenario" (Ederman citado por Combs en el libro "Drama in Life", s. f.).

Tomando en cuenta que los escenarios políticos se encuentran para influenciar las opiniones del público ma

sivo hay que agregar que en la política también se nutre de la semántica que está relacionada con los efectos e influencias de las palabras y este creciente interés surgió durante los años 1930-1940 para ejercer control social por medio de la manipulación del lenguaje.

Sin verbalización las ideas contenidas en las palabras jamás llegarán a ser una verdadera fuerza política. "La política está obviamente alimentada por el poder de las palabras. Los políticos emplean las palabras para reportar y exhortar, para comerciar y persuadir, para a partar y unir" (McDonald, 1969, citado por Graber, 1976). "Tenemos más contacto con las fantasías de las palabras que con la realidad de las cosas" (Osgood, Abcarian, Soule, 1969; Itsutsu, 1956; Merrill, 1971; citados por Graber, 1976).

Los científicos políticos se encuentran interesados básicamente en el empleo de la opinión sobre la decisión política, y este problema es a menudo en término de la influencia y la opinión pública. Las opiniones a menudo vienen antes de la información y de las razones. "El uso de grupos de referencia en formar una opinión y la importancia de las gratificaciones especiales intrapsíquicas para ciertas opiniones sugieren el siguiente orden: las opiniones primero, la información y las razones después; tenemos una fuerte evidencia experimental para apoyar es

to" (Lane y Sears, 1964). La opinión pública se encuentra moldeada por nuestras necesidades y nuestra imagen de sí mismos.

La opinión pública debe ser la preocupación de los científicos políticos y hacer un reporte total y preciso de los puntos de vista del público. "El gobierno está aprendiendo lo que los negocios aprendieron hace varios años, que cualquier programa diseñado para influir al público debe ser basado en el conocimiento preciso de las actitudes del público. El Doctor Claude Robinson en su relación con los problemas de opinión pública de los negocios e industrias ha ayudado a investigar la utilidad para el mundo de los negocios de las técnicas de opinión pública. Las encuestas de opinión pública a los departamentos administrativos del gobierno han auxiliado a hacer decisiones más justas y sabias. El objetivo de la opinión pública es el de establecer a la luz la preocupación pública acerca de cada problema mayor, establecer prioridades, y entonces descubrir si la gente está deseosa de pagar más" (Gallup, 1978).

Existen dos escuelas de pensamiento en la opinión pública, la académica que es la que describe los eventos y la política, que se refiere a cantidades. Las encuestas de opinión pública han sido totalmente comprobadas tanto en los tiempos de paz como de guerra. Es difícil encon -

trar cualquier tema público en donde las opiniones estuvieran libres de la influencia de los factores económicos. "Desde 1935 en los Estados Unidos es cuando ha sido cubierto desde entonces con encuestas periódicas. El valor de las encuestas para la democracia está escrito dentro del record de esta era. Las encuestas han acelerado los procesos de la democracia, proveyendo no solo reportes precisos sino rápidos de la opinión pública. La gente a menudo cambia su opinión, pero existe la Ley de los Promedios. Aquellos que cambian sus opiniones en una dirección de seguro serán contrabalanceados por aquellos que cambian en dirección opuesta. El resultado neto no representa cambios en los resultados generales" (Gallup, 1978).

Suiza, la nación que es vista como la mejor gobernada del mundo (Encuesta Internacional de Líderes en 1970, citada por Gallup, 1978) proporciona más peso a la opinión pública de sus ciudadanos, y menos a sus líderes, que ninguna otra nación.

"Sin las encuestas de opinión pública, sin el conocimiento adecuado de los puntos de vista de la gente, el líder se encuentra en la situación desafortunada de un comandante militar que debe ir a una batalla sin saber la fuerza de las tropas enemigas" (Gallup, 1978).

II. OPINION PUBLICA : ESTUDIO
DE UN GOBERNANTE

PROBLEMA DE INVESTIGACION
(OBJETIVO DEL ESTUDIO)

El problema de investigación u objetivo de estudio que llevamos a cabo fue el de evaluar la imagen del C. Gobernador Constitucional del Estado de Baja California, Don Roberto De La Madrid Romandía que proyectan los canales de difusión en la Ciudad de Mexicali, a través de varios programas de gobierno con el fin de obtener la opinión pública en seis de once colonias populares a las cuales se les benefició con los servicios de pavimento, luz mercurial, y drenaje pluvial para que con esta información, pueda el C. Gobernador determinar los programas de acción y guiar los intereses de los ciudadanos.

VARIABLES
ESTUDIADAS

VARIABLE DEPENDIENTE :

Imagen pública que los ciudadanos reportaron en sus opiniones.

VARIABLES INDEPENDIENTES :

1. Programa de Pavimentación Integral de Nuestras Ciudades.
2. Programa de Salud y Fuerza (Deporte).
3. Programa de Educación Pública.
4. Programa de Asuntos Culturales.
5. Programa de Huertos Familiares.
6. Programa de Pesca.
7. Programa de Inversión Extranjera.
8. Programa de Industrias Maquiladoras.
9. Programa de Salud Pública.
10. Programa de Protección al Ambiente.
11. Relaciones con los Estados Unidos de Norteamérica.
12. Canales de Difusión.

M E T O D O L O G I A

En orden de discriminar la información pertinente de los sujetos de nuestro estudio tomamos en cuenta como primer punto la importancia que radica en los procesos de la percepción, como "un proceso bipolar que resulta de la interacción de las condiciones de los estímulos, por una parte, y por otra, de los factores internos que corresponden al observador, además de los factores sociales externos" (Whittaker, 1971). Para nuestros propósitos de estudio nos basaremos en la importante influencia que tiene el aprendizaje social en la percepción de los individuos.

Al observar ciertas características de la gente parcialmente les atribuimos ciertas experiencias de nosotros mismos, y preferimos a las personas que sean semejantes a uno, ya que "el grado de atracción interpersonal se correlaciona con la proporción de actitudes similares y disimilares" (Marín, 1975), pues las actitudes contienen funciones adaptativas y son un eslabón "entre las capacidades de percibir y de emprender de una persona, al mismo tiempo que ordenan y dan significado a su experiencia continua en un medio social complejo", así lo señalan Krech, Crutchfield y Ballachey (citados por Mann, 1972).

En nuestro estudio sobre los procesos sociales humanos es de importancia la percepción interpersonal,

es decir, de cómo las personas perciben las experiencias que tienen otras personas a través de ellas mismas, como el estudio de los procesos por los cuales el hombre llega a conocer a otras personas, sus características, similitudes, y atracciones personales. La percepción no es estática y se va modificando "junto con los modos globales de existencia de las colectividades humanas, las formas y los géneros de su percepción, en el transcurso de los períodos históricos" (Goded, 1976).

Todo lo que observamos se encuentra en una relación constante, pues las leyes científicas son típicamente probabilísticas (Rodrigues, 1977) y la forma en la que percibimos está determinada en parte por una característica común a los organismos, en parte por las diferencias individuales y en parte por los factores culturales.

Para conocer la opinión pública y obtener testimonios tanto escritos como orales de un sector de la población empleamos la encuesta como técnica de investigación, ya que su empleo es esencial para medir la opinión que los sujetos tienen por medio de otra técnica, la entrevista, que es empleada para obtener información precisa y es por lo regular oral, y requiere la participación de entrevistador y entrevistado.

Nuestra entrevista tuvo una estructura dirigida, pues nuestras preguntas fueron determinadas de antemano, "la entrevista tiene múltiples usos según el tipo de persona entrevistada, según la finalidad de la entrevista, o según el tipo de datos que tratamos de recabar" (Pardinas, 1976).

Es importante el mencionar a las personas que se les administra la entrevista quién o quiénes son los patrocinadores del estudio. En nuestro caso, para que las personas no se sintieran intimidadas en alguna forma por ser un estudio gubernamental, se les comunicó que era un trabajo escolar que tenían que realizar los alumnos de la escuela preparatoria para su materia de "Taller de Investigación Social".

Otro punto importante que no debe ser pasado por alto es el de proporcionar a los sujetos encuestados las instrucciones necesarias, ya que "las instrucciones que se dan, lo mismo que la introducción a la entrevista deben ser claras, concisas, y expresadas de tal forma que el sujeto se vea motivado a contestar sinceramente el cuestionario. Aunque las escalas de actitudes son utilizadas con frecuencia en Psicología Social, el empleo de cuestionarios para medir las opiniones ha sido también muy popular, ya que el proceso de construcción para una escala de actitudes es largo y costoso" (Marín, 1975).

Las preguntas empleadas fueron de respuestas de a lección forzosa, ofreciendo la posibilidad de dos o más respuestas a cada pregunta cuyas categorías ya habían sido establecidas de antemano, y las posibles respuestas se encontraban ya determinadas y los sujetos tuvieron que evaluar afirmaciones en un continuo de opciones que fueron desde "excelente" hasta "pésimo".

Para obtener sinceridad en las respuestas, ya que dependíamos de la información que los sujetos estuvieron dispuestos a proporcionar, se les comunicó que su nombre quedaría en el anonimato y se les motivó a que respondieran con la máxima sinceridad.

La razón de las encuestas es la de obtener información de los ciudadanos ya que todos tenemos algo que decir, algo nuevo que expresar. "Si las gentes fueran insensibles a las palabras -si no fueran capaces de distinguir entre un concepto y otro- entonces la total razón de ser de las encuestas desaparecería" (Gallup, 1972).

Hasta nuestros días existen más de cuarenta años de experiencias en encuestas para demostrar las opiniones colectivas de la gente y revelan una extraordinaria necesidad de comunicar. "Las personas que rehusan a ser entrevistadas es en porcentaje a menudo un diez por ciento" (Gallup, 1972).

La democracia requiere que los juicios colectivos

de la gente proporcionen sentido a la forma de gobernar y representan a las personas tal y como son, inconsistentes, a menudo no informadas, y cada unas cuantas semanas el público -en los países desarrollados- es entrevistado para que con sus respuestas se establezcan prioridades en los problemas más importantes por los que atraviesa su nación. "Las personas dan su opinión en base a su conocimiento" (Gallup, 1972).

La encuesta de opinión se puede llevar a cabo empleando varios temas no relacionados entre sí, o apenas relacionados, lo cual la hace diferente de las escalas de actitud que son unidimensionales y tienen que ver todas las afirmaciones con un solo contenido básico.

Un aspecto por demás importante es la misión que tienen las personas que participan en la recolección de los datos, es decir, los entrevistadores, los cuales deben ser polivalentes, aptos para ser provocadores y a la vez escuchar, y según Gallup (1972): "deben estar relacionados con la comunidad en la cual entrevisten, debe gustarles el conocer y hablar con la gente, deben asegurar su cooperación haciendo que contesten las preguntas de la encuesta, deben tomar un interés activo y personal en el trabajo que están haciendo, deben llevar a cabo esta tarea como fue planeada y preservar la actitud de objetividad completa, deben ser buenos observados

res con habilidad para analizar, porque a menudo se les llama para que proporcionen algún suplemento de las entrevistas formales con reportes informales para observar lo que la gente entrevistada dice, cómo lo dice y cuáles fueron sus reacciones, y continúa diciendo Gallup que "las mujeres son las mejores entrevistadoras, no solamente en los Estados Unidos, sino virtualmente en cualquier nación donde se han establecido las organizaciones de encuestas de opinión pública".

Se debe diseñar un plan de entrevista para que los entrevistadores obtengan un mayor número de entrevistas en un tiempo óptimo, por medio de un estudio intensivo del tiempo del día cuando los diferentes miembros de un hogar se encuentren en él.

En los resultados de las encuestas se reflejan las opiniones de los que votaron como de los que no votaron, lo cual es importante de tomarse en consideración para los estudiosos de la técnica política.

Lo más difícil e importante en la encuesta lo es la selección de las palabras de las preguntas. Es de hecho a lo que se dedica más tiempo. Las preguntas se establecieron de tal forma que sus palabras fueran entendibles para cualquiera y de un lenguaje comunmente empleado por la basta mayoría. Esta preguntas fueron lo más específicas posible ofreciendo alternativas reales,

pues "la gente es honesta y franca cuando se le preguntan sus puntos de vista sobre una situación que está estructurada en forma apropiada" (Gallup, 1972).

Debe procurarse reducir al máximo el número de palabras, ya que entre mayor número de palabras más fácilmente se influye en las respuestas, y al encuestar, las preguntas deben ser hechas con las palabras exactas con las que fueron redactadas, es decir, deben leerse tal y como se encuentren escritas. Algunos teóricos manifiestan que en los sondeos de opinión pública se tiene el defecto de que las respuestas dependen del cariz dado a las preguntas y la gente contesta lo que cree que debe decir y no lo que realmente es.

Las preguntas no son tan fáciles de manipular para obtener la respuesta que se quiere. Para prevenir prejuicios en las preguntas de las encuestas es conveniente el tener una planta de asesores que representen las diversas ideologías.

Los periódicos, revistas y los medios masivos de comunicación son todos fuentes útiles de ideas para las encuestas de opinión. En nuestro estudio las sugerencias sobre los temas vinieron directamente del Ejecutivo del Estado de Baja California, preocupado del sentir de la población respecto a su imagen de gobernante y de los programas públicos de su administración.

Las encuestas de opinión presentan una clara indicación de los deseos del público para refutar los reclamos de los grupos de presión.

La mayoría de las organizaciones de encuestas evitan temas públicos y complejos ya que prefieren aquellos en los que la gran mayoría de la gente tiene conocimientos y por lo tanto opinión.

No debe suponerse que lo que reporta una persona represente su juicio final. Los resultados de las encuestas difieren ampliamente de tiempo en tiempo. "Las opiniones de una gran muestra permanecen constantes. La opinión pública cambia lentamente y usualmente solo bajo el impacto de eventos importantes" (Gallup, 1972).

Las personas al contestar y recordar un nombre, pudiendo ser éste un signo político y "un signo es siempre un estímulo similar de parte de un estímulo original y solo suficiente para provocar una excitación similar a aquella causada por el estímulo original" (Ederman, citado por Combs, s. f.). "Se supone que la respuesta existe en cierta intensidad y que se dispone de otra información como fuente de estimulación complementaria" (Skinner, 1977).

Independientemente de que las personas reciban los mismos mensajes encontrarán en ellos significados diferentes, ya que depende de lo que buscan o no y de la in

formación y capacidad que tengan para relacionar estos mensajes con otros.

Para determinar con cierta precisión las preguntas de la encuesta existe una regla a seguir: todas las preguntas deben de pasar la etapa de pre-prueba. Esto nos permitirá en algunos casos rediseñar el cuestionario o cédula de entrevista, ya que cuando una pregunta no está clara se escucha por parte del entrevistado: "¿Me repite la pregunta otra vez?". Esto representa un signo de que la pregunta no estuvo lo suficientemente diseñada, y evitar lo que Gallup (1972) menciona: "en cualquier serie de alternativas que se encuentren en un rango de un extremo de la opinión a otro, el ciudadano típico tiene una fuerte inclinación a escoger la de la mitad".

Existen dos tipos de categorías en la opinión pública: una para medir la opinión, la otra para describirla. Diagnosticar es lo primordial. Es importante reportar la tendencia o inclinación de la opinión en todos los problemas, creencias y deseos de la gente.

Los resultados de las encuestas no son realidades arregladas o absolutas, sino estimaciones confiables. El reporte de encuestas debe contener según el Consejo Nacional de Encuestas Públicas (Gallup, 1972), lo siguiente:

"1. El público o universo muestreado.

2. El método para contactar a los individuos que comprenden la muestra.
3. El tamaño de la muestra.
4. La pregunta exacta o las preguntas hechas.
5. El tiempo de entrevista cuando éste es importante.
6. El patrocinador o patrocinadores de la encuesta cuando esto no sea obvio".

En lo que concierne a nuestro estudio queremos señalar que en un principio aplicamos el "Plan Quintamencional" de George Gallup (1972), cuyo objetivo es el de detectar y poder separar a los que tienen opinión de los que no la tienen; nuestra muestra reportó que no podía ser aplicado este procedimiento, ya que carecían de información mínima y difería de la selección muestral de las Encuestas Gallup, y posiblemente por las diferencias culturales de las zonas marginadas donde aplicamos nuestra cédula.

Nuestra investigación estuvo basada en seis colonias populares que fueron utilizadas como universo a estudiar.

El muestreo empleado es uno de los más frecuentes utilizados en Psicología Social, denominándose muestreo de probabilidad de la clase de muestreo al azar o aleatorio, seleccionando a nuestros sujetos utilizando las

tablas de números aleatorios por medio de la división de las manzanas o cuadras de cada una de las colonias encuestadas.

La elección de la muestra es uno de los aspectos más importantes en la investigación y también "el más complicado de las encuestas modernas. A. Connan Doyle autor de la serie Sherlock Holmes hizo de sus personajes hacer esta observación: mientras el hombre individual es un acertijo insoluble, en el agregado llega a ser una verdad matemática. No puede uno precisar lo que un hombre hará, pero puede decirse con precisión que hará un número promedio. Los individuos varían pero los promedios se mantienen constantes" (citado por Gallup, 1972).

Un aspecto por demás importante sobre el tamaño de la muestra y la selección de sujetos es la que tomamos de Gallup (1972), porque así convienen a nuestro estudio: "el tamaño de la muestra es menos importante para obtener resultados confiables. Es más importante la precisión con la cual las personas escogidas para ser entrevistadas reflejen al grupo total, el emplear las palabras de las preguntas tal como se encuentran para desarrollar la información y la precisión de carencia de prejuicios e influencia en el procedimiento de la entrevista por sí misma. El número de personas que deben ser

incluidas en una muestra puede ser determinado por referencia a las leyes de probabilidad establecidas primeramente por Bernoulli en 1713. No se necesita un porcentaje fijo en la muestra. La población muestreada no necesita una relación fija entre el universo. Cuando las muestras están correctamente seleccionadas reflejan las opiniones de la nación entera con un pequeño margen de error".

En el presente trabajo 253 fue el número de casos que empleamos como muestra, que fueron seleccionados en base a los números aleatorios, como se mencionó en páginas anteriores, y que tuvieron las siguientes características:

- Que pertenecieran a cualquiera de las siguientes colonias, próximas a urbanizar y algunas ya en trabajo de urbanización: Baja California, Pueblo Nuevo, Esperanza, Loma Linda, Anáhuac, Constituyentes.
- Que fueran propietarios del predio.
- De cualquier sexo.
- Que estuvieran de alguna forma desposados.
- Que tuvieran hijos.
- Que leyeran o adquirieran cualquier tipo de periódico.

ANALISIS DE
DATOS

En nuestro estudio empleamos tres tipos de análisis diferentes :

- a) un análisis de porcentajes;
- b) mínimos cuadrados o regresión lineal bivariada, y
- c) regresión múltiple.

El primero tuvo por objeto de describir de manera simplificada la opinión de los sujetos encuestados y las características sociodemográficas de los mismos.

El segundo tuvo como objeto poder determinar en que medida cada una de las preguntas estaban relacionadas con cada una de las demás, buscando y tomando en cuenta aquellas preguntas o variables en las que había un porcentaje alto de sujetos que cumplían con la predicción de Y en base a las diferentes ecuaciones de regresión calculadas.

El tercero tuvo por objeto: 1) determinar que parte de la varianza de Y (imagen) estaba explicada por los diferentes programas de acción del C. Gobernador, implantadas en la ciudad; 2) determinar cual de todos los programas (o variables) pesaban más en la formación de la imagen del Gobernador; 3) cuales de las variables (o programas) serían los mejores predictores de la imagen, y 4) cuales programas o variables no son de importancia en la determinación de la imagen del C. Gobernador.

Revisaremos a continuación cada uno de los métodos, desde el punto de vista teórico para posteriormente interpretar los resultados encontrados.

PORCENTAJES

"Los índices tienen gran importancia en el análisis científico, pues simplifican las comparaciones. De hecho, permiten a los investigadores hacer comparaciones que no podrían hacerse por otros medios, o que si se hicieran, sería con gran dificultad. Los datos en bruto suelen ser demasiado complejos como para captarlos y usarlos en manipulaciones matemáticas y estadísticas y, en consecuencia, hay que reducirlos a una forma más sencilla y tratable. Un ejemplo satisfactorio de lo anterior son los porcentajes, que transforman los números originales o en bruto en una forma que permite la comparación.

El porcentaje, que sería una tercera forma de índice, es una variación de la proporción.

Un porcentaje es una proporción multiplicada por 100. Con las proporciones y porcentajes se busca básicamente reducir conjuntos diferentes de números, a conjuntos semejantes de cifras, con una base común. Todo conjunto de frecuencias puede transformarse en proporciones o porcentajes, para así facilitar la manipulación y la interpretación estadísticas.

El cálculo de los porcentajes mejora la comparación y hace más clara la relación". (Kerlinger, 1975, pp. 108-109, 116).

MINIMOS CUADRADOS

Para llegar a determinar una ecuación que relacione a las variables, un primer paso que nos sirve de ayuda es la colección de datos que muestren los correspondientes valores de las variables consideradas. El sistema de puntos resultantes se llama *diagrama de dispersión*. Con éste es posible representar una curva que se aproxime a los datos. Cuando los datos se aproximan en una línea recta se dice que entre las variables existe una relación lineal.

El tipo más sencillo de curva de aproximación es la línea recta, cuya ecuación puede escribirse :

$$Y = a + bX$$

El método que por lo común se emplea para obtener la recta deseada se conoce como *método de los mínimos cuadrados* y la recta resultante se llama *recta de los mínimos cuadrados*.

Para evitar un juicio individual en la construcción de rectas, parábolas u otras curvas de aproximación se emplea este método.

El problema general de encontrar ecuaciones de curvas de aproximación que se ajusten al conjunto de datos es el de buscar la curva de ajuste.

De todas las curvas de aproximación a una serie de datos puntuales la curva que tiene la propiedad de que $D_1^2 + D_2^2 + \dots + D_N^2$ es mínimo se conoce como la

mejor curva de ajuste .

En las diferencias de un valor X_1 dado, habrá una diferencia en Y_1 y su correspondiente valor de la curva, su distancia horizontal con respecto a la curva.

La ecuación básica de la regresión simple es:

$$Y' = a + bX$$

donde X = las puntuaciones de la variable independiente, a = constante de intersección, b = coeficiente de regresión y Y' = puntuaciones predichas de la variable dependiente. Una ecuación de regresión es una fórmula de predicción : los valores de Y se calculan a partir de los valores de X .

El análisis de regresión es más general ya que es más o menos aplicable a casi todos los problemas de investigación con una variable dependiente.

REGRESION MULTIPLE

El análisis de regresión múltiple es un método que se emplea para estudiar, mediante los principios de correlación y regresión, los efectos y las magnitudes de dichos efectos que dos o más variables independientes tienen sobre una variable dependiente.

El análisis multivariable ha revolucionado la investigación de la conducta. Este es un término general con el cual se designa a un grupo de métodos matemáticos y estadísticos cuyo fin es analizar medidas múltiples de N individuos. Los métodos multivariados reflejan la "realidad" del comportamiento.

El análisis de regresión múltiple, si se emplea adecuadamente, cubre la gama del análisis de la varianza y todavía más. El análisis de regresión múltiple es el método más general y potente.

En el modelo de regresión múltiple, se supone que existe una relación lineal entre alguna variable Y , a la cual se le da el nombre de variable dependiente, y k variables independientes, X_1, X_2, \dots, X_k . A las variables independientes se les conoce como variables explicativas, debido a que explican la variación en Y , y como variables de predicción, por su uso en predecir Y .

Indica que fracción de Y probablemente proviene de X_1, X_2, \dots, X_k . Da idea del grado relativo de influencia

cia de las X , y permite contar con pruebas de significación estadística de las influencias combinadas de las X en Y , y la influencia de cada X .

Con base al conocimiento de los valores de dos o más variables independientes, X_1, X_2, \dots, X_k , se intenta predecir la variable dependiente.

La ecuación fundamental para predicción es :

$$Y' = a + b_1 X_1 + \dots + b_k X_k$$

En teoría, no hay límite en cuanto al número de variables que podemos emplear.

El análisis de regresión múltiple es una técnica eficaz para verificar hipótesis del tipo "si p , entonces q ", hacer inferencias al respecto, pues ayuda al científico a estudiar con relativa precisión interrelaciones complejas entre variables independientes y una variable dependiente, y de este modo, contribuye a "explicar" el supuesto fenómeno presentado por la variable dependiente.

El método de regresión siempre funciona cuando existe igualdad de otros factores. Siempre minimiza los errores al cuadrado de predicción. En ambos casos se emplean ecuaciones lineales.

El método de regresión no es una suposición, sino que es un procedimiento preciso basado en datos y un principio matemático poderoso.

III. ANALISIS E INTERPRETACION
DE RESULTADOS

TABLAS DE RESULTADOS

PORCENTAJES

TABLA NUMERO 1

CARACTERISTICAS GENERALES DE LA MUESTRA

-
- LUGAR : MEXICALI, BAJA CALIFORNIA
 - TOTAL DE SUJETOS INVESTIGADOS : 253
 - COLONIAS INVESTIGADAS :
 - 1. BAJA CALIFORNIA
 - 2. PUEBLO NUEVO
 - 3. ESPERANZA
 - 4. LOMA LINDA
 - 5. ANAHUAC
 - 6. CONSTITUYENTES
 - EDAD PROMEDIO DE LOS SUJETOS INVESTIGADOS : 42 AÑOS
 - SEXO DE LOS SUJETOS INVESTIGADOS :
 - MASCULINO : 52
 - FEMENINO : 201
 - PROMEDIO TOTAL DE HIJOS DE LOS SUJETOS INVESTIGADOS : 04
 - SON PROPIETARIOS DEL PREDIO : 253 (100 %)
 - LEEN EL PERIODICO LOCAL : 253 (100 %)
-

La muestra fue estudiada en la ciudad de Mexicali, Baja California, comprendió a 253 sujetos de seis colonias populares, teniendo los sujetos un promedio de 42 años; el 21 % correspondió al sexo masculino y el 79 % al femenino, teniendo un promedio de 4 hijos. En su totalidad son propietarios del predio a urbanizar o urbanizándose y leen en un 100 % los periódicos locales donde se percatan de la imagen pública del C. Gobernador Constitucional del Estado.

Esta muestra es representativa del universo de las once colonias, y sus resultados se pueden generalizar a las mismas.

TABLA NUMERO 2

GRADO DE ESCOLARIDAD DE LOS SUJETOS INVESTIGADOS

	(f)	(%)
1. PRIMARIA INCOMPLETA	145	57
2. PRIMARIA COMPLETA	49	19
3. SECUNDARIA INCOMPLETA	16	7
4. SECUNDARIA COMPLETA	19	8
5. PREPARATORIA INCOMPLETA	04	2
6. PREPARATORIA COMPLETA	08	3
7. UNIVERSIDAD INCOMPLETA	01	1
8. UNIVERSIDAD COMPLETA	06	2
9. TECNICO INCOMPLETO	02	1
10. TECNICO COMPLETO	03	2
	<u>253</u>	<u>100</u>

TABLA NUMERO 3

ESTADO CIVIL DE LOS SUJETOS INVESTIGADOS

	(f)	(%)
- CASADOS :	213	84
- VIUDOS :	23	9
- DIVORCIADOS :	08	3
- UNION LIBRE :	09	4
	<u>253</u>	<u>100</u>

El 57 % de la muestra investigada no completó sus estudios primarios, es decir, carecen de la educación formal mínima, esto es importante para el análisis de la opinión pública pues nos presenta un panorama no muy alentador de la comprensión de los signos e imágenes políticas.

Nuestra muestra representa casi en su totalidad a personas casadas en un 84 %.

TABLA NUMERO 4

PROGRAMA DE PAVIMENTACION

				(en porcentajes)		
				NO SABEN	NO	SI
-	HAN ESCUCHADO ACERCA DEL PROGRAMA DE PAVIMENTACION :	-		10	90	
-	CONSIDERAN QUE AL PAVIMENTARSE SU COLONIA SALDRAN BENEFICIADOS :	-		01	99	
-	CREEN QUE EL COSTO DE LA PAVIMENTACION ES JUSTO :	01		60	39	
-	CREEN QUE EL GOBIERNO DEL ESTADO ESTA CUMPLIENDO CON EL PROGRAMA DE PAVIMENTACION INTEGRAL DE NUESTRAS CIUDADES :	03		18	79	
-	CONSIDERAN AL PROGRAMA DE PAVIMENTACION INTEGRAL DE NUESTRAS CIUDADES QUE ESTA LLEVANDO A CABO EL GOBIERNO DEL ESTADO SEGUN LA SIGUIENTE ESCALA :					

(%)

1.	PESIMO :	02
2.	MAL :	04
3.	REGULAR :	27
4.	BIEN :	51
5.	EXCELENTE:	16
		<u>100</u>

Los datos recabados indican que un 90 % han escuchado acerca del Programa de Pavimentación Integral de Nuestras Ciudades, consideran en un 99 % que saldrán beneficiados al pavimentarse su colonia, 39 % está de acuerdo con el precio que deben cubrir, no un 60 %, consideran que el Gobierno del Estado está cumpliendo en un 79 % con el Programa de Pavimentación y evalúan como bien a este Programa un 51 %, 27 % como regular y un 16 % como excelente.

TABLA NUMERO 5

PROGRAMA DE SALUD Y FUERZA (DEPORTE)

	(en porcentajes)		
	NO SABEN	NO	SI
- HAN ESCUCHADO ACERCA DEL PROGRAMA DE SALUD Y FUERZA :	-	17	83
- PRACTICAN ALGUN TIPO DE DEPORTE :	-	85	15
- CREEN QUE AL PRACTICAR ALGUN DEPORTE INCREMENTE SU ACTIVIDAD DIARIA :	01	05	94
- EN SU COLONIA EXISTEN LUGARES APROPIADOS PARA PRACTICAR EL DEPORTE :	01	20	79
- DE LA SIGUIENTE ESCALA, COMO CALIFICARIA EL PROGRAMA DE SALUD Y FUERZA :			
	(%)		
1. PESIMO :	-		
2. MAL :	-		
3. REGULAR :	13		
4. BIEN :	60		
5. EXCELENTE :	27		
	<u>100</u>		

Un 83 % ha escuchado acerca del Programa de Deporte y un 85 % no lo practica, sin embargo mencionan que el deporte incrementa la actividad diaria en un 94 %, y manifiestan que en su colonia existen lugares apropiados para practicar el deporte en un 79 %, calificando a este Programa como bien en un 60 %, excelente como 27 % y regular un 13 %.

TABLA NUMERO 6

PROGRAMA DE EDUCACION

		(en porcentajes)		
		NO SABEN	ESTA BIEN	ESTA MAL
-	CONSIDERAN QUE LA EDUCACION QUE SE IMPARTE EN LAS ESCUELAS A LAS QUE ASISTEN SUS HIJOS	: 03	81	16
		NO SABEN	NO	SI
-	LO QUE HAN APRENDIDO SUS HIJOS EN LA ESCUELA LES SIRVE PARA OBTENER TRABAJO	: -	33	67
-	CALIFICACIONES OTORGADAS A LA FORMA EN QUE SE ESTA LLEVANDO A CABO EL PROGRAMA DE EDUCACION :			
			(%)	
	1. PESIMO	:	01	
	2. MAL	:	02	
	3. REGULAR	:	22	
	4. BIEN	:	59	
	5. EXCELENTE	:	16	
			<u>100</u>	

Manifiestan que la educación que se imparte en las escuelas a las que asisten sus hijos se encuentra bien en un 81 %, que los que han aprendido sus hijos les sirve para obtener trabajo un 67 % y evalúan al Programa de Educación como bien en un 59 %, excelente un 16 %, y como regular 22 %.

TABLA NUMERO 7

PROGRAMA DE ASUNTOS CULTURALES

		(en porcentajes)	
		NO SABEN	NO SI
-	HAN ESCUCHADO ACERCA DE LOS PROGRAMAS DE ASUNTOS CULTURALES QUE PROPORCIONA EL GOBIERNO DEL ESTADO :	-	22 78
-	HAN PARTICIPADO EN ALGUNA OCASION EN ACTIVIDADES QUE PROPORCIONA NUESTRA CASA DE LA CULTURA :	91	09
-	HAN ASISTIDO AL TEATRO DEL ESTADO:	58	42
-	CALIFICACIONES DE ACUERDO A LA ESCALA SOBRE LAS ACTIVIDADES DEL PROGRAMA DE ASUNTOS CULTURALES DEL GOBIERNO DEL ESTADO :		

(%)

1.	PESIMO	:	-
2.	MAL	:	02
3.	REGULAR	:	17
4.	BIEN	:	63
5.	EXCELENTE	:	18

100

Manifiestan haber escuchado los Programas de Asuntos Culturales un 78 %, y solo un 9 % ha participado en actividades que proporciona la Casa de la Cultura, asistiendo al Teatro del Estado un 42 %. Su evaluación a estos programas es de bien en un 63 %, excelente 18 %, y regular 17 %.

TABLA NUMERO 8

PROGRAMA DE HUERTOS FAMILIARES

	(en porcentajes)		
	NO SABEN	NO	SI
- HAN ESCUCHADO ACERCA DEL PROGRAMA DE HUERTOS FAMILIARES :	-	16	84
- POSEEN UN HUERTO FAMILIAR DONDE CULTIVE VEGETALES :		80	20
- CREEN QUE EL PROGRAMA DE HUERTOS FAMILIARES AUXILIA A LA ECONOMIA FAMILIAR :	01	08	91
- CALIFICACIONES OBTENIDAS SEGUN LA OPINION DE LOS SUJETOS EN CUANTO A LO QUE PRETENDE ESTE PROGRAMA:			

(%)

1. PESIMO	:	-
2. MAL	:	03
3. REGULAR	:	08
4. BIEN	:	52
5. EXCELENTE	:	37
		<u>100</u>

Han escuchado acerca del Programa de Huertos Familiares 84 %, poseen un huerto familiar donde cultivan vegetales solo un 20 %, y el 91 % creen que este programa auxilia a la economía familiar, evaluando a éste como bien 52 %, excelente 37 % y como regular 8 %.

TABLA NUMERO 9

PROGRAMA DE PESCA

		(en porcentajes)	
		NO	SI
-	CONSIDERAN IMPORTANTE EL CONSUMIR PRODUCTOS DEL MAR	: 02	98
-	CONSUMEN PRODUCTOS DEL MAR	: 06	94
-	REGULARIDAD CON LA QUE CONSUMEN PRODUCTOS DEL MAR EN SUS HOGARES :		
			(%)
	1. NUNCA	: 04	
	2. CASI NUNCA	: 08	
	3. MENSUALMENTE	: 04	
	4. QUINCENALMENTE	: 19	
	5. SEMANALMENTE	: 41	
	6. 2 O 3 VECES POR SEMANA:	23	
	7. DIARIO	: 01	
			<u>100</u>
-	CALIFICACIONES OBTENIDAS DE ACUERDO A LA ESCALA POR EL PROGRAMA DE PESCA DEL GOBIERNO DEL ESTADO:		
			(%)
	1. PESIMO	: 03	
	2. MAL	: 24	
	3. REGULAR	: 54	
	4. BIEN	: 19	
	5. EXCELENTE	: 00	
			<u>100</u>

Consideran importante el consumir productos del mar 98 % y consumen dichos productos 94 % semanalmente 41 % de la muestra, evaluando a este programa como regular 54 % y como malo 24 %.

TABLA NUMERO 10

PROGRAMA DE INVERSION EXTRANJERA-----
(en porcentajes)

NO SABEN NO SI

- OPINAN QUE LA INVERSION EXTRANJERA:

1. NO BENEFICIA A NUESTRO ESTADO	26	
2. SI BENEFICIA A NUESTRO ESTADO		74
3. NO SABEN	-	

- EL GOBIERNO DEL ESTADO INTENTA PRO
MOVER LA ECONOMIA MEDIANTE LA IN -
VERSION EXTRANJERA :

1. ESTAN EN DESACUERDO	25	
2. ESTAN DE ACUERDO		74
3. NO SABEN	-	

El 74 % opina que la inversión extranjera sí beneficia al Estado de Baja California y que el Gobierno del Estado promueva a la economía mediante ésta manifestando su acuerdo en un 74 %.

TABLA NUMERO 11

PROGRAMA DE INDUSTRIAS MAQUILADORAS

		(en porcentajes)	
		NO SABEN	NO SI
-	HAN ESCUCHADO ACERCA DEL PROGRAMA DE INDUSTRIAS MAQUILADORAS EN EL ESTADO	21	79
-	ESTAN DE ACUERDO EN QUE TODOS ESTARIAMOS MAS SEGUROS Y TENDRIAMOS MAS GARANTIAS SI SE ESTABLECIERAN MAS MAQUILADORAS EN EL ESTADO	05	95
-	DESEARIAN TRABAJAR SI SE LES PRESENTARA LA OCASION EN ALGUNA MAQUILADORA	23	77
-	TRABAJA USTED O ALGUN FAMILIAR EN UNA MAQUILADORA	(%)	
	1. NINGUNO	71	
	2. FAMILIAR	21	
	3. TRABAJA	08	
		<hr/>	
		100	
-	EL GOBIERNO DEL ESTADO TRATA DE IMPULSAR LA CREACION DE INDUSTRIAS MAQUILADORAS PARA CREAR FUENTES DE TRABAJO, EN SU OPINION, QUE LE PARECE ESTE PROGRAMA:	(%)	
	1. PESIMO	-	
	2. MAL	02	
	3. REGULAR	04	
	4. BIEN	50	
	5. EXCELENTE	44	
		<hr/>	
		100	

Han escuchado acerca del Programa de Industrias Maquiladoras un 79 %, están de acuerdo en que todos estaríamos más seguros y tendríamos más garantías si se establecieran más industrias maquiladoras en el Estado en un 95 %, deseando trabajar si se les presentara la ocasión 77 %. De la muestra investigada el 71 % no trabaja en maquiladoras, solo el 8 % lo hace. Evalúan a este programa como bien 50 % y como excelente un 44 % para que se impulse la creación de industrias maquiladoras y se creen fuentes de trabajo.

TABLA NUMERO 12

PROGRAMA DE SALUD PUBLICA

		(en porcentajes)	
		NO SABEN	NO SI
-	HAN ESCUCHADO ACERCA DEL PROGRAMA DE VACUNACION	:	- 100
-	SE ENCUENTRAN VACUNADOS SUS HIJOS:	-	- 100
-	SEGUN LA SIGUIENTE ESCALA CALIFICACIONES OBTENIDAS POR EL PROGRAMA DE SALUD PUBLICA DIRIGIDO A LA NIÑEZ QUE REALIZA EL GOBIERNO DEL ESTADO:		
		(%)	
1.	PESIMO	:	-
2.	MAL	:	-
3.	REGULAR	:	-
4.	BIEN	:	28
5.	EXCELENTE	:	72
			100

El 100 % ha escuchado acerca del Programa de Vacunación y manifiestan en su totalidad tener vacunados a sus hijos. Evalúan a éste como excelente en un 72 % y como bien 28 %.

TABLA NUMERO 13

PROGRAMA DE CONTAMINACION AMBIENTAL

		(en porcentajes)	
		NO SABEN	NO SI
-	CONSIDERAN QUE "PROTEGIENDO EL AMBIENTE, PROTEGEMOS NUESTRA SALUD":	01	99
-	HACEN ALGO AL RESPECTO :	03	97
-	QUE HACEN AL RESPECTO :		
		(%)	
1.	NADA :	01	
2.	DEPOSITAN LA BASURA ADECUADA MENTE :	36	
3.	NO PRODUCIR RUIDO :	03	
4.	NO PRODUCIR SMOG :	33	
5.	PLANTAR ARBOLES :	03	
6.	BARRER EL FRENTE DE SU CASA :	14	
7.	OTROS :	10	
		<u>100</u>	
-	OPINIONES RESPECTO A LAS CAMPAÑAS QUE REALIZA EL GOBIERNO DEL ESTADO PARA CONTRARRESTAR LA CONTAMINACION AMBIENTAL DE TODO TIPO, DE ACUERDO A LA SIGUIENTE ESCALA :		
		(%)	
1.	PESIMO :	01	
2.	MAL :	02	
3.	REGULAR :	17	
4.	BIEN :	51	
5.	EXCELENTE :	29	
		<u>100</u>	

Consideran que "protegiendo al ambiente protegemos nuestra salud" un 99 % y 97 % manifiestan que hacen algo al respecto como depositar la basura adecuadamente 36 % y no producir smog 33 %. Evalúan a las campañas que realiza el Gobierno del Estado para contrarrestar la contaminación ambiental de todo tipo como bien en un 51 % y como excelente 29 %.

TABLA NUMERO 14

CANALES DE DIFUSION POR LOS QUE SE
ENTERAN DE LAS ACTIVIDADES QUE REA
LIZA DON ROBERTO DE LA MADRID R.

- CANAL DE DIFUSION :

(%)

1. PERIODICO :	58
2. REVISTAS :	-
3. RADIO :	15
4. CINE :	-
5. TELEVISION:	25
6. OTROS :	02

100

- PERIODICO QUE PREFIEREN LEER :

(%)

1. "LA VOZ DE LA FRONTERA" :	95
2. "EL MEXICANO" :	04
3. "EL CENTINELA" :	01
4. OTROS :	-

100

- SECCION DE LOS PERIODICOS QUE PREFIEREN CONSULTAR :

(%)

1. PRIMERA PAGINA :	49
2. EDITORIAL :	06
3. SOCIALES :	14
4. POLICIACA :	17
5. DEPORTES :	06
6. POLITICA :	08
7. FINANZAS :	-
8. AVISO CLASIFICADO :	-
9. ENTRETENIMIENTO :	-

100- OPINIONES ACERCA DE QUE TAN FRECUENTEMENTE DETECTAN
LA APARICION DE LA FIGURA DE DON ROBERTO DE LA MADRID
ROMANDIA EN LOS PERIODICOS LOCALES :

(%)

1. NUNCA :	01
2. MUY POCO :	23
3. FRECUENTEMENTE :	63
4. MUY FRECUENTEMENTE :	13

100

El canal de difusión por el que se enteran de las actividades que realiza Don Roberto De La Madrid Romandía es el del periódico (58 %) y el 25 % por medio de la televisión. El 95 % lee el periódico "La Voz de la Frontera" y consultan únicamente la primera página el 49 % y la policiaca 17 %, detectando la aparición de la figura de Don Roberto De La Madrid frecuentemente un 63 % y muy poco 23 %.

La imagen pública que proyectan de Don Roberto De La Madrid los periódicos locales según los ciudadanos entrevistados está bien en un 50 % y regular un 33 %.

TABLA NUMERO 16

IMAGEN QUE SE PROYECTA DE SU FORMA DE
VESTIR SEGUN OPINAN LOS SUJETOS INVES-
TIGADOS EN LA MUESTRA

		(en porcentajes)		
		NC SABE	NO	SI
-	HAN OBSERVADO LA FORMA DE VESTIR DEL GOBERNADOR :	01	10	89
-	DON ROBERTO DE LA MADRID ROMANDIA VISTE COMO DEBE VESTIR UN GOBERNADOR DE ESTADO :	03	40	57
-	DIVERSAS CALIFICACIONES A LA FORMA DE VESTIR DE DON ROBERTO DE LA MADRID ROMANDIA :	(%)		
	1. PESIMO :	03		
	2. MAL :	04		
	3. REGULAR :	31		
	4. BIEN :	53		
	5. EXCELENTE :	<u>09</u>		
		100		
-	CALIFICACION FORMAL E INFORMAL DE LA FORMA DE VESTIR DEL C. GOBERNADOR :	(%)		
	1. INFORMAL :	46		
	2. FORMAL :	<u>54</u>		
		100		

La imagen que se proyecta de su forma de vestir que han observado 89 % de la muestra manifiestan que Don Roberto De La Madrid Romandía viste como debe vestir un Gobernador de Estado en un 57 %, evaluando su forma de vestir como bien 53 % y como regular 31 %, calificando su forma de vestir como formal 54 % y como informal 46 %.

TABLA NUMERO 17

OPINIONES ACERCA DE LOS VIAJES
QUE REALIZA EL C. GOBERNADOR
TANTO AL INTERIOR COMO AL EXTE
RIOR DEL PAIS

(en porcentajes)

	NO	SABEN	NO	SI
- CONSIDERAN QUE DON ROBERTO SALE MUCHO FUERA DEL ESTADO	06		55	33
- CREEN QUE LAS VISITAS EN PLAN DE TRABAJO QUE REALIZA DON ROBERTO AL SEÑOR PRESIDENTE BENEFICIAN AL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA	12		13	75
- HAN ESCUCHADO ACERCA DE LOS VIAJES AL EXTRANJERO QUE REALIZA EL C. GOBERNADOR	06		10	84
- ESTIMAN QUE LOS VIAJES AL EXTRANJERO DEL C. GOBERNADOR DEL ESTADO :				

(%)				
1.	NO SABEN	:	03	
2.	ESTAN MAL	:	18	
3.	ESTAN BIEN	:	79	
			100	

- EVALUACIONES ACERCA DE LOS VIAJES AL EXTRANJERO DEL C. GOBERNADOR DEL ESTADO :

(%)				
1.	PESIMO	:	01	
2.	MAL	:	06	
3.	REGULAR	:	25	
4.	BIEN	:	58	
5.	EXCELENTE	:	10	
			100	

Consideran que Don Roberto no sale mucho fuera del Estado un 55 % y que las visitas en plan de trabajo que realiza benefician al Estado de Baja California (75 %). Han escuchado el 84 % acerca de los viajes que realiza al extranjero y estiman que estos están bien en un 79 %, evaluando dichos viajes al extranjero como bien un 58 % y como regular 25 %.

TABLA NUMERO 18

AMISTAD Y APOYO CON EL C. PRESIDENTE

	(en porcentajes)		
	NO SABEN	NO	SI
- CONSIDERAN QUE EL PRESIDENTE LE BRINDA MAS APOYO A ESTE ESTADO QUE A OTROS ESTADOS DE LA REPUBLICA	29	27	44
- EVALUACIONES REALIZADAS ACERCA DE QUE TAN AMIGOS CONSIDERAN QUE SEAN CON ROBERTO DE LA MADRID Y EL C. PRESIDENTE DE LA REPUBLICA:			

(%)

1. PESIMO	:	-
2. MAL	:	-
3. REGULAR	:	09
4. BIEN	:	45
5. EXCELENTE	:	46
		<u>100</u>

El 44 % considera que el C. Presidente de la República le brinda más apoyo a este Estado que a otras entidades federativas y evalúan la amistad entre el Sr. Presidente y el C. Gobernador del Estado como excelentes amigos 46 %, y como buenos amigos en un 45 %.

TABLA NUMERO 19

RELACIONES CON LOS ESTADOS UNIDOS
DE NORTEAMERICA

(en porcentajes)

NO SABEN NO SI

- CONSIDERAN QUE PARA UN EXCELENTE
DESARROLLO DE TODO TIPO EL GOBIER
NO DEL ESTADO DEBA INCREMENTAR
SUS RELACIONES CON LOS ESTADOS
UNIDOS : 02 20 78

- EVALUACION ACERCA DE COMO SE ENCUENTRAN LAS RELACIO
NES ACTUALES DEL GOBIERNO DEL ESTADO CON LOS ESTA-
DOS UNIDOS :

(%)

1. PESIMO	:	03
2. MAL	:	04
3. REGULAR	:	36
4. BIEN	:	43
5. EXCELENTE	:	14
		100

Consideran que para un excelente desarrollo de todo tipo el Gobierno del Estado debe incrementar sus relaciones con los Estados Unidos de Norteamérica un 78 % de la muestra investigada y evalúan las relaciones actuales entre ambos gobiernos como buenas en 43 % y como regulares 36 %.

TABLA NUMERO 20

OPINION SOBRE EL DESEMPEÑO DE
SUS FUNCIONES COMO GOBERNADOR
DEL ESTADO

- EVALUACION ACERCA DE COMO ESTIMAN A LA PERSONA
 DEL C. GOBERNADOR PARA DESEMPEÑAR SUS FUNCIONES
 COMO TAL :

		(%)
1. PESIMO	:	02
2. MAL	:	04
3. REGULAR	:	30
4. BIEN	:	48
5. EXCELENTE	:	16
		100

Evalúan a la persona del C. Gobernador Constitucional del Estado de Baja California para desempeñar sus funciones como tal en un 48 % como bueno y como regular un 30 %, siendo la calificación de excelente un 16 %.

Existe una relación positiva entre los que opinan que Don Roberto De La Madrid viste como debe vestir el C. Gobernador del Estado (57 %) :

- y las personas (77 %) que sí desearían trabajar en una maquiladora si se les presentara la ocasión.
- y del 100 % de las personas que sí han escuchado acerca del Programa de Vacunación Permanente.
- y del 81 % de los que opinan que la educación que reciben sus hijos en las escuelas es buena y del 66 % de los que consideran que lo que han aprendido sus hijos sí les sirve para conseguir trabajo.
- y del 78 % de las personas que sí han escuchado acerca del Programa de Asuntos Culturales.
- y del 84 % de los que han escuchado acerca del Programa de Huertos Familiares y del 92 % que opinan que un huerto familiar sí auxilia a la economía familiar.
- y del 74 % de los que están de acuerdo en que se promueva la inversión extranjera.
- y del 79 % que sí han escuchado acerca del Programa de Maquiladoras.
- y del 79 % que opinan que el Gobierno sí está cumpliendo con el Programa de Pavimentación Integral de Nuestras Ciudades.
- y del 88 % de los que sí han escuchado acerca del Programa de Pavimentación.

- y del 83 % que sí han escuchado acerca del Programa del Deporte.
- y del 94 % que opinan que al practicar algún tipo de deporte incrementa su actividad diaria.

Existe una relación positiva entre las personas que han observado la forma de vestir del C. Gobernador (89 %) :

- y las personas que opinan (78 %) que sí han escuchado acerca del Programa de Asuntos Culturales.
- y las personas (84 %) que sí han escuchado acerca del Programa de Huertos Familiares y del 92 % que consideran que un huerto familiar auxilia a su economía.
- y de los que opinan (98 %) que es importante consumir productos del mar y del 94 % de las personas que si consumen productos marítimos.
- y el 74 % de las personas que consideran que la inversión extranjera beneficia al Estado.
- y del 79 % que han oído hablar acerca del Programa de Maquiladoras y del 96 % que sí estarían más seguras y tendrían más garantías si se establecieran más maquiladoras en el Estado.
- y del 77 % que sí desearían trabajar en una maquiladora si se les presentara la oportunidad.
- y del 100 % de las personas que sí han escuchado acerca del Programa de Vacunación Permanente.
- y del 99 % de las personas que sí vacunaron a sus hijos.
- y del 99 % de las personas que consideran que al proteger el ambiente se protege nuestra salud y del 97 % que sí hacen algo al respecto.

Existe una relación positiva entre las personas que opinan que el C. Gobernador viste formalmente (53 %) :

- y el 74 % que considera que la inversión extranjera beneficia a nuestro Estado.
- y el 74 % que está de acuerdo en que el Estado promueva la economía mediante la inversión extranjera.
- y el 79 % que sí han escuchado acerca del Programa de Maquiladoras.
- y el 77 % que sí desearía trabajar en alguna maquiladora si se le presentara la oportunidad.
- y el 79 % de los que opinan que el Gobierno está cumpliendo con el Programa de Pavimentación.
- y el 79 % de los que consideran que en su colonia sí existen lugares apropiados para practicar el deporte.
- y el 81 % de los que consideran que la educación que se imparte a sus hijos en las escuelas es buena y del 66 % de los que opinan que lo que han aprendido en la escuela si les sirve para obtener trabajo.
- y el 78 % de los que sí han escuchado acerca del Programa de Asuntos Culturales.
- y el 84 % que sí han escuchado acerca del Programa de Huertos Familiares.
- y del 100 % que no sabe si han escuchado acerca del Programa de Pavimentación.

Los que opinan que la forma de vestir del C. Gobernador es informal (46 %) :

- el 4 % lee el periódico "El Mexicano".
- el 49 % consulta en los periódicos locales la primera página.
- y el 36 % deposita la basura adecuadamente.

Existe una relación positiva entre las personas que detectan frecuentemente la aparición de la figura de Don Roberto De La Madrid en los periódicos locales (62 %):

- y el 90 % que sí han escuchado acerca del Programa de Pavimentación y el 98 % que opinan que sí saldrán beneficiados al pavimentarse su colonia, y el 79 % que opina que el Gobierno del Estado si está cumpliendo con el Programa de Pavimentación Integral de Nuestras Ciudades.
- y el 83 % que sí han escuchado acerca del Programa de Salud y Fuerza y del 94 % que opinan que al practicar algún tipo de deporte incrementa su actividad diaria.
- y el 81 % que considera que está bien la educación que se imparte en las escuelas donde asisten sus hijos.
- y el 78 % que sí ha escuchado acerca del Programa de Asuntos Culturales.
- y del 83 % que sí han escuchado acerca del Programa de Huertos Familiares y del 92 % que si opinan que el Programa de Huertos Familiares auxilia a la economía familiar.
- y el 98 % que consideran importante consumir productos del mar y el 94 % que consumen productos del mar, y del 23 % que consumen 2 ó 3 veces por semana.

Existe una relación positiva entre los que consideran que Don Roberto De La Madrid y el Señor Presidente son excelentes amigos (46 %) :

- y el 72 % de los que opinan que es excelente el Programa de Salud Pública dirigido a los niños.

Existe una relación positiva entre los que consideran que Don Roberto De La Madrid y el Señor Presidente son buenos amigos (45 %) :

- y el 50 % que opinan que está bien el Programa de Industrias de Maquiladoras para impulsar la economía del Estado.

Existe una relación positiva entre los que opinan que las visitas en plan de trabajo que realiza Don Roberto De La Madrid al Señor Presidente benefician al Estado de Baja California (75 %) :

- y el 95 % de los que sí están de acuerdo en que todos estaríamos más seguros y tendríamos más garantías si se establecieran más maquiladoras en el Estado.
- y el 77 % que sí desearían trabajar en alguna maquiladora si se presentara la oportunidad, y el 79 % que han escuchado acerca del Programa de Maquiladoras y del 100 % que han escuchado acerca del Programa de Vacunación.
- y el 90 % de los que sí han escuchado acerca del Programa de Pavimentación, y el 99 % de los que opinan que serán beneficiados al pavimentarse su colonia.
- y el 83 % de los que no han escuchado acerca del Programa de Salud y Fuerza.
- y el 79 % que manifiestan que en su colonia sí existen lugares apropiados para practicar deporte.
- el 78 % de los que sí han escuchado acerca del Programa de Asuntos Culturales.
- y el 92 % de los que opinan que el Programa de Huertos Familiares beneficia a la economía familiar.
- y el 98 % que sí considera importante consumir productos del mar y del 94 % que los consumen.
- y el 74 % de los que opinan que la inversión extranjera beneficia al Estado de Baja California.

- y el 74 % de los que están de acuerdo en que el Gobierno del Estado promueva la economía mediante la inversión extranjera.
- y el 99 % de los que si tienen vacunados a sus hijos.
- y el 99 % de los que opinan que protegiendo el ambiente protegemos nuestra salud, y el 97 % de los que hacen al go al respecto.

Existe una relación positiva entre las personas que opinan que el Presidente le brinda más apoyo a este Estado que a otros Estados de la República (44 %) :

- y el 92 % de los que opinan que el Programa de Huertos Familiares auxilia a la economía familiar.
- y el 98 % de los que sí consideran importante el consumir productos del mar.
- y del 74 % de los que opinan que la inversión extranjera beneficia al Estado de Baja California.
- y el 74 % de los que sí están de acuerdo en que se promueva la economía mediante la inversión extranjera.
- y el 78 % que sí han escuchado acerca del Programa de Asuntos Culturales.
- y el 84 % que sí han escuchado acerca del Programa de Huertos Familiares.
- y el 95 % que prefieren leer el periódico "La Voz de la Frontera" no saben si el Presidente le brinda más apoyo a este Estado que a los demás Estados de la República.
- el 29 % que no saben si el Presidente le brinda más apoyo a este Estado no han participado (90 %) en actividades de nuestra Casa de la Cultura, y no han asistido al Teatro del Estado (58 %; no poseen huertos familiares (80 %) y el 85 % no practica algún tipo de deporte.

- el 94 % si creen que al practicar algún tipo de deporte incrementa su actividad diaria.
- el 79 % manifiestan que en su colonia sí hay lugares para practicar el deporte.
- el 81 % que si consideran que la educación que se imparte en las escuelas a las que asisten sus hijos está bien y del 66 % que opinan que lo que han aprendido sus hijos en la escuela les sirva para obtener trabajo.
- el 90 % que sí han escuchado acerca del Programa de Pavimentación y del 79 % que si creen que el Gobierno del Estado está cumpliendo con dicho programa.
- y el 83 % que no saben si han escuchado acerca del Programa de Salud y Fuerza.
- y el 79 % que no saben si han escuchado acerca del Programa de Maquiladoras.
- y el 77 % que no saben si desearían trabajar en una maquiladora.

Los que no saben (29 %) si el Presidente le brinda más apoyo a este Estado :

- el 60 % no cree que el costo de la pavimentación sea justo y el 70 % no trabaja ningún familiar en alguna maquiladora.

REGRESION MULTIPLE

TABLA NUMERO 21

MEDIAS DE LAS OPINIONES OBTENIDAS Y DESVIACION ESTANDAR

VARIABLE	CALIF. MAX.		DIFERENCIA	DESVIACION ESTANDAR
	MEDIA	POSIBLE		
IMAGEN	31.5	43	15.5	4.4
PAVIMENTACION	10.8	13	2.2	1.4
DEPORTE	10.8	13	2.2	1.3
EDUCACION	7.4	9	1.6	1.2
ASUNTOS CULT.	8.2	11	1.8	1.2
HUERTOS FAM.	9.2	11	1.8	1.2
PESCA	11.2	17	5.8	1.4
INVERSION EXTR.	3.5	4	0.5	0.9
MAQUILADORAS	10.2	13	2.8	1.5
VACUNACION	8.7	9	0.3	0.5
CONTAMINACION	10.9	15	4.1	1.9
CANALES DE DIF.	7.9	19	11.1	2.5
RELACION CON EEUU	5.4	7	1.6	1.1

Podemos afirmar que las variables detectadas en el presente estudio comparando las medias obtenidas con la calificación más alta posible, ya que la desviación estándar es mínima, según las opiniones de los sujetos investigados :

- Que la imagen es buena.

- Que el Programa de Pavimentación es excelente.
- Que el Programa del Deporte es excelente.
- Que el Programa de Educación es excelente.
- Que el Programa de Asuntos Culturales es excelente.
- Que el Programa de Huertos Familiares es excelente.
- Que el Programa de Pesca es bueno.
- Que el Programa de Inversión Extranjera es excelente.
- Que el Programa de Maquiladoras es excelente.
- Que el Programa de Vacunación es excelente.
- Que el Programa de Contaminación Ambiental es excelente.

- Que los canales de difusión son buenos.

TABLA NUMERO 22
VARIABLES EN LA ECUACION DE REGRESION MULTIPLE

VARIABLE	BETA	ERROR ESTD B	F
EEUU	0.3	0.2	22.4
PAVIMENTACION	0.2	0.2	6.4
EDUCACION	0.1	0.2	2.5
ASUNTOS CULT.	0.2	0.2	12.6
MAQUILADORAS	0.1	0.2	5.0
CONTAMINACION	0.2	0.1	10.2

Estas variables son significativas al nivel
de confianza de 0.01

DEPORTE	-0.1	0.2	1.5
HUERTOS FAM.	0.0	0.2	0.4
PESCA	0.2	0.2	0.2
INVERSION EXTR	0.0	0.3	0.2
VACUNACION	0.1	0.5	0.7
CANALES DE DIF.	0.0	0.1	0.0

Estas variables no son significativas al ni-
vel de confianza 0.01, ni al 0.05.

Las variables que más se relacionan con la imagen pública del C. Gobernador Constitucional del Estado de Baja California son :

- Las relaciones que imperan con los Estados Unidos de Norteamérica.
- El Programa de Pavimentación Integral de Nuestras Ciudades.
- El Programa de Educación Pública.
- El Programa de Asuntos Culturales.
- El Programa de Industrias Maquiladoras.
- El Programa de Contaminación Ambiental.

Las variables que no se relacionan con la imagen pública del C. Gobernador son :

- Programa de Salud y Fuerza (Deporte).
- Programa de Huertos Familiares.
- Programa de Pesca.
- Programa de Inversión Extranjera.
- Programa de Vacunación.
- Canales de difusión de la imagen del C. Gobernador.

TABLA NUMERO 23

COEFICIENTE DE CORRELACION

VARIABLE	R	ORDEN DE IMPORTANCIA	P
REL. CON EEUU	0.3195	1	0.01
PAVIMENTACION	0.2439	2	0.01
ASUNTOS CULT.	0.2370	3	0.01
MAQUILADORAS	0.2066	4	0.01
CONTAMINACION	0.2017	5	0.01
EDUCACION	0.1777	6	0.01
INVERSION EXTR.	0.1723	7	0.01
HUERTOS FAM.	0.1377	8	0.01
VACUNACION	0.1353	9	0.05
DEPORTE	0.1123	10	- -
PESCA	0.0379	11	- -
CANALES DE DIF.	0.0263	12	- -

Variables que relacionan en forma significativa con la imagen del C. Gobernador Constitucional del Estado de Baja California y que son las mejores predictoras de la misma, tomadas por separado.

- Relaciones con los Estados Unidos de Norteamérica.
- Programa de Pavimentación Integral de Nuestras Ciudades.
- Programa de Educación.
- Programa de Asuntos Culturales.
- Programa de Industrias Maquiladoras.
- Programa de Contaminación Ambiental.
- Programa de Huertos Familiares.
- Programa de Contaminación Ambiental.
- Programa de Inversión Extranjera.
- Programa de Vacunación.

IV. CONCLUSIONES

CONCLUSIONES GENERALES

De las doce variables estudiadas podemos llegar a la conclusión de que seis de ellas, tomadas al mismo tiempo están estrechamente vinculadas con la variable dependiente, es decir, la imagen del C. Gobernador Constitucional del Estado de Baja California se encuentra relacionada con las siguientes variables, en este caso programas estatales de gobierno :

- En primer lugar con las relaciones con el Gobierno de los Estados Unidos de Norteamérica, pues según la opinión de los ciudadanos las consideran de provecho para el desarrollo económico del Estado de Baja California son de su agrado.
- En segundo lugar, el Programa de Asuntos Culturales, es determinante la influencia de los factores culturales por medio de la participación en campañas populares, y definitivamente encuentran que se está produciendo cultura en nuestro Estado.
- En tercer lugar, el Programa de Contaminación Ambiental al cual consideran relevante para la salud pública.
- En cuarto lugar, el Programa de Pavimentación Integral de Nuestras Ciudades pues consideran que saldrán beneficiados al incorporarlos a la sociedad con estos servicios indispensables en la vida moderna de cualquier ciudad, eliminando toda una serie de trastornos cuando no se encuentran urbanizados los predios.

- En quinto lugar, el Programa de Industrias Maquiladas, pues consideran que se generan empleos y de esa forma podrían incorporarse a la sociedad.
- En sexto lugar, el Programa de Educación Pública, ya que lo consideran importante para la educación de sus hijos y congruente con lo productivo.

Por otro lado, el Programa del Deporte no es significativo pues las personas no realizan deporte alguno, y desconocen por lo tanto la bondad del mismo. En los huertos familiares aunque manifiestan que auxilia a su economía familiar carecen de huerto alguno. En la pesca, debiendo ser significativo debido a la importancia que nuestra península tiene, es decir, se encuentra rodeada por mar, pero para la ciudadanía no tiene que ver con la imagen gubernamental la dieta de productos del mar. Otro aspecto relevante es que opinan que la inversión extranjera sería benéfica para el Estado, y la desean, pero no la relacionan con la política gubernamental, es decir, la consideran aparte, posiblemente se deba al nivel educativo en que se encuentran los sujetos entrevistados. Otra variable como la vacunación tampoco la aparean con la imagen posiblemente se deba a que es un servicio federal, por lo menos como es anunciado en los medios masivos. Y los canales de difusión no influyen en la imagen pública del C. Gobernador, debido a que nuestros sujetos no son informados por los periódicos locales, pues únicamente observan la página principal de estos y no se compenetran

al interior de los mismos, sino que probablemente sean informados por la televisión, donde harán el mínimo esfuerzo por enterarse de los acontecimientos locales.

Probablemente nuestra muestra represente en el aspecto educativo a un alto porcentaje de ciudadanos y como hemos subrayado, la influencia cultural es determinante en la formación de opiniones, nuestra muestra no cuenta siquiera con la primaria terminada.

Sin embargo, evalúan altamente al C. Gobernador en su imagen pública, pues lo consideran un buen gobernante que ejerce sus funciones como tal y en pocas palabras, les agrada su imagen que se proyecta de él, es decir, no les es aversiva, y éste es un aspecto importantísimo para la persona que ejerce el liderazgo de nuestro Estado.

LIMITACIONES DEL ESTUDIO

El presente estudio tiene varias limitaciones, las cuales a continuación se mencionan :

- Los resultados no pueden ser generalizables a toda la Ciudad de Mexicali, Baja California.
- Únicamente podrán ser generalizables a las once comunidades o colonias populares.

SUGERENCIAS AL C. GOBERNADOR

Nuestras sugerencias, Señor Gobernador, son las siguientes :

- Que se continúe el Programa de Pavimentación no solo a estas colonias populares, sino a la mayoría posible de éstas, y que se aceleren las obras, pues se encuentran retrasadas según a lo programado.
- Los siguientes programas colaboran a hacer su imagen más positiva para los ciudadanos : 1) Relaciones con los EEUU, 2) Asuntos Culturales, 3) Contaminación Ambiental, 4) Pavimentación, 5) Industrias Maquiladoras, y 6) Educación Pública.
- Los siguientes programas no colaboran a hacer su imagen positiva para los ciudadanos: 1) Inversión Extranjera, 2) Huertos Familiares, 3) Vacunación, 4) Deporte, 5) Pesca, y 6) Canales de Difusión, en los cuales habrá que hacer investigaciones exhaustivas de estos programas y observar si existen cambios en los mismos o se deba realizar una mayor difusión o promoción de estos.
- Que las relaciones con los Estados Unidos de Norteamérica se tomen más en concordancia con los intereses del Estado, y sobre todo que exista mayor comunicación con los programas que se realizan por allá, es decir, que se aproveche su experiencia.

- Que este estudio de opinión pública no sea el último que se lleve a cabo durante su administración, pues como mencionamos, estos estudios son pauta para regir los programas de acción de cualquier gobierno, especialmente los democráticos.
- Le agradecemos el habernos facilitado los medios para realizar el presente, pero más que nada quiero hacerle saber que fue usted la persona más interesada en este trabajo, lo cual fue una fuerte motivación para el desarrollo del mismo, y a la persona a la cual jamás podríamos fallar; su ideología es excelente, como lo establecen sus programas y la aprobación de los ciudadanos hacia los mismos es manifiesta, y fue en lo personal lo que más nos motivó.
- Estamos agradecidos por su confianza depositada en nosotros para indagar la opinión pública ciudadana con respecto a su imagen.

SUGERENCIAS PARA FUTURAS
INVESTIGACIONES

Nuestras sugerencias para futuras investigaciones en torno a la opinión pública ciudadana, son las siguientes :

- Ver si con una mayor difusión de los programas que no fueron significativos, aumentaría su poder predictivo.
- Analizar cuidadosamente los programas no significativos, para ver si se pueden mejorar, si se mejoran, implementarlos y volverlos a evaluar.
- Determinar que otras variables pueden estar afectando a la imagen del C. Gobernador, puesto que con las estudiadas, sólo se explicó el 27 % de la varianza total.
- Contar con la asesoría pertinente de un equipo de especialistas, que en nuestro Estado de Baja California, fue difícil.
- Obtener la aprobación de un presupuesto para la investigación que permita sufragar la mayoría de los gastos.
- Contar con el apoyo institucional de tiempo para el trabajo que se tiene que desarrollar y no considerar que una investigación no es importante, esto en la mayoría de los casos se debe al desconocimiento de la importancia que implica este tipo de estudios, que a menudo sucede en nuestro país.
- Es importante señalar el papel que el psicólogo social debe desarrollar en este tipo de trabajo, pues la falta de cultura de las personas que se encuentran jerárquicamente a niveles superiores impiden nuestro desarrollo metodológico, consideran que únicamente funcionamos pa

ra realizar estudios de personalidad aplicando tests psicológicos, obstruyendo su visión al tipo de actividades comunitarias que podemos y estamos capacitados para desarrollar.

INDICE DE TABLAS

INDICE DE TABLAS

NUMERO		PAGINA
1.	CARACTERISTICAS GENERALES DE LA MUESTRA.....	102-103
2.	GRADO DE ESCOLARIDAD DE LOS SUJETOS INVESTIGADOS.....	104-105
3.	ESTADO CIVIL DE LOS SUJETOS INVESTIGADOS.....	104-105
4.	PROGRAMA DE PAVIMENTACION.....	106-107
5.	PROGRAMA DE SALUD Y FUERZA (DEPORTE).....	108-109
6.	PROGRAMA DE EDUCACION.....	110-111
7.	PROGRAMA DE ASUNTOS CULTURALES.....	112-113
8.	PROGRAMA DE HUERTOS FAMILIARES.....	114-115
9.	PROGRAMA DE PESCA.....	116-117
10.	PROGRAMA DE INVERSION EXTRANJERA.....	118-119
11.	PROGRAMA DE INDUSTRIAS MAQUILADORAS.....	120-121
12.	PROGRAMA DE SALUD PUBLICA.....	122-123
13.	PROGRAMA DE CONTAMINACION AMBIENTAL.....	124-125
14.	CANALES DE DIFUSION POR LOS QUE SE ENTERAN DE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZA DON ROBERTO DE LA MADRID ROMANDIA.....	126-127
15.	IMAGEN QUE PROYECTAN DE DON ROBERTO DE LA MADRID ROMANDIA LOS PERIODICOS LOCALES.....	128-129
16.	IMAGEN QUE SE PROYECTA DE SU FORMA DE VESTIR SEGUN OPINAN LOS SUJETOS INVESTIGADOS EN LA MUESTRA.....	130-131
17.	OPINIONES ACERCA DE LOS VIAJES QUE REALIZA EL C. GOBERNADOR TANTO AL INTERIOR COMO AL EXTERIOR DEL PAIS.....	132-133

NUMERO	PAGINA
18. AMISTAD Y APOYO CON EL C. PRESIDENTE.....	134-135
19. RELACIONES CON LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA.....	136-137
20. OPINION SOBRE EL DESEMPEÑO DE SUS FUNCIONES COMO GOBERNADOR DEL ESTADO.....	138-139
21. MEDIAS DE LA OPINIONES OBTENIDAS Y DESVIACION ESTANDAR....	153-154
22. VARIABLES EN LA ECUACION DE REGRESION MULTIPLE.....	155-156
23. COEFICIENTE DE CORRELACION...	157-158

SECRETARIA DE EDUCACION Y BIENESTAR SOCIAL

INVESTIGACION ACERCA DE LA IMAGEN DE DON ROBERTO DE LA MADRID ROMANDIA Y LOS SERVICIOS PUBLICOS DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA EN COLONIAS POPULARES EN LA CIUDAD DE MEXICALI, B . C.

MES: JULIO DE 1979

DATO:	COLUMNA:
1. Número de cuestionario	1-3
2. Colonia: BC (1); PN (2); ES (3) LL (4); AN (5); CO (6)	4
3. Edad:	5-6
4. Sexo: M (0); F (1)	7
5. Grado de escolaridad: PI (01); PC (02); SI (03); SC (04) FI (05); PC (06); UI (07); UC (08) TI (09); TC (10); OT (11).	8-9
5. Estado civil: Casado (1); Viudo (2); Divorciado (3); U. Libre (4)	10
6. Número total de hijos:	11-12
7. ¿Lee el periódico? Si (2); No (1)	13
8. ¿Ha escuchado acerca del programa de Pavimentación? Si (2); No (1); NS (0)	14
9. ¿Considera usted que al pavimentarse su colonia saldrá beneficiado? Si (2); No (1); NS (0)	15
10. ¿Cree usted que el costo de la pavimentación es justo? Si (2); No (1); NS (0)	16
11. ¿Cree usted que el Gobierno del Estado está cumpliendo con el Programa de Pavimentación Integral de nuestras ciudades? Si (2); No (1); NS (0)	17
12. ¿Cómo considera usted el Programa de Pavimentación Integral de Nuestras Ciudades que está llevando a cabo el Gobierno del Estado según la siguiente escala? Excelente (5); Bien (4); Regular (3); Mal (2); Pésimo (1).	18

DATO:	COLUMNA:
13. ¿Ha escuchado acerca del Programa de Salud y Fuerza o sea del Deporte? Si (2); No (1); NS (0)	19
14. ¿Practica usted algún tipo de Deporte? Si (2); No (1)	20
15. ¿Cree usted que al practicar algún deporte incrementa su actividad diaria? Si (2); No (1); NS (0)	21
16. ¿Existen en su colonia lugares apropiados para practicar el deporte? Si (2); No (1); NS (0)	22
17. De la siguiente escala, ¿cómo calificaría usted el Programa de Salud y Fuerza o sea del Deporte? Excelente (5); Bien (4); Regular (3); Malo (2); Pésimo (1).	23
18. ¿Considera usted que la educación que se imparte en las escuelas a las que asisten sus hijos: Está bien (2); Está mal (1); No Sabe (0).	24
19. ¿Diría usted que lo que han aprendido sus hijos en la escuela les sirva para obtener un trabajo? Si (2); No (1); NS (0)	25
20. De la siguiente escala, ¿cómo calificaría la forma en que se está llevando a cabo el Programa de Educación? Excelente (5); Bien (4); Regular (3); Malo (2); Pésimo (1).	26
21. ¿Ha escuchado acerca de los Programas de Asuntos Culturales que proporciona el Gobierno del Estado? Si (2); No (1); NS (0)	27

DATO:	COLUMNA:
22. ¿Ha participado en alguna ocasión en actividades que proporciona nuestra Casa de la Cultura? Si (2); No (1)	28
23. ¿Ha asistido usted al Teatro del Estado? Si (2); No (1)	29
24. De la siguiente escala, ¿cómo calificaría usted las actividades del Programa de Asuntos Culturales del Gobierno del Estado? Excelente (5); Bien (4); Regular (3); Malo (2); Pésimo (1).	30
25. ¿Ha escuchado usted acerca del Programa de Huertos Familiares? Si (2); No (1); NS (0).	31
26. ¿Posee usted un huerto familiar donde cultive vegetales? Si (2); No (1).	32
27. ¿Cree usted que el Programa de Huertos Familiares auxilia a la economía familiar? Si (2); No (1); NS (1).	33
28. ¿Cómo calificaría usted en su opinión lo que pretende este programa, según la siguiente escala? Excelente (5); Bien (4); Regular (3); Malo (2); Pésimo (1).	34
29. ¿Considera usted importante el consumir productos del mar? Si (2); No (1); NS (0).	35
30. ¿Consume usted productos del mar? Si (2); No (1).	36
31. ¿Cada cuánto tiempo se consumen productos del mar en su hogar? (1) Diario; (2) 2 ó 3 veces por semana; (3) una vez por semana; (4) una vez por quincena; (5) una vez al mes; (6) casi nunca; (7) nunca.	37

DATO:	COLUMNA:
32. De la siguiente escala, en su opinión, ¿cómo calificaría el Programa de Pesca del Gobierno del Estado? Excelente (5); Bien (4); Regular (3); Malo (2); Pésimo (1).	38
33. ¿Piensa usted que la inversión extranjera: (2) Beneficia a nuestro Estado? (1) Perjudica a nuestro Estado? (0) No sabe.	39
34. El Gobierno del Estado intenta promover la economía mediante la inversión extranjera: (2) ¿Está usted de acuerdo? (1) ¿Está usted en desacuerdo? (0) No sabe.	40
35. ¿Ha escuchado acerca del Programa de Industrias Maquiladoras en el Estado? Si (2); No (1); NS (0).	41
36. ¿Está usted de acuerdo en que todos estaríamos más seguros y tendríamos más garantías si se establecieran más maquiladoras en el Estado? Si (2); No (1); NS (0).	42
37. ¿Trabaja usted o algún familiar en una maquiladora? (2) Trabaja; (1) Familiar; (0) Ninguno.	43
38. ¿Desearía trabajar si se le presentara la ocasión en alguna maquiladora? Si (2); No (1); NS (0).	44
39. El Gobierno del Estado trata de impulsar la creación de industrias maquiladoras para crear fuentes de trabajo. En su opinión, ¿qué le parece este programa? Señale en la escala? Excelente (5); Bien (4); Regular (3); Malo (2); Pésimo (1).	45

DATO:	COLUMNA:
40. ¿Ha escuchado usted acerca del Programa de Vacunación? Si (2); No (1); NS (0).	46
41. ¿Se encuentran vacunados sus hijos? Si (2); No (1); NS (0).	47
42. ¿Qué opina del Programa de Salud Pública dirigido a la niñez que realiza el Gobierno del Estado? Señale en la siguiente escala? Excelente (5); Bien (4); Regular (3); Malo (2); Pésimo (1).	48
43. ¿Cree usted que "protegiendo el ambiente, protegemos nuestra salud"? Si (2); No (1); NS (0).	49
44. ¿Hace usted algo al respecto? Si (2); No (1); NS (0).	50
45. ¿Qué hace al respecto? (0) No hace nada; (1) Deposita la basura adecuadamente; (2) No produce ruido; (3) No produce smog; (4) Planta árboles; (5) Barre el frente de su casa; (6) Otros.	51
46. ¿Qué opina usted de las campañas que realiza el Gobierno del Estado para contrarrestar la contaminación ambiental de todo tipo, de acuerdo a la siguiente escala? Excelente (5); Bien (4); Regular (3); Malo (2); Pésimo (1).	52
47. ¿Cuál es el medio de difusión por el que usted se entera de las actividades que realiza Don Roberto De La Madrid Romandía? (1) Periódico; (2) Revistas; (3) Radio; (4) Cine; (5) T.V.; (6) Otros.	53
48. ¿Cuál es el periódico que usted prefiere leer? (1) La Voz de la Frontera; (2) El Mexicano; (3) El Centinela; (4) Otros.	54

DATO:	COLUMNA:
49. ¿Qué sección de los periódicos prefiere consultar? (1) Primera página; (2) Editorial; (3) Sociales; (4) Policiaca; (5) Deportes; (6) Política; (7) Finanzas; (8) Aviso Clasificado; (9) Entretenimiento.	55
50. ¿Qué tan frecuentemente detecta usted la aparición de la figura de Don Roberto De La Madrid en los periódicos? (3) Muy frecuentemente; (2) Frecuentemente; (1) Muy poco; (0) Nunca.	56
51. ¿De la siguiente escala, cómo calificaría la imagen que proyectan de Don Roberto De La Madrid los periódicos locales? Excelente (5); Bien (4); Regular (3); Mala (2); Pésima (1).	57
52. ¿Ha observado la forma de vestir del Gobernador? Si (2); No (1); NS (0).	58
53. ¿Diría usted que Don Roberto viste como debe vestir el C. Gobernador del Estado? Si (2); No (1); NS (0).	59
54. ¿Cómo calificaría usted la forma de vestir del C. Gobernador? (2) Formal; (1) Informal.	60
55. De la siguiente escala, en su opinión, ¿cómo calificaría la forma de vestir de Don Roberto De la Madrid? Excelente (5); Bien (4); Regular (3); Mal (2); Pésimo (1).	61
56. ¿Considera usted que el Presidente le brinda más apoyo a este Estado que a otros Estados de la República? Si (2); No (1); NS (0).	62

DATO:	COLUMNA:
57. ¿Cree usted que las visitas en plan de trabajo que realiza Don Roberto al señor Presidente benefician al Estado de Baja California? Si (2); No (1); NS (0).	63
58. ¿De la siguiente escala que tan amigos considera usted que sean Don Roberto y el Presidente de la República? Excelentes amigos (5); Buenos amigos (4); Regulares amigos (3); Malos amigos (2); Pésimos amigos (1).	64
59. ¿Considera usted que para un excelente desarrollo de todo tipo que el Gobierno del Estado deba incrementar sus relaciones con los Estados Unidos? Si (2); No (1); NS (0).	65
60. De la siguiente escala, ¿cómo calificaría usted las relaciones actuales del Gobierno del Estado con los Estados Unidos? Excelente (5); Bien (4); Regular (3); Mal (2); Pésimas (1).	66
61. ¿Ha escuchado usted acerca de los viajes al extranjero que realiza el Gobernador? Si (2); No (1); NS (0).	67
62. En su opinión, ¿considera que Don Roberto sale mucho fuera del Estado? Si (1); No (2); NS (0).	68
63. ¿Qué piensa usted acerca de los viajes del Gobernador al extranjero? Están bien (2); Están mal (1); NS (0).	69
64. De la siguiente escala, ¿cómo calificaría los viajes al extranjero del Gobernador del Estado? Excelente (5); Bien (4); Regular (3); Mal (2); Pésimo (1).	70

DATO:COLUMNA:

65. De la siguiente escala, en su opinión, ¿cómo estima usted a la persona del C. Gobernador para desempeñar sus funciones como tal?
Excelente (5); Bien (4);
Regular (3); Mal (2);
Pésimo (1).

71

Muchas gracias por su colaboración.

Entrevistó:

Fecha:

BIBLIOGRAFIA

- Albig, William.....Modern public opinion
McGraw Hill
New York, 1956
- Allport, Gordon.....¿Qué es la personali-
dad?
Ed. Siglo Veinte
Argentina, 1976
- Altheide, David L.....Creating reality, how
television news distorts
Beverly Hills, California
Sage Publications, 1976
- Aseguera Eva Lydia.....Taller de Lectura y
Redacción Libro 2
ANUIES
Ed. Trillas
México, 1976
- Asti Vera Armando.....Metodología de la
investigación
Ed. Kapelusz
Argentina, 1973
- Azevedo Fernando de.....Sociología de la
Educación
Fondo de Cultura Económica
México, 1973
- Babbie, Earl R.....Survey Research Methods
Wadsworth Publishing Co.
Belmont, California
1973
- Barret, Mervin.....The politics of broadcast
ing
Columbia University
1971
- Best, James.....Public opinion: micro
and macro
Homewood, Illinois
Dorsey Press, 1973
- Bosch García Carlos.....La técnica de la investi-
gación documental. UNAM
Fac. de Ciencias Políticas
y Sociales, México
1974

- Carlson, Robert O.....Communications and public opinion: a Public Quarterly Reading.
Prager, New York, 1975
- Cepedena Tijerina Carlos.....La obtención de información en el cerebro
Tesis profesional
Fac. de Psicología, UNAM
México, 1974
- Chinoy Ely.....La sociedad
Ed. Fondo de Cultura Económica
México, 1966
- Chisman, Forest P.....Attitude Psychology and the study of public opinion
Pennsylvania State University Press, 1976
- Clarke, Peter....."Newspaper, television and political reasoning"
Public Opinion Quarterly
Vol. 42 No. 2, 1978
- Cohen, Jozef.....Procesos del pensamiento
Serie Temas de Psicología
No. 8.
Ed. Trillas
México, 1973
- Combs, James E.....Drama in Life
The uses of communication in society
Communications Arts Books
New York, s. f.
- Crano, William D.....Principles of Research in Social Psychology
New York, 1973(s. e.)
- Cueli y Reidl.....Teorías de la Personalidad
Ed. Trillas
México, 1976

- Davison, Phillips W.....Mass communication research: major issues and future directions, Praeger
New York, 1974
- De La Madrid Romandía Roberto..Primer Informe de Gobierno
Gobierno del Estado de Baja California
Mexicali, 1978
- De La Madrid Romandía Roberto..Algunas expresiones de Roberto
Gobierno del Estado de Baja California
Mexicali, 1977
- Drever, James.....Diccionario de Psicología
Ed. CEPE
Argentina, 1975
- Dreyer, Eduard.....Political opinion and behavior: essays and studies
Duxbury Press
North Satuate, Mass, 1976
- Duncan, Dalziel H.....Communication and social order
The Bedminster Press
New York, 1962
- Epstein, Edward J.....News from nowhere: television and the news
Random House
New York, 1973
- Erikson, Roberts.....American public opinion: its origins, content, and impact
Wiley
New York, 1973
- Escotet, Miguel A.....Estadística Psicoeducativa
Ed. Trillas
México, 1976
- Eysenck, H. J.....Psicología de la decisión política.
Ediciones Ariel
España, 1964

- Ferrini Rios Martha R.....Hacia la educación perso
nalizada
Editorial Edicol
México, 1975
- Fowler, Floyd J.....Citizen attitudes toward
local government, services
and taxes
Ballinger Publishing Co.
Cambridge, Mass. 1974
- Gallup, George Horace.....A guide to public
opinion polls
Princeton University Press
Princeton, N. J., 1948
- Gallup, George Horace.....The sophisticated poll
watchers guide
Princeton Opinion Press
Princeton, B. J., 1972
- Gallup, George Horace.....The Gallup poll public
opinion 1972-1977
Scholarly Resources
Wilmington, Delaware, 1978
- Gans, Herbert J....."Popular culture and high
culture: an analysis and
evaluation of taste"
Public Opinion Quarterly
Vol. 42 No. 3, 1975
- Geldard, Frank A.....Fundamentos de Psicología
Ed. Trillas
México, 1968
- Graber, Doris A.....Verbal Behavior and politics
University of Illinois Press
Chicago, 1976
- Gran Diccionario Enciclopédico. Ed. Repro, S. A.
España, 1972.
- Goded, Jaime.....Los medios de comunicación
colectiva
UNAM, Facultad de Ciencias
Sociales y Políticas
México, 1976

- Goode y Hatt.....Métodos de investigación social
Ed. Trillas
México, 1975
- Gormley, William T.....The effects of newspaper-television cross-ownership on news homogeneity
Institute for Research in Social Science
University of North Carolina
1976
- Guilford, J. P.....Psicología General
Ed. Diana
México, 1960
- Gutiérrez Aragón Raquel.....Principios de la investigación social
Ed. Porrúa
México, 1976
- Hennesy, Bernard C.....Public opinion
The Pennsylvania State University Press
- Hernández Sergio.....Técnicas de investigación documental
Ed. McGraw-Hill
México, 1975
- Hyman, Herbert.....Diseño y análisis de las encuestas sociales
Ed. Amorrortu editores, S.A.
Argentina, 1968
- Hyman, Herbert....."Mass communication and socialization"
Public Opinion Quarterly
Vol. 37 No. 4, 1973
- Katz y Wedell.....Broadcasting in the Third World: promise and performance
Harvard University Press
Cambridge, Mass., 1978
- Kerlinger, Fred N.....Investigación del comportamiento, técnicas y metodología
Ed. Interamericana
México, 1975

- Kinch, John W.....Social Psychology
McGraw-Hill Book Co.
New York, 1973
- Knutson, Jeanne N.....Handbook of political
psychology
Jossey-Bass Inc.
San Francisco, California
1973
- Lafarga Corona Juan.....Desarrollo del potencial
humano, aportaciones de
una psicología humanista
Ed. Trillas
México, 1978
- Laing, Ronald D.....Experiencia y alienación
en el mundo contemporáneo
Ed. Paidós
Argentina, 1971
- Laing, Ronald D.....Percepción interpersonal
Ammorrtu editores
Argentina, 1966
- Lane y Sears.....Public opinion
Englewood Cliffs, N.J.
1964
- Levy, Mark R....."Opinion leadership and
television news uses"
Public Opinion Quarterly
Vol. 42 No. 3, 1975
- Linton, Ralph.....Cultura y Personalidad
Ed. Fondo de Cultura
Económica
México, 1971
- Mann, Leon.....Elementos de Psicología
Social
Ed. Limusa, S. A.
México, 1972
- Mason, Robert D.....Essentials of Statistics
Prentice-Hall Inc.
1976

- Marín, Gerardo.....Manual de investigación en Psicología Social
Ed. Trillas
México, 1975
- Mendelsohn, Harold....."Behaviorism, functionalism, and mass communications policy"
Public Opinion Quarterly
Vol. 38 No. 3, 1974
- Mendieta Alatorre Angeles.....Métodos de investigación documental y manual académico
Ed. Porrúa
México, 1975
- Mussen, Conger y Kagan.....Desarrollo de la personalidad en el niño
Ed. Trillas
México, 1969
- McGuigan, F. J.....Psicología Experimental
Ed. Trillas
México, 1971
- Olea Franco Pedro.....Manual de técnicas de investigación documental para la enseñanza media
Ed. Esfinge
México, 1976
- Pardinas, Felipe.....Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales
Siglo XXI Editores, S.A.
México, 1976
- Pérez Rivera Graciela.....Manual de Didáctica General
Centro de Didáctica, UNAM
1972
- Rascón Ch. Octavio.....Introducción a la Estadística Descriptiva, Vol. I
UNAM
México, 1970
- Ramos Samuel.....El perfil del hombre y la cultura en México
Ed. Espasa-Calpe Mexicana
México, 1971

- Reidl, Lucy M.....Prisonalización en una
cárcel de mujeres
Secretaría de Gobernación
México, 1976
- Rodriguez, Aroldo.....Investigación experimental
en psicología y educación
Ed. Trillas
México, 1977
- Skinner, B. F.....Ciencia y Conducta Humana
Ed. Fontanella, S. A.
España, 1977
- Strouse, James C.....The mass-media, public
opinion, and public policy
analysis, linkage, explora
tions
Charles E. Merrill Publ. Co.
Columbus, Ohio.
- Stipak, Brian....."Attitudes and belief systems
concerning urban services"
Public Opinion Quarterly
Vol. 41, 1977
- Tecla y Garza.....Teorías, métodos y técnicas
en la investigación social
Ediciones de cultura popular
México, 1978
- Wenbug y Wilmot.....The personal communication
process
John Wiley
New York, 1973
- Whittaker, James O.....Psicología
Ed. Interamericana
México, 1971
- Wolff, Werner.....Introducción a la Psicología
Ed. Fondo de Cultura Econó
mica
México, 1974



Impresiones Lupita

MEDICINA No. 25
FRACC. COPILCO UNIVERSIDAD
CIUDAD UNIVERSITARIA, D. F.
TEL. 548-49-79