

82



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES "ACATLAN"

UN NUEVO MARGO JURIDICO A LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y EL uno más uno

2976<sup>25</sup>



TRABAJO DE INVESTIGACION QUE BAJO LA OPCION DE SEMINARIO-TALLER EXTRACURRICULAR DE TITULACION PARA OBTENER EL TITULO DE: LICENCIADO EN PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA PRESENTA: FRANCELIA VARGAS MARTINEZ

ASESOR: LIC. LAURA GONZALEZ MORALES



NAUCALPAN DE JUAREZ

SEPTIEMBRE DE 2001



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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.

Gracias DIOS por no dejarme nunca sola y porque sé que vas a seguir junto a mi hasta el fin.

\*\*\*

Papá, Mamá, he aquí reflejado el sueño que años atrás depositaron en mí, el cual, con su ayuda y dedicación -en ocasiones con regaños y enojos- lo hemos logrado. Gracias porque cada logro mío lo hicieron suyo y sobre todo, cada fracaso, cada vez que caía, ustedes lo hacían conmigo.

\*\*\*

Quizá en días más felices ustedes estuvieron presentes e indudablemente cuando los necesité. Karla, Dalia, Paco e Iris, mis hermanos queridos que en muchas ocasiones fueron mi aliento e inspiración para seguir.

\*\*\*

Papá Florencio, especialmente a tí por ser el mejor abuelo del mundo.

\*\*\*

Enrique, Yanira, Marco y Oscar, por ser parte de mi vida.  
César, Jorge y Alex por ayudarme siempre.

A todos ustedes por estar siempre que los necesite.

Universidad Nacional Autónoma de México, profesores de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán y a mis cinco profesores del seminario, Olga, Héctor, Eduardo, Venus y a usted Lic. Laura por su paciencia. A todos ustedes gracias por compartir su sabiduría.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO 1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS</b>	
1.1. Teoría de la Acción Comunicativa	7
1.2. Teoría de los Campos	12
1.3. Teoría General de Sistemas	16
1.4. Teoría Social de la Comunicación	21
1.4.1. Componentes del Sistema de Comunicación	25
1.4.1.1. Actores	25
1.4.1.2. Instrumentos	26
1.4.1.3. Expresiones	26
1.5. Teoría de la Mediación Social	29
1.5.1. Modelos mediacionales	38
1.5.1.1. Modelos culturales	38
1.5.1.2. Modelos Sociales	40
1.6. La naturaleza comunicativa de la Opinión Pública	42
1.6.1. Componentes del Sistema Opinión Pública	47
1.6.2. Relaciones entre los Componentes del Modelo Dialéctico de la Comunicación	48
1.7. La Opinión Pública en la Comunidad Primitiva	49
1.8. La Opinión Pública en la Cultura Egipcia	58

1.9. La Opinión Pública en Grecia y Roma	61
1.10. La Opinión Pública en la Edad Media	66
1.11. La Opinión Pública en el Renacimiento y Capitalismo	70
1.12. Perspectivas actuales de la Opinión Pública	79

## **CAPÍTULO 2. EL UNOMÁSUNO Y LA LEY FEDERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

2.1. Ubicación histórica del <b>unomásuno</b>	82
2.1.1. El periódico renovador	83
2.1.2. El <b>unomásuno</b> durante 24 años	84
2.1.3. El <b>unomásuno</b> en el siglo XXI	85
2.2. El <b>unomásuno</b> y su organización	87
2.3. Características demográficas	89
2.4. Descripción de la temática	90
2.4.1. La iniciativa	91

## **CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA DE LA ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO**

3.1. Relación del marco teórico con la tabla de especificaciones	93
3.2. Relación de la tabla de especificaciones con el marco contextual	99
3.3. Conceptuación básica empleada para la construcción de la tabla de especificaciones	100
3.3.1. Definición de tabla de especificaciones	100
3.3.2. Definición del término concepto	100
3.3.3. Definición del término categoría	101
3.3.4. Definición de los términos indicador e índice	101
3.3.5. Definición del concepto reactivo	101
3.4. Tabla de especificaciones	104
3.5. Criterios de arboreación	136
3.6. Procedimientos de piloteo	149
3.6.1. Utilidad del piloteo	149
3.6.2. Confiabilidad de los reactivos	149

3.6.3. Informe del procedimiento de piloteo	150
---	-----

#### **CAPÍTULO 4. LEVANTAMIENTO DE DATOS**

4.1. Características de la población	170
4.2. Tipo de levantamiento de datos	172
4.3. Levantamiento de datos	173
4.4. Lectura de datos	177
4.5. Análisis de los resultados	196

<b>CONCLUSIONES</b>	198
---------------------	-----

<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	208
---------------------	-----

<b>ANEXO (Iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social)</b>	
---	--

## INTRODUCCIÓN

El 28 de enero de 1995 la Comisión Especial de Comunicación Social en la Cámara de Diputados impulsó un trabajo parlamentario, fundado en la construcción de consensos y dirigido a modificar el marco legal relacionado con la comunicación social en México. Un año más tarde realizó diez consultas públicas, en las que participaron concesionarios y dueños de medios de comunicación, académicos y especialistas en medios, representantes gremiales, artistas, creadores, escritores y ciudadanos en general, quienes coincidieron en la necesidad de crear una iniciativa que regule a los medios de comunicación.

El 22 de abril de 1997 los diputados federales que integraban la Comisión Especial de Comunicación Social, -del PAN, PRD y PT- presentaron al pleno de la Cámara de Diputados la Iniciativa Federal de Medios de Comunicación Social, proyecto de ley reglamentaria de los artículos 6 y 7 constitucionales en materia de libertad de expresión y derecho a la información.

Esta iniciativa fue creada bajo la premisa de terminar con la "discrecionalidad gubernamental, la complicidad y los favores mutuos, con todo tipo de censura o control de los medios por parte del gobierno o el estado; además de alentar la libertad de



expresión y garantizar el derecho a la información"<sup>1</sup>, provocó polémica entre los trabajadores de los medios de comunicación.

A seis de años de controversia y sin que hasta el momento se haya llegado a una conclusión, el periódico **unomásuno** desea conocer la opinión de su planta de reporteros y colaboradores para lo que resulta necesario realizar un estudio de Opinión Pública.

Dicho estudio se plantea desde una perspectiva comunicativa, se caracteriza por su estricto rigor científico y utiliza como técnica a la encuesta. Así, el objetivo general queda de la siguiente manera: **Conocer la opinión de los reporteros y colaboradores del periódico unomásuno en torno a la creación de un nuevo marco jurídico a los medios masivos de comunicación.**

El presente estudio sostiene como hipótesis que **la opinión de los reporteros y colaboradores –articulistas y columnistas- en torno a la creación de un nuevo marco jurídico para los medios masivos de comunicación está determinado por las variables demográficas y el conocimiento de la temática.**

La investigación comprende cuatro capítulos:

**Capítulo 1.** Enuncia los fundamentos teóricos que son la base del estudio de la opinión publica, donde se presentan las siguientes teorías:

#### **Teorías de sustento**

- o Teoría de la Acción Comunicativa (TAC), de Junger Habermas, que se refiere a que toda acción humana se desarrolla en tres universos.

---

<sup>1</sup> María Teresa Gómez Mont

- Teoría de los Campos (TC), de Pierre Bourdieu, que considera que todo movimiento humano se da en dos campos: el interior y el exterior, siempre a través del lenguaje.

### **Teorías Eje de la Investigación**

- Teoría General de Sistemas (TGS); Teoría Social de la Comunicación (TSC), y Teoría de la Mediación Social (TMS), de Manuel Martín Serrano. Establecen lo que es el análisis sistémico, es decir, la identificación de los elementos que componen a un sistema, las interacciones de sus elementos así como las mediaciones que existen entre ellas.

El conjunto de teorías planteadas anteriormente dan como resultado una perspectiva propia de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán sobre la Opinión Pública, en el sentido de que el individuo actúa en tres grandes esferas:



### **Estudio de Opinión Pública**

Y es en la esfera del decir donde se sitúa el estudio de Opinión Pública en esta investigación.

Asimismo, en este capítulo, como parte de una lógica sistémica se presenta la naturaleza comunicativa la Opinión Pública. También, un recorrido histórico de la Opinión Pública a través de la historia de la humanidad; partiendo de la comunidad

primitiva, la cultura egipcia, helénica y romana, Edad Media, Renacimiento y Capitalismo, hasta llegar a sus perspectivas actuales.

**Capítulo 2.** Se aborda el marco contextual de esta investigación. De manera breve, se presenta la historia del diario **unomásuno**, surgimiento, desarrollo y situación actual. Se enuncian las características de organización y funcionamiento del periódico. Se incluye un organigrama de la empresa, mismo que permite identificar a quienes laboran en ella. Se brindan las características demográficas del grupo de estudio, en este caso, los reporteros y colaboradores. Y al final se presenta una reseña de la Iniciativa Federal de Comunicación Social.

**Capítulo 3.** Aquí se establece la metodología utilizada para la elaboración del cuestionario. Se parte de la información del marco teórico y del marco contextual para la elaboración de la tabla de especificaciones, se presentan los criterios de arboreación, el procedimiento de la prueba piloto del cuestionario y el instrumento definitivo para conocer la opinión de los reporteros y colaboradores del **unomásuno** respecto a la creación de un marco jurídico a los medios masivos de comunicación.

**Capítulo 4.** Contiene el procedimiento del levantamiento de datos mediante el instrumento elaborado en el capítulo tercero. Se especifican las características de la población, el tipo de levantamiento de datos que se llevó a cabo, y se presenta el reporte general del trabajo en campo. Al final de este capítulo se describen los resultados y los cruces respectivos a partir de las variables demográficas.

Posteriormente al capítulo cuarto se presentan las conclusiones generales de la investigación: conclusiones teórico-metodológicas, y técnicas y temáticas.

Finalmente, se presenta un **Anexo**, que contiene una copia de la Iniciativa Federal de Medios de Comunicación.

La propuesta metodológica para el estudio de la opinión pública aquí planteada pueden servir para investigaciones en cualquier ámbito de interés de la sociedad. Sólo hay que tener en cuenta que un nuevo estudio requerirá adaptaciones a las condiciones y necesidades del nuevo proyecto.

Una vez descrita la conformación de la investigación, invito a usted a leer las siguientes páginas.

# Capítulo 1

## Fundamentos Teóricos

## CAPÍTULO 1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

*A continuación se presentan los fundamentos teóricos que serán la base para la conceptualización de la Opinión Pública, que se sustenta en cinco teorías: Teoría de la Acción Comunicativa Teoría de los Campos, Teoría General de Sistemas, Teoría Social de la Comunicación y Teoría de la Mediación Social. También, se ubica la naturaleza comunicativa de la Opinión Pública y el sitio que ha ocupado en la historia de la humanidad; partiendo de la comunidad primitiva, la cultura egipcia, Grecia y Roma, la Edad Media, Renacimiento y Capitalismo hasta las perspectivas actuales de la Opinión Pública.*

### 1.1. TEORÍA DE LA ACCIÓN COMUNICATIVA<sup>2</sup>

*La presente teoría ubica, a través de los conceptos analizados por Jürgen Habermas, los mundos donde se desarrolla toda acción humana.*

En su Teoría de la Acción Comunicativa de los Tres Mundos, Jürgen Habermas, se refiere al *mundo objetivo*, *mundo social* y *mundo subjetivo*, los cuales, dice, no deben confundirse entre sí. El mundo social y el objetivo pueden considerarse dentro del mundo externo, ya que comprende el mundo objetivo de estados de cosas existentes y el mundo social de normas vigentes.

---

<sup>2</sup> Se presenta un resumen de Habermas, Jürgen, "La Teoría de los Tres Mundos" en la Teoría de la Acción Comunicativa. Tomo I. Pp.. 110-122.

El mundo subjetivo corresponde al mundo interno, al que se le atribuye todo aquello que no puede ser incorporado al mundo externo y al que el individuo tiene un acceso privilegiado.

*Mundo objetivo:* Es el de las cosas que ya existen, el mundo de lo posible; todo aquello a lo que se le ha dado forma a través de la expresión de los individuos y que son referentes en el mundo social o externo.

*Mundo social:* Comprende las normas sociales existentes, las cuales varían según el grupo social.

*Mundo subjetivo o interno:* Se constituye con acceso privilegiado por el individuo, en donde ninguna de sus partes ha sido incorporada al mundo externo.

En ese sentido, Karl Popper postuló que se pueden distinguir tres mundos o universos en el siguiente orden: el mundo de los objetos físicos –estados físicos-, el mundo de los estados de la conciencia (estados mentales) y el mundo de los contenidos objetivos de pensamiento, en especial de pensamiento científico y de pensamiento poético y de las obras de arte.

Para Popper, el mundo de los objetos físicos adquiere una posición preponderante respecto a los otros dos; el de los estados de conciencia y el mundo de los estados contenidos objetivos de pensamiento, los cuales, ontológicamente existen por analogía con el primer mundo.

Al referirse a la entidad denominada contenidos semánticos de los productos simbólicos, Popper distingue "entre los contenidos semánticos explícitos que ya están encarnados en fonemas o en signos gráficos, colores o en piedras, también poseen contenidos semánticos implícitos aún no descubiertos y aquellos contenidos implícitos que todavía no han sido descubiertos, simplemente son inherentes a los ya encarnados"<sup>3</sup>.

Estos contenidos semánticos implícitos se transforman en productos simbólicos de la fecundidad humana, que hacen que la mente del individuo comience a desarrollar un trabajo individual para descifrarlos convirtiéndose en un problema autónomo, porque no son creados por el ser humano sino más bien descubiertos por éste. En algunos casos, esos problemas pueden ser irresolubles. Así pues, para su resolución es posible que se inventen nuevas teorías, las cuales, son producto del pensamiento crítico y creador, asistido por otras teorías del tercer mundo.

Una vez producidas esas teorías, señala el autor, se generan inmediatamente nuevos problemas, inesperados y no buscados, problemas autónomos que tienen que ser descubiertos.

A partir de este postulado, según Habermas se explica por qué el tercer mundo es considerado un *status* ontológico, es decir, aquella área que nadie puede dominar y en la que están insertas las contribuciones individuales que son insignificantemente pequeñas.

---

<sup>3</sup> Ibid, p.113



Según Popper, "tanto el primer mundo y el segundo mundo como el segundo y el tercero están directamente en contacto. En tanto que el primero y el tercero sólo interaccionan a través del segundo"<sup>4</sup> por lo que, las entidades del tercer mundo no pueden ser reducidas a estados mentales a fuerza de normas de expresión del espíritu subjetivo, es decir, a entidades del segundo.

La autonomía del tercer mundo, considera Popper, representa una garantía de que tanto el conocimiento de, como la intervención en, los estados del mundo objetivo vienen mediados por el descubrimiento de la lógica específica de los nexos internos del sentido.

Popper establece que las instituciones sociales y las obras de arte constituyen ejemplos vivos de este tercer mundo, que se compone esencialmente de problemas, teorías y argumentos. Asegura que el tercer mundo, por rigor, está constituido por pensamientos objetivos, verdaderos o falsos.

A partir de la teoría de Popper, Jarvie señala que los seres humanos viven en una sociedad, en la cual tienen que orientarse para conseguir lo que quieren como para evitar aquello que no quieren, es decir, confecciona mapas mentales, conceptuales con detalles particulares de la sociedad en los cuales registran su propia posición que los lleve a la concreción de algunos fines.

En base a estos planteamientos, Habermas crea conceptos propios para plantear lo que denomina la teoría de la constitución de la experiencia y adoptar su propio mundo conceptual y su mundo de vida, en el cual interactúan sujetos socializados que participan en procesos cooperativos de la interpretación y hacen uso implícito del concepto de mundo, a lo que Popper llama "productos de la mente humana".

---

<sup>4</sup> Ibid., p. 114

Los participantes en una comunicación que se entienden entre sí sobre algo, no solamente entablan una relación con el mundo objetivo, sino también con el mundo social o subjetivo. Hablantes y oyentes manejan un sistema de mundos co-origenarios pues no sólo dominan un nivel a través del habla, sino que todas las funciones del lenguaje interactúan en un marco evolutivo.

*Como conclusión de las teorías de Habermas y Popper, se establece que el individuo actúa o se mueve en tres esferas:*



Los estudios de Opinión Pública necesariamente estarán en esfera del decir, es por ello que la presente investigación se centrará en dicha esfera.

## 1.2. TEORÍA DE LOS CAMPOS<sup>5</sup>

*Al abordar el tema de la comunicación, Pierre Bordieu establece en su análisis que el ser humano actúa y se expresa en función de dos áreas primordiales, una interna y otra externa. La primera comprende todo el movimiento que culminará en personalidad y cultura, la segunda se refiere al camino del conocimiento interior, es decir, lo que aparece afuera pero tiene significado y está dentro de uno mismo y es una percepción propia.*

En su análisis, Bordieu establece que el mundo interior o interno está conformado por varias formas, la más reconocida de ellas el lenguaje, que ha servido a lo largo de la historia como uno de los grandes mediadores entre lo externo y lo interno. Es meramente el corazón necesario de toda relación subjetiva.

“Las palabras asociadas a cosas y donde las cosas son sustituidas por las nuevas cosas, constituyen palabras que permitirán actuar sobre el mundo cosa-palabra. Por tal razón el lenguaje tiene memoria, deviene entonces en discurso, el mundo es percibido y nombrado, el entendimiento tiene nombres para todo, el juicio asocia en palabras lo que es y lo que no es”.<sup>6</sup>

De acuerdo con Bordieu el mundo exterior en el interior suele tener el mismo nombre: lenguaje, que está constituido de tres momentos que persiguen tres objetivos cognitivos: la exploración, la descripción y la significación, cada uno de ellos con un sentido y un oficio que antecede a un resultado consecuente.

---

<sup>5</sup> Se presenta resumen de Bordieu, Pierre, La Teoría de los Campos. P. 1-17.

<sup>6</sup> Ibid, p.2

La exploración consiste en que el mundo-objeto es para el actor sujeto un escenario de vida social, que lo impresiona y condiciona. En este apartado se trata de elaborar y detallar mapas del mundo objeto en todas las dimensiones posibles, lo que se busca es un acercamiento al exterior desde el interior que tiene claridad y precisión.

El momento de la descripción está ligado a llenar de matices, sensaciones y afectos el mapa considerado como personal, que es aquel que está íntimamente relacionado con el individuo y su percepción del mundo a toda su intensidad.

Aquí lo que se busca es crear una serie de mapas descriptivos que por ley deberán seguir un criterio situacional para indagar sobre las formas históricas, sociales, culturales, comunicativas y cognitivas. Este es el proceso más complejo del lenguaje, el más intenso porque se lleva a cabo una retrospectiva del mundo interior a partir de un contacto muy profundo con lo exterior.

En esta parte del proceso lo cualitativo adquiere todo su peso y las palabras son el instrumento esencial para iniciar la comunicación y tiene como únicos límites los bloqueos a la imaginación y la creatividad.

La significación es el tercer objetivo cognitivo, que requiere la mayor creatividad e imaginación. Aquí se necesita de toda sensibilidad y honestidad. Se delimita el sentido de ubicación en tiempo-espacio y se va dando significado a todos los símbolos del mundo interior y exterior, es decir, el lenguaje y la conciencia operan simultáneamente para configurar significados.

La palabra entonces es un hecho que representa el objeto en sí de conocimientos y de sentidos; los símbolos adquieren un significado en función de la cultura.

Al convertirse la palabra en un hecho que representa el objeto, da paso a aquello que no puede percibirse si no ha sido construido y que recibe el nombre de campo, mismo que puede abarcar la política, la historia, la religión, áreas que constituyen leyes de funcionamiento más o menos invariantes.

Para que un campo funcione es necesario que haya algo en juego (símbolos) y gente (lectores) dispuestos a jugar, es decir, a encontrar, entender, significar, semantizar y transformar.

Los que participan en un campo contribuyen a reproducir el juego que plantea el mundo posible, o sea, a producir la creencia en el valor de los símbolos que están en juego.

Un símbolo no sólo se constituye de substancia, información o modulación de esa información; es también la acción de ser comunicado, significar para alguien y además estar connotado en un período histórico que le es asignado por algún grupo social.

Todo símbolo nace de la historia de una sociedad, que representa la significación cultural y que es producido materialmente en una relación social y a la postre utilizado individualmente.

En la comunicación hay símbolos que sustituyen "cosas", históricas, culturales, sociales y psicológicas, con el fin de encontrar lo que se conoce como grandes referentes que simbolizan una propuesta universal.

Los campos, al igual que la expresión del ser humano, se dividen en externos e internos; los primeros incluyen aquellos referentes cosmogónicos, arquetípicos que delimitan la concepción histórica, la evolución y progreso de la humanidad.

Como campos externos del ámbito cultural se pueden determinar cuatro símbolos muy particulares:

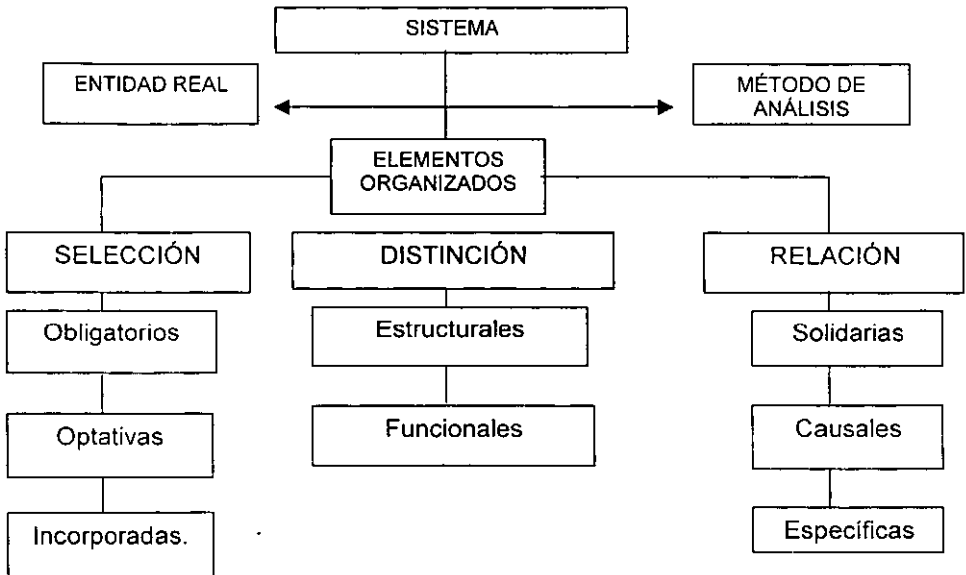
Dios como cúspide y creador de la humanidad y de la naturaleza; la razón humana capaz de conocer y recrear las leyes naturales y dominar las relaciones entre los hombres; el avance tecnológico como creador de todo tipo de satisfactores materiales e inmateriales; y el avance tecnológico que trata de restablecer el equilibrio entre la propia existencia humana y la ecológica.

En el ámbito social los símbolos más reconocidos son: el primer modelo de producción conocido como comunismo primitivo, seguido del esclavismo, el feudalismo, el capitalismo y el comunismo.

Los campos internos son aquellos derivados del contexto psicológico como el raciocinio (el yo); el inconsciente (el ello) y las normas sociales introyectadas (el super yo).

### 1.3. TEORÍA GENERAL DE SISTEMAS<sup>7</sup>

En su *Teoría General de Sistemas*, Manuel Martín Serrano analiza los sistemas y explica la manera en la cual éste, que incluye actores, sustancias, expresivas y expresiones, instrumentos y representaciones, está organizado de tal manera que sirva a la comunicación. También subraya la necesidad de que un sistema se relacione con otro.



El sistema es una entidad que se constituye por la concurrencia de más de un elemento. A los elementos que se organizan en un sistema se les domina componentes del sistema, entendiéndose por sistema a un conjunto constituido por componentes implicados.

<sup>7</sup> Se presenta un resumen de Martín Serrano, Manuel. "Tema 5. Concepto de Sistema" en *Teorías de la Comunicación, Epistemología y Análisis de la Referencia*. P. 93-109.

Para Manuel Martín Serrano existen dos clases de implicación:

**Obligatoria:** Cuando la desaparición del elemento afecta la existencia, el funcionamiento o transforma al sistema.

**Optativa:** Cuando el sistema puede funcionar sin desaparecer y sin transformarse, sustituyendo a ese componente por otro.

Los componentes de un sistema se diferencian por su comportamiento estructural o funcional.

**Estructural:** Cuando un elemento ocupa un lugar específico para que el sistema esté en un estado.

**Funcional:** Cuando un elemento ocupa un lugar específico para que el sistema asuma una función única dentro de un estado.

En su texto, Manuel Martín Serrano clasifica las relaciones entre los componentes de un sistema por su tipo de dependencia:

**Solidarias:** Cuando el cambio de un componente afecta necesariamente a otro y viceversa, mientras que cuando el cambio de un componente afecta a otro, pero no a la inversa, se le llama dependencia causal.

**Específicas:** Las relaciones específicas son aquellas en las que el cambio de un componente afecta en ocasiones a otro componente y viceversa.

A manera de resumen, los sistemas son aquellos conjuntos constituidos por componentes implicados, diferenciados y dependientes.



El análisis sistémico se caracteriza porque se propone explicar la organización del objeto de estudio, y para que éste sea posible la aplicación del análisis sistémico debe ser real. Es posible estudiar a la comunicación porque es un objeto organizado de estudio.

Un objeto de estudio está organizado y por tanto, puede ser analizado como un sistema, siempre y cuando sus componentes presenten las siguientes características:

- 1) hayan sido seleccionados
- 2) se distingan entre sí
- 3) se relacionen entre sí

Ello, de tal modo que esas características puedan ser explicadas como una consecuencia de su pertenencia al sistema. Un componente pertenece a un sistema dado, cuando su existencia es necesaria para que el sistema funcione.

El análisis sistémico puede definirse como el estudio de la organización de los sistemas; consiste en identificar cuáles son los componentes que cada sistema selecciona, cómo se distinguen unos de otros y qué relaciones mantienen en el sistema.

El análisis de la organización de un sistema está dividida en tres niveles: selección de elementos; diferenciación entre los componentes y la predicción sobre el comportamiento de los sistemas, los cuales están implicados.

Los componentes de un sistema se relacionan ya sea de forma obligatoria y optativa. Los primeros se dan cuando "la desaparición de ese elemento tiene como consecuencia la desaparición del sistema, su transformación o su incapacidad para funcionar como tal.

La implicación optativa se manifiesta cuando el sistema puede funcionar sin desaparecer, o reproducirse sin transformarse en otro sistema, sustituyendo ese componente por otro”<sup>8</sup>

Debido a que se diferencian por su estructura o por su función, además, tienen dependencias que pueden ser solidarias, causales o específicas. El conocimiento de esas características permiten conocer qué tipo de sistema es y como funciona. Puede ser abierto o cerrado.

La dificultad mayor o menor para predecir el comportamiento de un sistema (o de un componente) tiene que ver con los grados de libertad que posee el sistema. Por grados de libertad se entiende, según Manuel Martín Serrano, el número de configuraciones o de estados diferentes que, a lo largo del tiempo, presenta el sistema sin transformarse en otro ni destruirse.

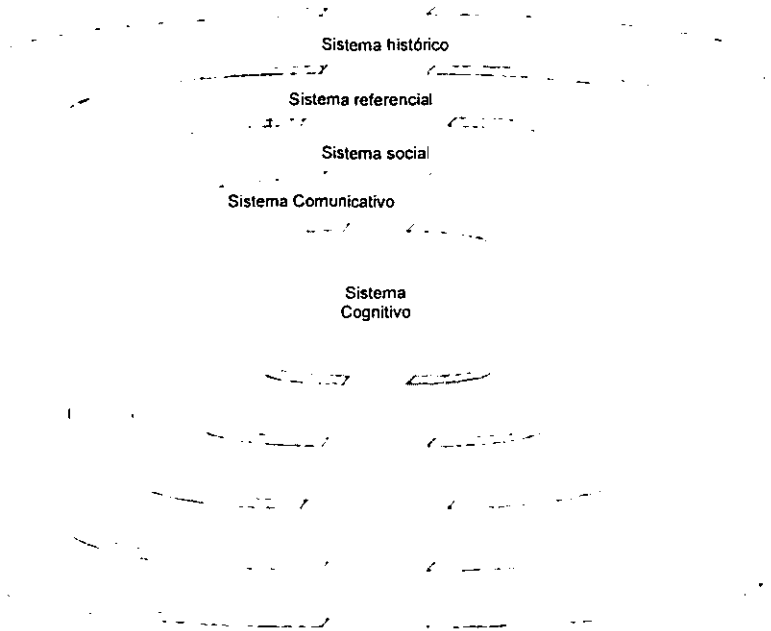
Si en un sistema predominan o sólo existen componentes obligatorios, se le denominará *sistema rígido* y si por el contrario, predominan o existen solamente componentes optativos, es sistema será elástico.

Hay elementos que aunque aparezcan en el sistema no están implicado en él, a ese tipo de sistema se le denomina *incorporados* al sistema. Otra característica de un sistema es la *distinción*, “cuando las diferencias que existen entre ellos –los elementos- o sus diferentes comportamientos son necesarios para que el sistema funcione o permanezca organizado como tal sistema”<sup>9</sup>. Los Sistemas finalizados son aquellos cuya organización y/o funcionamiento se ven afectados por la intervención humana. Las relaciones entre los elementos de los sistemas que son abiertos hacen que éstos sean interactuantes y multiafectados y se han clasificado en los siguientes grandes sistemas:

---

<sup>8</sup> Ibid., p.97

## IDENTIFICACIÓN DE SISTEMAS



---

<sup>9</sup> Ibid., Pp. 98-99

#### 1.4. TEORÍA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN<sup>10</sup>

*La Teoría Social de la Comunicación funda su existencia en el supuesto de que existen interdependencias entre la transformación de la comunicación pública y el cambio de la sociedad, de esta forma se puede decir que la producción social de comunicación es el punto de partida para estudiar esta interdependencia. Para ser una Teoría Social de la Comunicación, la producción social de información tiene que ser afectada por el cambio social y a su vez esta le afecta.*

La Teoría Social de la Comunicación, según Martín Serrano, no puede ser vista o estudiada por sujetos/individuos que no sean seres humanos.

La comunicación se va a dar única y exclusivamente entre dos ó más seres humanos. Se excluye la comunicación intrapersonal, denominada *reflexión*, misma que existe sólo en el mundo interior de cada uno. Por lo que la comunicación animal no es objeto de estudio. Esto es sustentado, porque a diferencia de los animales, los humanos nos podemos comunicar a través de Sistemas de Comunicación complejos, ya que somos los únicos seres que desarrollamos este tipo comunicación.

“La comunicación es la transmisión mensajes de un emisor a un receptor, sobre un referente (entendiendo como referente símbolos, signos simbólicos y gente que quiera jugar el juego de los mismos) por medio de un médium o soporte material”.

---

<sup>10</sup> Se presenta un resumen de Manuel Martín Serrano. Tema 9. Los modelos de la comunicación en La Producción Social de la Comunicación. P. 1-21

La Teoría Social de la Comunicación que se propone poco tiene que ver con los estudios de Comunicación Social. Por eso, conviene hacer una delimitación de campo, que sitúe la nueva reflexión en su contexto científico.

La Teoría se delimita en los siguientes puntos:

- ❖ Se ocupa de las características que diferencian a la *interacción expresiva* de otras modalidades de interacción que recurren a los *actos ejecutivos*. Son actos expresivos aquellos comportamientos de los Actores en los que sus energías están orientadas a producir información destinada a otros Actores. Se distinguen de los actos ejecutivos porque el trabajo del actor aplica su energía a la obtención de expresiones que indican un estado, una necesidad, un objeto, etc.
- ❖ La ciencia social de la comunicación penetra en el ámbito de las humanas cuando seleccionan como objeto de estudio las interacciones expresivas entre actores que son hombres.
- ❖ La comunicación humana se sirve de tecnologías como productos comunicativos, implica a sujetos o se refiere al acontecer que concierne a la comunidad, el estudio de estas prácticas le reserva un lugar a las Ciencias de la Comunicación entre las Sociales.

Así, una Teoría de la Comunicación Humana justifica su especificidad porque los humanos no comunican sólo a propósito de lo que los animales comunican, ni sólo como ellos lo hacen. La denominación al uso para delimitar los trabajos en estos campos es Comunicación Social.

Para comprender la apertura que tienen las Ciencias de la Comunicación a objetos de investigación que comparten con otras Ciencias Sociales, Martín Serrano justifica por las siguientes razones:

- a) <<Comunicación social>> dice demasiado si se fundamenta en el uso <<no privado>> de la información. Toda comunicación humana, incluida la privada, es social en razón de la naturaleza de los Actores. Las respectivas pertenencias de los estudios de <<Comunicación Humana>> y de <<la Comunicación Institucional>> quedan difuminadas.
- b) <<Comunicación social>> dice demasiado poco si se refiere sólo a las interacciones que están tecnológicamente medidas, es decir aquellas en las que se utilizan <<los medios>>. La comunicación pública existe y existió como forma de interacción social sin necesidad de herramienta mediadora alguna. En muchas comunidades funcionan Sistemas Institucionales de comunicación con el mero uso de la palabra hablada.
- c) <<Comunicación social>> es un campo de estudios por el objeto material. Esa sola razón muestra que es una denominación científica incorrecta.
- d) Finalmente, <<Comunicación social>> es una denominación históricamente asociada a una concepción propagandística, cuando no desembozadamente manipuladora, del recurso a la comunicación pública. Enfoque más a social que conviene colocar en su lugar de saber instrumental, para que no siga suplantando al conocimiento científico.<sup>11</sup>

La existencia de información que se produce, distribuye y usa de forma institucionalizada y que concierne a los aconteceres que interesan a la comunidad en su conjunto, es la razón por la cual las Ciencias Sociales de la comunicación pueden tener un área que pertenezca al ámbito de los estudios sociales.

Retomando la Teoría de Sistemas, se subraya que la Teoría Social de la Comunicación, se puede estudiar como un Sistema, ya que esa institucionalización se logra creando una organización más o menos compleja especializada en esa tarea, a la que se asignan recursos materiales y humanos, de igual forma, se presupone, ya que de acuerdo a la propuesta de Sistemas, la Comunicación Humana es considerada para su estudio como un Sistema, Sistema finalizado en donde intervienen componentes cuyas relaciones están organizadas.

Por otra parte, antes el campo de la comunicación no estaba definido, a pesar de que las Ciencias de la Comunicación no pueden estudiar un campo extenso en su totalidad, por lo que la aportación de Martín Serrano es exactamente delimitar este campo de estudio, es decir, se estudiará cómo se realiza la comunicación. De esta forma, tenemos que un comunicólogo va a estudiar:

1. Toda comunicación humana, a nivel privada y social
2. La Comunicación social, ya sea grupal, masiva, animal, entre otros
3. Asimismo, no se puede limitar a la comunicación el uso de un solo soporte
4. La expresión de dos o más humanos<sup>12</sup>

Se define finalmente el objeto de estudio de la Teoría Social de la Comunicación:

- ❖ Cómo se producen las expresiones (orales, visuales y/o auditivas)
- ❖ Cómo se cambian las afectaciones entre el Sistema Social y Comunicativo
- ❖ Relaciona el Sistema Histórico y el Sistema Social

Sin olvidar que este objeto dependerá de la naturaleza del medio.

---

<sup>11</sup> Ibid., p.21.

<sup>12</sup> El presente trabajo abordará únicamente el mundo interno y externo.

## **Justificación de la propuesta de un Modelo Dialéctico**

Dada la interdependencia del Sistema Comunicativo, identificable a partir de ahora como **SC**, con otros Sistemas, principalmente el Social, sus elementos también participan en otros Sistemas, porque no es completamente autónomo; funcionan abiertos a las influencias exteriores de otros Sistemas no comunicativos, estos controlan en mayor o menor grado el funcionamiento del SC. El control se ejerce sobre todos y cada uno de los componentes. A su vez, el propio Sistema de Comunicación afecta el funcionamiento de los otros Sistemas con los que está relacionado. El Sistema Social (**SS**) constituye aquellos sistemas respecto a los cuales se establecen las relaciones de interdependencia más importantes.

### **1.4.1. Componentes del Sistema de Comunicación**

Son cuatro los componentes que por su función se incluyen en el interior de SC.

#### **1.4.1.1. Actores:**

- A. Personas físicas que en nombre propio o como portavoces o representantes de otras personas, grupos, instituciones u organizaciones entran en comunicación con otros Actores. No existe nada, ni nadie que medie la Comunicación, ya que hablo por mí mismo.
  
- B. Personas físicas cuya mediación técnica (actores) se puede comunicar con otros, siempre y cuando su intervención técnica (Medium) en el Proceso Comunicativo excluya, incluya o modifique a los datos de referencia proporcionados por los otros Actores.



En este modelo “la condición de Actor viene referida a la situación de estar directamente implicado en la producción, el consumo o la distribución de comunicación”.

13

#### **1.4.1.2. Instrumentos:**

Son todos los aparatos biológicos o tecnológicos instrumentos tecnológicos que pueden acoplarse a otros biológicos o tecnológicos para obtener la producción, el intercambio y la recepción de señales. Por ejemplo la televisión, ya que gracias a ésta es posible la transmisión de programas a través de las señales que en ella se producen.

Los instrumentos de comunicación se organizan en sistemas de amplificación y de traducción de señales, constituidos por un órgano emisor, un canal transmisor y un órgano receptor, es decir, utilizan información.

#### **1.4.1.3. Expresiones:**

No existe una definición de expresión como tal, sin embargo, el autor Martín Serrano explicará grosso modo su proceso, es decir, cómo se da la expresión con la finalidad de que este término no se confunda posteriormente.

Es sustancia cualquier cosa de la naturaleza, cualquier objeto fabricado o cualquier organismo vivo. Son sustancias expresivas las materias informadas o, si se prefiere, cualquier entidad perceptible por algún sentido de Alter, sobre la cual Ego ha realizado un trabajo expresivo. Las sustancias expresivas cuando son energizadas poseen la capacidad de generar señales, es decir, de modular las energías que pueden afectar a los sentidos de algún ser vivo.

---

<sup>13</sup> Ibid., p.162.

<sup>14</sup> Ibid., p. 165.

Una sustancia está informada cuando puede presentar diferencias perceptibles o puede adoptar diferentes estados perceptibles y algunas de esas diferencias o de esos estados designan algo para alguien.<sup>14</sup> Y se clasifican de la siguiente manera:

<p>Aquellas que proceden de cosas existentes</p>	<p>Aquellos objetos, es decir, cualquier producto que existe como consecuencia del trabajo del hombre sobre las cosas naturales</p>	<p>Aquellos trabajos expresivos corporales</p>
--	---	--

**Representaciones:** Las Representaciones son un conjunto de datos de referencia proporcionado por un producto comunicativo que posee algún sentido para el usuario de esa representación.

Puede generar tres niveles de acción:

- 1) Cuando la representación guía los modelos que sirven para la cognición, lo que el autor Habermas clasifica como el Mundo del Pensar.
- 2) Cuando la representación guía la acción, el Mundo del Hacer. Un claro ejemplo es la publicidad, ya que se manipula al consumidor para adquirir ciertos servicios o artículos..Cuando la representación guía la intención, es decir, la relación entre la intención y el mundo del decir proviene del mundo del pensar.

El Sistema de Comunicación (SC), el Sistema Social (SS) y el Sistema Referencial (SR) constituyen subsistemas en el interior de otro sistema más general. Asimismo, cada uno de estos tres subsistemas aparece abierto a la influencia de los otros. Desde este punto de vista la explicación debe orientarse a dar cuenta de las relaciones

existentes entre los respectivos componentes de cada sistema, sin cuyo requisito no sería posible comprender el funcionamiento interno de los mismos.

### 1.5 TEORÍA DE LA MEDICIÓN SOCIAL <sup>15</sup>

*Se hablará sobre la mediación social, la cual suele estar a cargo de las instituciones culturales políticas, científicas o profesionales. "La mediación es la actividad que impone límites a lo que puede ser dicho, y a las maneras de decirlo, por medio de un sistema".<sup>16</sup> También se especificarán los usos de la comunicación social, los planos que la determinan y de qué forma se encuentra medida.*

Según Manuel Martín Serrano, la Teoría de la Mediación Social permite dar un orden a las cosas, objetos, hechos y conceptos que se han dado dentro de las sociedades occidentales, de acuerdo con su grado de desarrollo, a través de los Modelos Mediacionales. La Mediación Social es capaz de interpretar y sistematizar la diversidad de elementos que se constituyen dentro de un proceso social.

Para Martín Serrano, un modelo puede interpretarse como un sistema codificante, que significa lo mismo que una estructura. Estructura y código son modelos que permiten unificar la diversidad del acontecer desde el punto de vista sociocultural que desde siempre han compartido el mediador y los receptores.

Por lo tanto, si todo modelo es un código, explica el autor, entonces significa lo mismo que coerción. El modelo de coerción explica que el código es una forma de tomar partido acerca de "lo que ocurre", lo que equivale a decir que código e ideología son términos que designan, en este contexto, la misma cosa. "Tal información contenida en el modelo de mediación indica los grados de libertad de las definiciones de la realidad, de las interpretaciones alternativas que puede tomar un miembro de la comunidad respecto al significado del acontecer, respetando el código..."<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Se presenta un resumen de Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Mediación Social.

<sup>16</sup> Ibid., p.54.

<sup>17</sup> Ibid., p.56.

Cabe señalar que la significación del código como control social es una constante cultural, en la medida que el mediador utiliza los mismos supersignos que los sujetos emplean para pensar y actuar. Orden equivale al modo establecido de entenderse con el mundo. Cuando por alguna razón este orden social produce alteraciones, ya sea por ajustes entre normas, tecnología o personalidad, las instituciones mediadoras restablecen el equilibrio. A estos sistemas se les denomina Modelos de Integración. Funcionan como modelos de integración la escuela, la familia y la cárcel.

Esta mediación suele encomendarse a instituciones culturales, políticas, científicas o profesionales. Por ello cuando el mediador introduce un modelo de orden entre las cosas, con el fin de ofrecer una visión estable del mundo, se produce un cambio importante. La información del mediador deja de tener por objeto la realidad original, y por el contrario, a través de ésta, trata de explicar el orden como una forma de interpretar el mundo.

Sólo se puede hablar de mediación cuando determinados significados deben asumir ciertos significantes y cuando se atribuyen los segundos a los primeros, existe un código mediador, es decir, es requisito fundamental la existencia de un referente común.

### **Tipos y características del lenguaje**

En su texto, Manuel Martín Serrano subraya que la comunicación es objetiva, porque el referente es el elemento fundamental de la veracidad. Por ello, la relación que establece el médium –soporte material- con el referente se toma como criterio para clasificar a los media desde el punto de vista de la comunicación, según las características de sus lenguajes.

**CARACTERÍSTICAS DE LOS LENGUAJES**

RELACIÓN DEL SIGNO CON EL REFERENTE	RELACIÓN DEL MENSAJE CON EL REFERENTE		CARACTERÍSTICAS DE LOS CÓDIGOS
Abstractos	Acrónicos Libro/Radio TV en algunas ocasiones	Sincrónicos Radio	Particulares Generales
Icónicos	Cine /TV	Media Index	
Características de los mensajes	Referentes sujetos al control del mediador	Referentes resistentes al control del mediador	

18

Características de los lenguajes:

- ◆ **Abstracto:** Un medio abstracto es el que comunica mediante signos cuyo significante no se parece en nada al referente.
- ◆ **Icónicos:** Es un medio icónico el que contiene una serie de datos o informaciones en los propios significantes, que permiten que esos símbolos sean isomorfos al referente.
- ◆ **Acrónicos:** Están determinados por el lapso que transcurre entre el momento en que ocurre un suceso y el momento en que éste se difunde. En los medios acrónicos el referente está sujeto durante más tiempo al control del mediador.
- ◆ **Sincrónicos:** Son aquellos en los que, gracias a la tecnología, la transmisión suceso es inmediata, casi en el momento que éste sucede.

En estos medios el referente no sufre control alguno del mediador

- ◆ **Index:** Son aquellos que son sincrónicos e icónicos.

Los medios abstractos sólo pueden comunicar mientras empleen un código social particular, un código que es propio del medio que comparten emisores y

<sup>18</sup> Ibid., p.83

receptores. Mientras que los index pueden comunicar si se remiten a códigos sociales generales, códigos que la mayoría de la gente entiende sin que sea necesario un entrenamiento especial.

Cuando un medio es abstracto y acrónimo el mediador tiene mayor control con respecto al referente; sucede lo contrario cuando un medio es icónico y sincrónico, ya que el mediador tiene resistencia al control respecto al referente.

### **Empleo de la comunicación**

En su texto, Manuel Martín Serrano dice que hay distintas formas de empleo de la comunicación para la transmisión de mensajes.

La comunicación es la transmisión de mensajes de un emisor a un receptor a través de un médium, lo que permite determinar la existencia de formas de empleo de la comunicación. De acuerdo con las relaciones que mantiene el mensaje con el emisor, mensaje (signos, código y referente), receptor y medio, es posible distinguir tres formas de empleo de la comunicación.

- ◆ **Informativa:** El emisor utiliza la comunicación para transmitir datos; se emplean los códigos para controlar la información sobre el objeto que llega al receptor.

## SECUENCIA INFORMATIVA

Emisor --- (Mensaje, Código) --- Receptor

objeto

suceso

valor

referente = dato <sup>19</sup>

En éste, el emisor, el médium, el contenido de la información y el receptor comparten un referente sobre el que se comunican y hacen uso de él para comprobar la exactitud de la información. Cuando la comunicación se orienta en este nivel, el emisor facilita un repertorio de datos sobre la realidad, y hace expresos los códigos para que el receptor pueda conocer el sistema codificante que ha aplicado. La relación entre estos elementos lleva a las siguientes funciones:

- ❖ Referencial: explora si existe distinción entre el signo utilizado y la cosa a la que hace referencia.
- ❖ Emotiva: analiza la actitud del emisor respecto a la información que transmite.
- ❖ Conativa: todo mensaje pretende lograr una reacción en el receptor.
- ❖ Metalingüística: el emisor introduce una información con el objeto expreso de aclarar el significado de la propia información.
- ❖ Reproductiva: El emisor utiliza la comunicación para transmitir información sobre la información; emplea los mensajes para controlar los códigos de decodificación que va a aplicar el receptor.



## SECUENCIA INFORMATIVA

Emisor --- (mensaje, objeto) --- Receptor

Código

Referentes = Información

20

En éste, el emisor, el médium, el contenido de la información y el receptor comparten el código sobre el que se comunica. La exactitud de la información se comprueba a través del código. Cuando la comunicación está orientada de esta forma, el emisor ajusta la realidad al sistema de orden que el emisor desea conservar.

Los elementos que se hacen presentes en esta forma de comunicación son los siguientes:

- ❖ **Función ilustrativa:** el referente sirve para proporcionar un ejemplo que confirma la validez del código.
- ❖ **Función técnica:** el mensaje permite que el emisor pase inadvertido. Esta ocultación pretende hacer pasar al emisor por un técnico de la comunicación.
- ❖ **Función de consonancia:** los mensajes tratan de que el receptor adopte como propio el sistema de mediación propuesta por el médium.
- ❖ **Función redundante:** el mensaje reproduce siempre algunas de las subrutinas que forman parte del repertorio aceptado por el código.
- ◆ **Contracomunicativa:** Carece de un código que ponga relaciones al referente con el mensaje; la distribución o la anulación de este código no se debe a la falta de información sino al exceso de ésta.

---

<sup>19</sup> Ibid., p.108

<sup>20</sup> Ibid., p.116

## RELACION DE ELEMENTOS EN LA CONTRACOMUNICACIÓN

(código)

innovadora

(emisor)---emancipadora---(mensaje)---disonante---(receptor)

subversiva

(referente) <sup>21</sup>

Las relaciones que mantienen los elementos de esta forma de comunicación dan como resultado las siguientes funciones:

- ❖ Subversiva: la referencia de los objetos sirve para mostrar que los significados de los mensajes son rutina "cristalizada" que no corresponde a la realidad.
- ❖ Emancipación: el emisor emplea los mensajes para expresar sus, intereses, valores y actitudes generales que introduce el código.
- ❖ Innovadora: la organización del mensaje rompe subrutinas que aplicadas a los datos de la realidad, transforman la información en una mera convención.
- ❖ Provocación de la disonancia: el mensaje es un impacto provocativo que desorganiza los esquemas convencionales que el receptor acepta para interpretar la realidad.

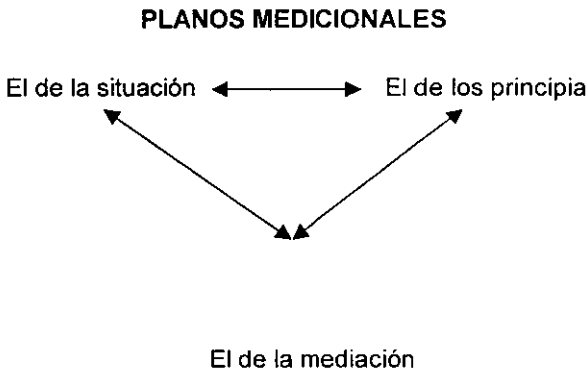
Atendiendo a esto último se dice que cuando existe disonancia entre lo que se informa y lo que acontece, surgen tres planos que permiten la reducción de dicha disonancia.

---

<sup>21</sup> Ibid., p.119

## Planos de lo mediado

Manuel Martín Serrano propone tres planos a partir de los cuales es posible disminuir el estado de disonancia que se dan dentro de la comunicación.

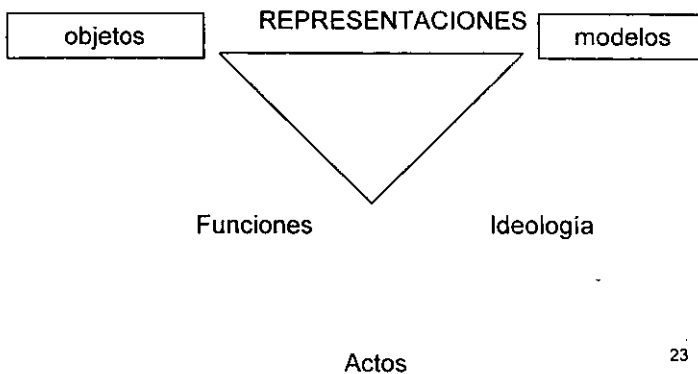


- 1) El plano de la situación: está constituido por los cambios que el acontecer opera en la realidad social (lo que pasa), un suceso que afecta al grupo, una norma que cambia, un código nuevo, etc.
- 2) El plano de los principios: constituido por las circunstancias cuya preservación es fundamental para la reproducción del grupo (lo que debe pasar): bienes de producción, normas, etc.
- 3) El Plano de la mediación: es el plano cognitivo en el que verifica un proceso de interacción entre los otros dos planos (mediación entre lo que pasa y lo que debería pasar).

En estos, el mediador encontrará las cosas como referente en uno u otro plano, e incluso en dos al mismo tiempo. Al respecto el autor apunta que “el cambio social consiste en un permanente proceso de mediación; los elementos significantes que se incorporan al medio humano son relacionados con todas las sucesivas significaciones que se le exigen al medio para que sea humano, mediante modelos que abarcan nuevos ámbitos de aplicación, o salen ámbitos sobre los que otro tiempo mediaron.”<sup>22</sup>

Por ello, para que exista consonancia en la que sea posible el consenso social es necesario que exista un referente: así, cuando los referentes de la situación son heterogéneos respecto al de los principios, el proceso de mediación requiere de la participación de un referente común. En este momento, el mediador introduce códigos para que sirvan como referente, esto con el fin de reducir la disonancia entre el plano de la situación y el plano de los principios. Un esquema general quedaría de la siguiente forma:

En cuanto a las clases de códigos mediadores, Martín Serrano plantea la existencia de tres tipos en función de los referentes mediados:



<sup>22</sup> Ibid., p.119

<sup>23</sup> Ibid., p.79

- 1) Son representaciones las mediaciones que reducen la disonancia entre los objetos y los modelos.
- 2) Son ideologías las mediaciones que reducen la disonancia entre los modelos y los actos.
- 3) Son funciones las mediaciones que reducen la disonancia entre los objetos y los actos.

Sin embargo, estos no representan la única forma de mediación que interviene en la comunicación, ya que existen otros dos a los cuales Martín Serrano denomina Modelos Mediacionales:

### **1.5.1. Modelos Mediacionales**

Manuel Martín Serrano plantea la existencia de modelos mediacionales, tanto culturales como sociales, que permiten establecer las relaciones que se presentan entre los sistemas social y referencial.

#### **1.5.1.1. Modelos culturales**

En su texto, Manuel Martín Serrano muestra que en cada época ha existido un modelo mediador que es lo que ha dado la interpretación histórica del acontecer. Por ello plantea la existencia de cuatro modelos culturales:

- 1) Modelo Medieval: se sustenta en la obra de Dios. "En la época medieval no existía la percepción cultural de un estado artificial (creado por el hombre) en oposición de un medio natural"<sup>24</sup>, sino que todo era percibido como obra de Dios; sólo, consideraban mágicos aquellos efectos que escapaban a dicha percepción, tal fue el caso de la mayoría de los procesos biológicos y químicos.

---

<sup>24</sup> Ibid., p.9

- 2) **Modelo de la Ilustración o Enciclopedismo:** se rige a través de la ciencia experimental. El hombre busca el conocimiento por medio del raciocinio y la inteligencia, mediante la disección y exploración de la naturaleza. En esta época se busca la felicidad mediante la fabricación de objetos materiales como una forma de sustitución del mundo natural.

Esta ideología plantea que ya que la naturaleza no expresa la razón, entonces tiene que ser dominada por ella. De esta forma, la tecnología y la cultura abandonan definitivamente su alianza con la naturaleza y se oponen a ella, la razón triunfa como productividad a nivel tecnológico y como represión a nivel de la socialización.

- 3) **Modelo del Capitalismo:** se basa en el desarrollo tecnológico, todo se explica a través de la razón científica y el progreso humano. En esta época la burguesía logró acrecentar la productividad, hasta entonces impensada, y racionalizó la producción introduciendo la división social del trabajo entre unos hombres, propietarios de los medios de producción, y otros propietarios de su fuerza de trabajo.

Sin embargo, en este proceso eran falsas las esperanzas del logro de la liberación de la sociedad por vía de la razón, ya que ni la sociedad era más justa ni los hombres más libres. A medida que las técnicas eran más racionales y las riquezas materiales más abundantes, las relaciones sociales carecían de razón y la cultura del pueblo se empobrecía.

- 4) **Modelo del Capitalismo Monopólico:** está mediado por un medio artificial. Aquí se propone una aproximación de la realidad fundada en una imagen perceptiva del mundo y una reconciliación total entre el medio natural y el artificial. El cambio a este modelo tiene que ver, en cierta medida, con la aparición de los nuevos medios de comunicación.

Con la aparición de los medios de comunicación masiva, el hombre se empieza a liberar, en cierta forma, de la angustia que le genera desenvolverse en un mundo humano artificial, esto debido a que los medios transforman las cosas en signos, proporcionando representaciones casi idénticas de lo natural.

### 1.5.1.2. Modelos sociales

Martín Serrano, en su Teoría de la Mediación Social, dice que "cada forma de mediar la sociedad tiene su paralelo en una teoría cognoscitiva que puede ser referida a un modelo lógico; este modelo debe dejar que por su medio se exprese la ideología que se utiliza para interpretar el mundo".<sup>25</sup> Y para ello se pueden clasificar cuatro modelos sociales de mediación diferentes:

- 1) Modelo Mosaico: "la mediación mosaica desune los datos, los desarticula y los presenta sin discriminación unos junto a otros, se esfuerza en que las posiciones relativas de los componentes del sistema sean funcionales y no se produzcan inversiones, es un orden de secuencias. Así los hechos, por heterogéneos que sean pueden integrarse en la misma definición de la realidad".<sup>26</sup> Este tipo de códigos imponen una visión fragmentada de la realidad.
- 2) Modelo Jerárquico: aquí los hechos en vez de estar unos al lado de otros, aparecen contenidos unos en los otros, el orden de los datos se expresa en términos de dependencia y no de distancia. Este tipo de mediación trata de mantener la virtud de los signos, preservando su capacidad de apropiación de la realidad.

---

<sup>25</sup> Ibid., p.58

<sup>26</sup> Ibid., p.62

- 3) **Modelo Articular:** la reproducción del orden articular permite que los mediadores se puedan sustituir unos con otros, de esta forma la visión del mundo conserva el mismo orden inicial. Es el cambio de códigos para transmitir los mismos datos. Mediante este modelo las cosas son referidas al orden inminente que el mediador establece.
- 4) **Modelo Latente o Abstracto:** da referencia al uso de los datos explícitos con el objeto de interesar al espectador en una realidad; el mediador emplea un sistema de orden que posee carácter latente: no muestra los criterios empleados para clasificar la realidad, ya sea porque para el propio mediador son inocentes, o porque desea mantenerlos ocultos. Estos transforman en funcionales las apariencias irracionales, contradictorias o incomprensibles de la realidad.

Dado que las ideologías están orientadas hacia el control social del grupo, el modelo o los modelos deben ser simples y genéricos para que puedan ser aplicados a situaciones concretas.



## 1.6. LA NATURALEZA COMUNICATIVA DE LA OPINIÓN PÚBLICA

*Aquí se especificarán los mundos en los que se desenvuelve el ser humano, que son precisamente los que constituyen el sistema de referencia sobre el cual puede comunicarse. Se explicará también la naturaleza comunicativa de la opinión pública.*

El término opinión pública ha sido conceptualizado en diversas disciplinas y periodos históricos, pero muy pocos estudios han abordado el tema sólo desde lo propiamente comunicativo. Aquí se realizarán diversos planteamientos para demostrar que la opinión pública es un fenómeno que tiene como base fundamental a la comunicación.

Como lo han mostrado las ciencias sociales y demostrado las biológicas, la comunicación es una conquista de la evolución de las especies que tiene como principal función contribuir a la permanencia y desarrollo de la vida, ya en el nivel filogenético (de especie) como en el ontogenético (de individuo). Así, las diversas formas de comunicación humana se consideran, en primer lugar, como una conquista de la evolución humana que le ha permitido desarrollar una vida social que a su vez se ha sobrepuesto dialécticamente al individuo concreto. Y, en segundo término, se ha visto que la comunicación social está equifinalizada al principio de la "sobrevivencia".<sup>27</sup> del género humano y no sólo del individuo.

En el caso de la evolución del lenguaje hablado no es un rasgo que diferencie a los hombres del resto de los animales. Evidencias etnológicas apuntan a ciertos rasgos en el comportamiento oral de otras especies, semejantes a algunos procesos subyacentes a los sistemas de comunicación del hombre. El estudio de grabaciones de sonidos emitidos por animales y reproducidos para comprender sus respuestas, señala

---

<sup>27</sup> Entiéndase por sobre-vivencia a la permanencia de la vida y el desarrollo en términos de calidad de vida.

que las variaciones en las emisiones orales pueden indicar el sexo del emisor, el grupo al que pertenece y otros aspectos de sus relaciones sociales.<sup>28</sup>

La adquisición del lenguaje en los animales es una conquista filogenética que les ha permitido la sobrevivencia.<sup>29</sup>

En otros estudios se han identificado cinco tipos de vocalizaciones acústicamente diferentes, usadas por los monos Rhesus para solicitar la ayuda de aliados, por lo general fuera del campo visual, contra oponentes en interacciones agresivas. Un análisis de los contextos sociales sobre las vocalizaciones mostró que cada grito transmitía un mensaje diferente dependiendo del oponente; si era dominante o subordinado o si era pariente o no del emisor.

Entre los macacos Toque del sureste de Asia, cuando los miembros del grupo descubren grandes cantidades de comida en la selva, emiten una vocalización muy peculiar durante un lapso de cinco a diez minutos, que rápidamente atrae al punto de origen de la vocalización al resto de los miembros de la tropa que estaban dispersos. Los animales responden suspendiendo la actividad que estaban desempeñando, se orientan hacia la fuente de origen de la vocalización y corren ahí a alimentarse.

Así como en los animales, a lo largo de la historia y transformación del hombre siempre ha estado presente la comunicación como un hecho concreto que se realiza en su vida cotidiana, no sólo de éste sino de la sociedad a la que pertenece; es decir,

<sup>28</sup> Por ejemplo en los macacos japoneses y en los monos ardillas del Nuevo Mundo, las madres muestran respuestas selectivas a las grabaciones de las emisiones de individuos jóvenes; responden más vigorosamente a los llamados de sus crías que los de jóvenes no emparentados con ellas. En monos Rhesus de la India, los jóvenes responden más a los llamados de su propia madre que a las de otras hembras.

<sup>29</sup> Por ejemplo, los monos verdes africanos emiten señales de alarma que indica el tipo de depredador (carnívoro como el leopardo, aéreo como el águila o rastrero como un pitón) a los otros miembros del grupo. Además, cada tipo de vocalización está asociada a una respuesta de escape adecuada; por ejemplo, cuando los monos están en el suelo, una señal de amenaza de leopardo hace que los monos trepen de inmediato a los árboles, mientras las señales que indican la proximidad de una serpiente hacen que los animales exploren visualmente el piso. Estrada, Alejandro, Comportamiento Animal, p.114

desde que el hombre surge como especie busca la forma de sobrevivir, para ello necesita no sólo de su entorno ecológico, que le permitirá alimentarse, sino de sus compañeros de raza. La propia vida va enseñándole que él solo no puede satisfacer sus necesidades, por lo que forma grupos y alianzas destinadas a mejorar su nivel de vida.

La comunidad es un hecho social que se encuentra en congruencia con los últimos de la especie humana (salvaguardar el conjunto de interpretaciones que se dan sobre el acontecer y lo que en él pasa para que el hombre tenga un sentido en la vida) y del mismo grupo social para conservar territorio, bienes materiales y formas de producir satisfacciones materiales o inmateriales.

La comunicación, además de estar presente en todas las sociedades que han existido, es un elemento estructurante de la personalidad del hombre, ya que permite la transmisión de las costumbres, hábitos, de las actividades y de los avances en las diferentes razas.

“En la actualidad no se discute que la opinión pública es un fenómeno humano y así ha sido estudiada, lo cual quiere decir que la opinión pública, como fenómeno se origina y realiza en el interior de la vida social de los grupos humanos y de esta manera tiene pertinencia en estos grupos... Habría que recordar que la naturaleza social es heredada a la humanidad, por lo que ésta surge con la habilidad para la comunicación, para la interrelación expresiva, simbólica, que es capaz de sustituir actos ejecutivos, con la finalidad de economizar energía y eficientar la vida humana”.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> GALLO Romo Olga, *Historia de la Opinión Pública. Tesis de Maestría*, ENEP Acatlán 2000

Los primeros humanos formaron grupos, no gracias a la plena conciencia de vivir juntos para satisfacer de mejor manera sus necesidades vitales, sino porque así fueron heredados, así fueron "arrojados al mundo" debido a su condición biológica y al mismo tiempo con la habilidad para la comunicación como un rasgo evolutivo que les permitió interactuar simbólicamente con otros humanos, con la finalidad de sobrevivir.<sup>31</sup>

Por lo anterior, se puede comprender que no sólo el hombre tiene rasgos innatos a vivir en grupo, sino también es una característica que poseen muchos de los animales, que si bien nacieron con esta necesidad y la habilidad para comunicarse, han tenido que perfeccionarla a lo largo de su vida.

Como parte de ese proceso de comunicación, el hombre expresa sus pensamientos, emociones, experiencias, con el fin de que sean escuchadas, conocidas y tal vez aceptadas. Si el hombre no expresa sus opiniones, éstas no serán conocidas; es decir, una necesidad no expresada no puede obtener su satisfactor social, un conjunto de datos de referencia no contenidos en una expresión son datos no significantes, un fenómeno no nombrado no es conocido. Por ello, en el estudio de la opinión pública son tan importantes las expresiones emitidas por los sujetos.

### **Identificación y relación entre los elementos del Sistema Opinión Pública**

La opinión pública puede tener como referentes a personas, cosas, animales; fenómenos políticos, culturales, económicos, sociales, entre otros; e incluso, no se niega la posibilidad de la interacción dinámica y dialéctica entre la historia, la cultura, la política, la economía, las necesidades, las cosas, con la opinión pública, pero no se puede admitir la confusión entre lo referido con la expresión.

---

<sup>31</sup> Estudios realizados en laboratorio a primates demuestran la importancia que tiene que estos animales se relacionen con otros de su especie, especialmente con la madre. Algunos monos, en condiciones de aislamiento total, se vuelven sujetos neuróticos y antisociales. Entre sus anomalías se encuentran: problemas para comunicarse, se aíslan al encontrarse en grupos, tienen deficiencias en su comportamiento sexual y maternal, además de presentar una abierta agresividad.

Entonces, si se da por cierto que la Opinión Pública tiene como instrumento a la expresión para llevar a cabo el consenso o disenso de los asuntos de interés público, sólo a través de ella se puede analizar. Por lo tanto, si la Opinión Pública sólo puede ser ejercida, entendida y analizada por el grupo social a partir de la expresión, entonces forma parte del Sistema Comunicativo, sin que esta pertenencia implique que no pueda establecer relaciones solidarias, causales o específicas con otros sistemas.

Con base en lo anterior, se considera a la Opinión Pública como un sistema. La relación entre ésta y el Sistema Comunicativo se establece bajo las condiciones del Modelo Dialéctico de la Comunicación propuesta por Manuel Martín Serrano, al afirmar que la Opinión Pública es un sistema porque cumple con los parámetros establecidos en cuanto a *identificación, relación y selección de sus componentes*.

Se parte de la idea de que la Opinión Pública forma parte del Sistema Comunicativo porque su único instrumento, tanto de acción como de análisis, es la expresión, y éste, precisamente, es el elemento definitorio de ambos sistemas. Para establecer los componentes del "Sistema Opinión Pública", se tomará la Teoría de Sistemas y al Modelo Dialéctico de la Comunicación -propuestos por Martín Serrano-, con el propósito de establecer la selección, relaciones y distinción entre los componentes en la organización y funcionamiento del Sistema Opinión Pública, considerándolo, desde una perspectiva global, como un subsistema perteneciente al Sistema Comunicativo ya que comparte con él a sus elementos estructurales (Actores, Instrumentos, Expresiones y Representaciones), asumiendo que el elemento expresiones es el que le da el sentido de pertenencia con el Sistema Comunicativo.

### 1.6.1. Componentes del Sistema Opinión Pública

- a) Grupo Social, en el cual están inmersos los actores del Sistema.
- b) Instrumentos, biológicos y/o tecnológicos mediante los cuales se expresa la opinión.
- c) Expresiones, mediante las cuales se hará patente el consenso y disenso de los individuos que conforman el grupo social acerca del tema en debate.
- d) Representaciones, que orientarán y definirán la opinión del grupo social, ello con base en la experiencia, intereses y circunstancias del individuo con respecto a su grupo social.
- e) Las cinco temáticas que se han definido como "lo público".
  - 1. La sobrevivencia del grupo social
  - 2. La producción de bienes materiales e inmateriales
  - 3. La conservación de la propiedad privada (territorio, medios de producción y mercancías o bienes)
  - 4. El Estado (ejercicio del poder y sus consecuentes formas de acción)
  - 5. La cultura

Si alguno de los asuntos en debate no puede ser incluido dentro de alguna de estas temáticas entonces no puede ser inherente y/o susceptible a lo que aquí se ha definido como Opinión Pública.

La consideración de los cuatro elementos estructurales del Modelo Dialéctico de la Comunicación como componentes, también estructurales, del Sistema Opinión Pública es explicable desde el punto de vista de que, como ya se mencionó, la Opinión Pública es un subsistema del Sistema Comunicativo, por lo tanto cualquier proceso de comunicación debe contar con estos cuatro elementos que son los que lo hacen posible.

### **1.6.2. Relaciones entre los Componentes del Modelo Dialéctico de la Comunicación**

Estas pueden ser solidarias, causales y específicas, estos mismos tipos de relaciones se pueden dar entre el Sistema Opinión Pública con el mismo Sistema de Comunicación, o entre el primero con otros sistemas ajenos.

Todos los componentes mencionados, tanto estructurales como funcionales, pertenecen al Sistema Opinión Pública, ya que su existencia es necesaria para que funcione o permanezca organizado el sistema.

La implicación obligatoria se da con base en los componentes estructurales y la optativa con base en los funcionales.

De esta forma, se definirá a la Opinión Pública como las expresiones de los individuos del grupo social que tienen un referente público, entendiendo como público a todos aquellos asuntos que interesan y/o afectan al grupo social, a diferencia de "el público" que es el grupo social en sí mismo.

## 1.7. LA OPINIÓN PÚBLICA EN LA COMUNIDAD PRIMITIVA

El hombre, como buena parte de los animales, ha tenido necesidad de buscar, primero, y de construir, después, espacios que lo protegieran del viento y de la lluvia, del frío y del calor, de los demás animales y de otros hombres; pero también ha necesitado espacios que trasciendan lo cotidiano y adquieran una entidad a veces mágica.

En el Paleolítico, periodo caracterizado por el tallado de la piedra, se inicia y desarrolla el lento proceso de homonización caracterizado por la conquista de la posición erecta, la liberación de las manos y sus años.

En la primera fase de este desarrollo (paleolítico inferior) que abarca entre 2 y 3 millones de años, el *homo habilis* (antecesor del *homo sapiens*), de escasa capacidad craneana era ya capaz de emplear utensilios e incluso sabía de la existencia del fuego.

En el paleolítico medio, en Europa y Oriente Medio, hace cerca de 100.000 años surge el hombre de Neanderthal, que alcanzaba una capacidad craneal media de 1.450 centímetros cúbicos, tan grande como el actual; sin embargo, presentaba mandíbulas enormes y prominentes, grandes incisivos, robustos arcos superciliares, frente huidiza, cabeza elíptica con un peculiar moño óseo en la parte trasera, cuello corto y huesos sólidos en brazos y piernas.<sup>32</sup>

Muchos arqueólogos atribuyen a los neanderthales formas avanzadas de comportamiento y pensamiento simbólico.

Practicaban la caza mayor, quizá mediante lanzas endurecidas al fuego, enterraban a sus muertos y poseían ya incipientes sentimientos protorreligiosos.



Con la aparición del *homo sapiens* hace unos 38 mil años en el periodo paleolítico superior, la evolución humana dio un paso definitivo no ya en lo biológico, sino en su desarrollo psíquico y social.

“El *tempo* del desarrollo se tornó consciente de su propia existencia y de su separación de los demás seres de la naturaleza, lo que le condujo a crear o a perfeccionar una red de relaciones de tipo simbólico que le habían de consentir una comunicación con lo inmediato (lenguaje) y con lo trascendente (magia, religión).<sup>33</sup>

Tanto o más importante que el espacio del sacrificio animal era, sin duda, el del culto a los muertos. La realidad de la muerte hubo de estimular, desde el Paleolítico Inferior, alguna forma de pensamiento sobre la continuidad de la vida no física del individuo. El hombre muerto era considerado algo más que materia en descomposición, lo que propició la construcción de enterramientos no naturales.

Los primeros referentes que el *homo sapiens* dejó en paredes y techos de galerías subterráneas, lejos de la luz del día, son dibujos superpuestos, algunos a escala natural, o con colores llamativos, de caballos, bisontes, renos, ibices, jabalíes, bóvidos salvajes, rinocerontes lanudos y mamuts peludos. En algunas ocasiones también pintaron figuras humanas con máscaras y símbolos relacionados con su instinto de reproducción.

La escultura empieza en la misma época. Los primeros referentes son pequeños animales de marfil y algunas figuras. Después aparecen diversas estatuillas de mujeres.

---

<sup>32</sup> Historia del Arte, no. 37, de. Planeta

<sup>33</sup> *Ibid.*, p.4

Lo anterior demuestra que no son las capacidades innatas que posee el hombre lo que lo hacen ser una de las especies más desarrolladas, sino precisamente su capacidad para aprender de su entorno, y así no sólo saciar sus necesidades básicas, sino también buscar formas de trascendencia espiritual. El hombre gracias a su capacidad craneal, que fue desarrollándose a través de miles de años, es más un ser de aprendizajes que de instrucciones genéticas.

En el hombre, el uso y la manufactura de artefactos y la abstracción han alcanzado un nivel de desarrollo muy especial. Con la ayuda de un cerebro masivo ha internalizado su comportamiento a través de procesos complejos de pensamiento abstracto: el lenguaje, la filosofía y las matemáticas.

Es así que existen fenómenos conductuales comunes a los individuos en todas las sociedades humanas y adquiridos durante larga historia evolutiva, como la presencia del lenguaje simbólico, la religión, el arte, el comportamiento maternal, el juego social, el uso y manufactura de artefactos, etc.

La visualización de los restos del arte paleolítico que han llegado hasta estos días ha permitido establecer sus principales referentes comunicativos: los animales, los hombres y los signos, el tiempo, así como rasgos formales y estilísticos del artista primitivo: la composición, el volumen y los recursos visuales utilizados.

A lo largo del tiempo y del desarrollo evolutivo del hombre ha sido de suma importancia su relación con los animales. Pueblos cazadores contemporáneos que han persistido hasta nuestros días dependen de la caza de animales y de la recolección de frutos, granos y raíces para su sobrevivencia.

Cuando la época cazadora tuvo su apogeo, los implementos encontrados son de cuarzo y padernal, trabajados por presión y retoque para obtener las armas, con las que perseguían a los grandes animales como el mamut, hiriéndolos, acorralándolos en los pantanos y rematándolos después.

En estas sociedades, al igual que los antepasados, requieren del conocimiento detallado y de la habilidad de predecir la conducta de los animales que constituyen su alimentación. Por lo anterior es posible deducir que los primeros referentes en la comunicación del hombre fueran animales.

El Paleolítico Superior se distingue de las etapas anteriores por la capacidad del hombre para captar elementos de la realidad y reproducirlos en superficie y volumen.

Por lo que hasta el momento se conoce de las manifestaciones comunicativas a través del arte del periodo paleolítico, no se narra nada, sino que se limita a presentar o re-presentar a partir de los animales el paralelismo entre vida y muerte.

Desde que el hombre llega a tener conciencia de sí mismo y del medio que lo rodea, siempre ha estado presente el referente a la muerte, a la que ha representado de múltiples maneras, ya sea de manera simbólica o a través de ceremonias religiosas y espirituales.

En el Paleolítico, y aún en algunas fases del Mesolítico, el hombre era un ser dependiente de su medio natural, que consumía y destruía, obligado a desplazarse en busca de alimentos. Durante el Neolítico, el hombre varió sus relaciones con la naturaleza: de cazador y pescador nómada pasó a ser agricultor, recolector sedentario y domesticador, modificando de alguna manera la selección natural de las especies vegetales y animales en beneficio de aquellas que producían alimentos.

El hombre neolítico fundó los primeros poblados, convirtiéndose en sedentario, gracias a los cultivos de la tierra y a la domesticación de los animales. Es difícil establecer la casuística del proceso de neolitización.

Las teorías clásicas suponen que fueron las transformaciones económicas derivadas de la adopción del sistema de vida de producción agrícola y ganadera las que acarrearón la sedentarización y propiciaron la invención y expansión de nuevas industrias (lítica y cerámica).

Así pues, una economía basada en la agricultura implica el establecimiento permanente en un lugar, es decir, la aceptación de la vida sedentaria.

Este cambio en la sedentarización del hombre trajo consigo cambios sustanciales en la forma de concebir el mundo, por un lado, el cuidado del entorno ecológico se convirtió en un apremiante, pero a la vez decayó en la depredación del medio, conforme fueron creciendo las comunidades. Por ello, no es raro que hoy por hoy el cuidado y conservación al medio ambiente sea un tema de interés público.

“La sedentarización supuso un cambio fundamental en la manera de concebir el hábitat humano. El hombre se agrupó en poblados en los que, aparte de los recintos privados, se hicieron precisos los lugares comunitarios y las construcciones defensivas. El uso de la piedra y el barro posibilitó la aparición de nuevas formas de habitación en las que se adivina una cierta preocupación por la decoración interior y exterior de los muros mediante pinturas e incisiones”.<sup>34</sup>

La técnica que caracteriza las culturas neolíticas es la cerámica, considerada como testimonio cronológico y cultural indicador de las migraciones de los pueblos. La invención de este tipo de cerámica se ha relacionado comúnmente con el cambio de los hábitos culinarios.

---

<sup>34</sup> Ibid. P.43

Respecto a la escultura neolítica, ésta parece estar directamente relacionada, por lo menos en sus inicios, con las prácticas funerarias. Los últimos estudios realizados sobre yacimientos neolíticos han permitido lanzar la hipótesis de que durante el Neolítico los cráneos se conservaban como recuerdo de los difuntos.

Lo anterior lleva a caracterizar a la Opinión Pública dentro de este periodo como fenómeno, no como objeto de estudio, pues surge desde el inicio del grupo social,<sup>35</sup> que es precisamente en lo que se denomina Comunidad Primitiva.

La Opinión Pública estuvo presente desde la Comunidad Primitiva, es decir, ésta nace con el hombre mismo. Además, la Opinión Pública es una expresión, y la expresión es ontológicamente comunicativa.

La Opinión Pública, en su aspecto fenoménico, se origina y realiza en el interior de la vida social de los grupos humanos y de esta forma tiene pertenencia en estos grupos.

Según Jean Jacques Rousseau, el hombre en estado natural es un ser individual, sin embargo, por las circunstancias adversas a las que se enfrenta cotidianamente tiene que ceder esta libertad propia e individual a cambio de una libertad colectiva que le permitirá vivir con mayor seguridad dentro de un grupo social, esta reunión colectiva origina el surgimiento del Estado, que será el encargado de proveerlo de protección, alimento y territorio que él solo, como ser individual, no podría conseguir ni conservar. "Puesto que ningún hombre tiene una autoridad natural sobre sus semejantes, y puesto que la naturaleza no produce ningún derecho, quedan pues, las convenciones como base de toda autoridad legítima entre los hombres"<sup>36</sup>.

---

<sup>35</sup> Reunión que establecen individuos de la misma especie con los fines de conservar su integridad al protegerse de otros grupos, conseguir alimento y poseer un territorio.

De esta manera, el contrato social tiene como finalidad encontrar una forma de asociación que defienda y proteja de toda fuerza común a la persona y a los bienes de cada asociado, y por virtud de la cual cada uno, uniéndose a todos no obedezca sino a sí mismo y quede tan libre como antes.

"Este tránsito del estado de naturaleza al estado civil produce en el hombre un cambio muy notable, al sustituir en su conducta la justicia al instinto y al dar a sus acciones la moralidad que antes le faltaba. Sólo cuando ocupa la voz del deber el lugar del impulso físico y el derecho el del apetito es cuando el hombre, que hasta entonces no había mirado más que a sí mismo, se ve obligado a obrar según otros principios ya consultar su razón antes de escuchar sus inclinaciones. Aunque se prive en este estado de muchas ventajas que le brinda la naturaleza, alcanza otra tan grande al ejercitarse y desarrollarse las facultades, al extenderse las ideas, al ennoblecerse los sentimientos.

"Lo que el hombre pierde por el contrato social es su libertad natural y un derecho ilimitado a todo lo que le apetece y puede alcanzar, lo que gana esta libertad civil y la propiedad de todo lo que posee".<sup>37</sup>

En síntesis, el ser humano es un ser social por naturaleza que cede su opción de libertad individual en pro de una libertad colectiva que le proporcionará a cambio protección, alimento y territorio.

Es indudable que el Estado como conformación política, económica y social proporciona los tres elementos mencionados, sin embargo, se difiere de la afirmación de Rousseau de que el ser humano no es naturalmente social sino que las circunstancias lo obligan a serlo. Si bien el vivir en grupo no es una característica privativa del ser humano, sí es, como ya lo mencionamos, una conquista biológica y evolutiva de carácter filogenético del hombre.

---

<sup>36</sup> Rousseau, Jean Jacquez, El contrato social, p. 20

<sup>37</sup> *Ibid*, p. 27-32

Al conformar el hombre en los albores de su origen grupos sociales denominados comunidades primitivas, desarrolla el primer y más arcaico sistema estamental en el cual ya existe un código de referencia común entre todos los integrantes de dicho grupo social.

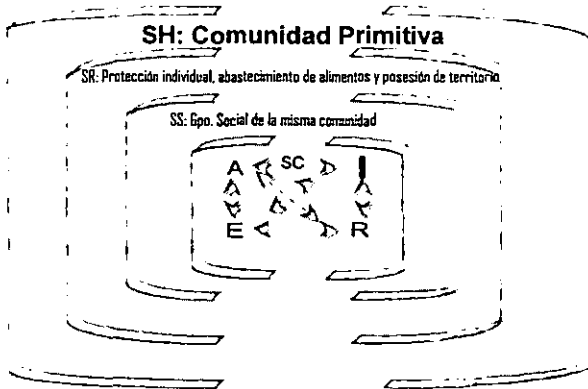
En el periodo Histórico correspondiente a la Comunidad Primitiva eran tres las temáticas que afectaban al grupo social y sobre las cuales había que llevar a cabo el consenso:

1. La protección de los individuos frente a la naturaleza y otros grupos
2. El abastecimiento de alimentos
3. La posesión de un territorio

Estos se clasifican en los rubros de sobrevivencia y conservación de la propiedad privada.

La Opinión Pública en esta etapa se presenta como fenómeno, por lo tanto cumple una función de carácter netamente comunicativo, no ejecutivo sino expresivo con capacidad simbólica, ya que rescata la capacidad natural del hombre para comunicarse no sólo acerca del presente sino también sobre ideas y sucesos del pasado y futuro.

Con la posesión de la habilidad simbólica para comunicar -sustitución del objeto de referencia con símbolos emanados de un código común- el ser humano ahorra energía y cumple una función de carácter social de producción y reproducción tanto de ideas como de bienes.



Así, en el comunismo primitivo la Opinión Pública se privilegia principalmente de dos temas: la sobrevivencia y la conservación de la propiedad, con base en ello se le asignan funciones de consenso sobre el hacer; debido a su existencia como fenómeno cumplía su función de carácter comunicativo mediante la simbolización de objetos de referencia que permitían el ahorro de energía gracias al empleo de las expresiones.<sup>38</sup>

<sup>38</sup> Cabe recordar que el término expresiones no sólo se refiere a las verbales, sino también a las obtenidas mediante el uso de instrumentos tecnológicos institucionalizados, como el toque de tambores que podría anunciar, por ejemplo, el ataque o la huida.



## 1.8. LA OPINIÓN PÚBLICA EN LA CULTURA EGIPCIA <sup>39</sup>

La civilización egipcia muestra la complejidad de una cultura que nació en el tercer milenio anterior a la era actual y pervivió durante aproximadamente tres mil años. Entre las aportaciones más importantes de esta cultura cabe destacar la escritura jeroglífica.

Para adentrarse y comprender el mundo egipcio es fundamental tomar en consideración la cronología, y más aún si se tiene en cuenta que los egipcios no poseían un sistema cronológico único, ni tan siquiera continuo. El inicio de cada reinado suponía la vuelta al principio al año uno, sería necesario conocer la duración exacta del reinado de todos los faraones para precisar la fecha de cualquier acontecimiento.

Los estudios realizados han permitido establecer que la historia egipcia se inicia hacia el año 3000 (final del período predinástico), con una primera dinastía de 2920 a 2770 a. J.C.. Ello no quiere decir que la civilización egipcia comience en este período, fue en los dos milenios anteriores cuando se asentaron los principios que luego definirían la cosmovisión egipcia: la lengua, la religión, las instituciones.<sup>40</sup>

El paso de la II a la III dinastía (2649-2575) no supone un cambio político y social profundo, si bien con Zoser y Yoser (Horus-Neterijet), primero de los reyes de la nueva dinastía, se inició un período que abarca hasta la VI dinastía (hacia 2150).

El Imperio Antiguo significa la consecución de un poder real absoluto que se apoyaba en una rígida teología basada en la preeminencia del dios solar Ra, lo que hacía que la administración interna del país obedeciera a una regulación muy estricta y escasamente flexible.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup> Se presenta resumen sobre la opinión pública en la cultura egipcia.

<sup>40</sup> Historia del Arte. No. 40, P.65

Es la época en que la piedra, en las construcciones oficiales, desbancó por completo al adobe; la época en que se levantaron las grandes los templos solares, en que se desarrollo la estatuaria, el relieve y la pintura, y en que proliferaron las tumbas. Este período de prosperidad parece terminar con Pepi II (2246-2152). La decadencia se manifiesta en la V dinastía (2465- 2323), cuando se fue erosionando el prestigio de la figura real, en parte por la tendencia hereditaria en la sucesión al trono y en parte por la pérdida del carácter sagrado e incluso divino de rey.

En relación con la estructura social egipcia, el personaje que ocupaba el máximo rango social era el rey, quien era considerado dios o emisario de un dios y, por tanto, digno de adoración. Estrechamente ligado al dios-halcón Horus, primer dios del Estado egipcio, el faraón (término que no se usó para designar al rey hasta el primer milenio, cuando su figura ya no despertaba el respeto y la veneración de las épocas clásicas) estaba más cerca de los dioses que de los hombres: era un ser omnisciente y de bondad absoluta, que procuraba el bien de los súbditos, protegiendo al débil y haciendo que reinase la justicia. Su venida significaba la renovación de la primera creación, el restablecimiento del equilibrio de la naturaleza. Cualquier cambio en el trono no era pues, en Egipto, algo exclusivamente temporal, sino de orden cósmico. A la muerte del faraón, el caos amenazaba el orden del universo.<sup>42</sup>

El clero tenía como función, por delegación real, asegurar el mantenimiento permanente de la creación y el equilibrio universal obtenido el primer día del mundo, gracias al cual se alejó el caos y se hizo posible la vida.

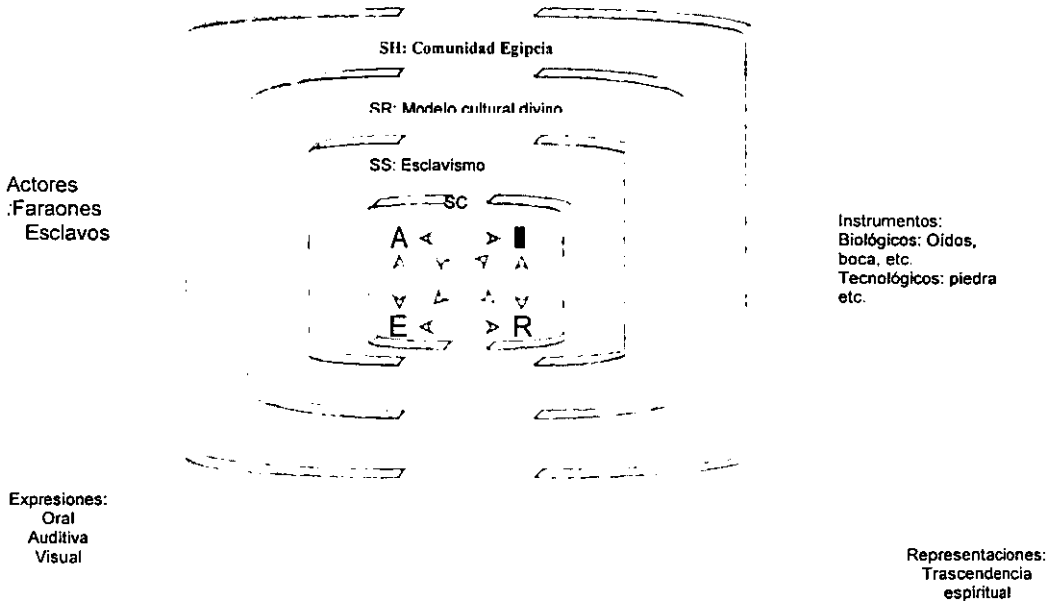
Para los egipcios la vida en la tierra era sólo un aspecto de un ciclo invariable, un episodio efímero en comparación con el tiempo infinito del más allá. La muerte suponía la posibilidad de la felicidad eterna, pero, para lograrla, el hombre había de vivir en este mundo en armonía con las reglas establecidas, con la ética emanada del poder.

---

<sup>41</sup> Ibid, p.69

<sup>42</sup> Ibid, P.74

La creación del mundo es el acontecimiento que genera la compleja red de divinidades egipcias. La primera cosmología que se elaboró para constituir un verdadero sistema teológico fue la del santuario de Heliópolis, que tuvo en el número nueve su sistema de ordenación.



En el sistema social egipcio predominó la figura del faraón y de los esclavos. Se puede decir que la comunidad egipcia se regía, en el ámbito cultural, por lo divino, creían, como en muchas otras culturas en la existencia de seres superiores. Respecto al sistema comunicativo, se empleaban instrumentos tecnológicos y biológicos, sus expresiones eran auditivas y visuales principalmente, su escritura, los jeroglíficos.

## 1.9 LA OPINIÓN PÚBLICA EN GRECIA Y ROMA<sup>43</sup>

El empleo de la Opinión Pública como un aspecto del gobierno democrático tiene una historia que se remonta a los griegos. Los supuestos principales, ahora como entonces son:

1. "La comunidad y los controles políticos descansan en un cuerpo compuesto por los ciudadanos adultos y responsables de la comunidad.
2. Estos adultos tienen el derecho y el deber de discutir los problemas políticos con la vista puesta en el bienestar de la comunidad.
3. De esta discusión puede resultar cierto grado de acuerdo.
4. El consenso será la base de la acción pública, de esta manera, se supone que las opiniones de la mayoría tienen el control, pero las minorías reciben la protección".<sup>44</sup>

Al hablar de repúblicas democráticas se supone que los asuntos de interés público y que, por lo tanto, afectan al grupo social, se resuelvan mediante el consenso ciudadano (sin considerar en este caso a los esclavos) y no por imposición soberana o gubernamental.

De esta manera, en Esparta y Roma la Opinión Pública era un ejercicio cotidiano de los ciudadanos, la cual tenía su expresión más clara en las Asambleas (en las que se reunía generalmente a todos los integrantes del grupo social con derecho a opinar), Comicios y Plebiscitos -práctica democrática de uso más frecuente en Roma- o, también, en charlas informales de los ciudadanos reconocidos (líderes de opinión) en los diversos ágoras de la ciudad.

<sup>43</sup> Se presenta resumen respecto al desarrollo de la opinión pública en Grecia y Roma.

<sup>44</sup> Kimball, Young, La Opinión Pública y la Propaganda, p. 13

Al respecto del ejercicio de la Opinión Pública en Roma, Rousseau expresa: "En una sociedad bien gobernada todos vuelan a las Asambleas... Es muy singular que en Roma, en donde los tribunos eran sagrados, no hubiesen siquiera imaginado que podían usurpar las funciones del pueblo, y que en medio de una tan gran multitud, no hubieran jamás intentado prescindir de un sólo plebiscito", y más aún "siendo las leyes actos auténticos de la voluntad general, no podría obrar el soberano más que cuando el pueblo está reunido. Al respecto, la república romana era, me parece, un gran Estado, y la ciudad de Roma, una gran ciudad. El último censo acusó en Roma 400 000 ciudadanos armados, y el último empadronamiento del Imperio, más de cuatro millones de ciudadanos. Que difícil es imaginarse, reunido frecuentemente, al pueblo inmenso de esta capital y de sus alrededores. Sin embargo, no transcurrirán muchas semanas sin que se reuniese el pueblo romano, y en ocasiones hasta muchas veces en este espacio de tiempo. No solamente ejercía los derechos de la soberanía, sino una parte de los del gobierno. Trataba ciertos asuntos; juzgaba ciertas causas, y este pueblo era en la plaza pública casi con tanta frecuencia magistrado como soberano".<sup>45</sup>

La Opinión Pública, todavía como un fenómeno sin nombrar, jugaba un papel de vital importancia para la toma de decisiones políticas que afectaban directamente en la difícil tarea de protección y conservación del grupo social debido a que se daba por hecho que la voluntad social era indestructible, "en tanto que varios hombres reunidos se consideraban como un solo cuerpo y no tienen más que una sola voluntad, relativa a la común conservación y al bien general".<sup>46</sup>

Indudablemente el ejercicio ciudadano de la Opinión Pública tan notoriamente cotidiano y politizado tenía estrecha vinculación con la conformación estamental propia de las repúblicas democráticas, dentro de las cuales suele considerarse la opinión de los ciudadanos para cualquier toma de decisión que afecte al grupo social.

---

<sup>45</sup> Rousseau, Jean Jacquez. El Contrato Social. p.51

<sup>46</sup> *Ibid.* p.55

Y es que en las repúblicas democráticas, la Opinión Pública legitima al poder político, y avala las decisiones que los representantes favorecen con base en los intereses de sus representados. Como prueba de ello Platón, al describir su concepción del Estado Ideal, propone a la Opinión Pública como el medio de enlace entre las decisiones ciudadanas y la ejecución gubernamental:

“El Estado será el garante equilibrio y se apoderará de todas las funciones gestoras que emanen de las decisiones de la Asamblea”.<sup>47</sup>

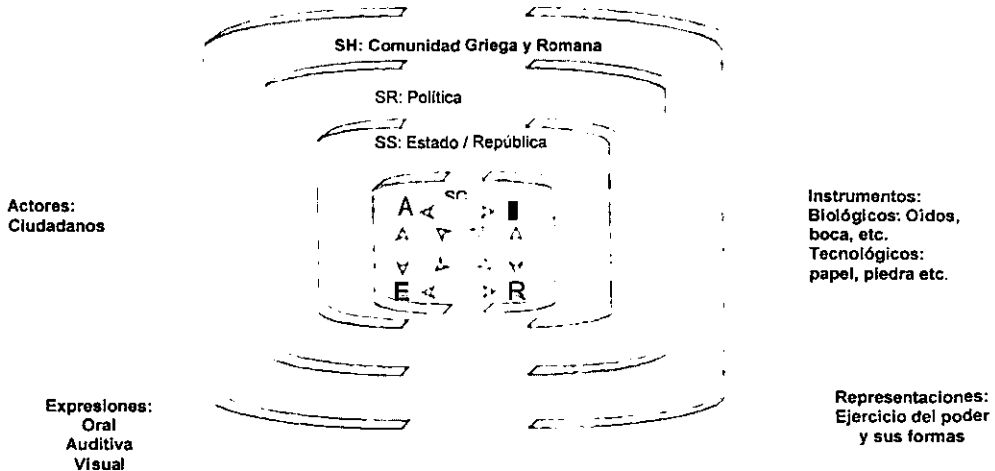
En este contexto, el ejercicio de la Opinión Pública era el instrumento de mayor importancia y predominancia en el debate, principalmente, de los asuntos políticos del Estado que implicaban las formas y el ejercicio del poder; ésta era llevada a cabo por los ciudadanos que buscaban conseguir el consenso a través de los canales y medios permitidos de expresión de la opinión. Desde el punto de vista de estos dos pueblos, mediante el ejercicio organizado de la libre expresión se legitimaba el poder político y se obtenía el mayor bienestar público, ello gracias a que la voluntad general es indestructible y predomina siempre sobre el interés individual.

Todo lo expuesto en los párrafos anteriores no quiere decir que la política fuera el único referente de la Opinión Pública en las repúblicas Griega y Romana, sino sólo que era el tema que con mayor frecuencia ocupaba su tiempo. De este periodo es interesante recalcar dos aspectos:

- ❖ La expresión de la Opinión Pública es una forma de comunicación del grupo social que en ocasiones recurre a la retórica, que implica el discurso de un orador que expone sus puntos de vista ante iguales y los trata de persuadir con argumentos y conclusiones.

Esto es importante, ya que se reconoce que para que exista una expresión de la Opinión Pública es necesario poseer criterio formal que es el de tratar al otro exactamente como igual y porque se reconoce que la expresión de la Opinión Pública puede ser persuadida.

- ❖ La expresión de la Opinión Pública no es homogénea, es un conjunto de expresiones que tiene diversos sentidos y magnitudes. Esto resulta significativo porque se reconoce que la Opinión Pública no es una sola expresión de la Opinión Pública, sino que hay diversos matices al respecto de un solo tema, no sólo en cuanto a lo que se dice, sino también al número de personas que lo dicen.
- ❖ La expresión de la opinión pública no da cuenta de la veracidad; es una expresión de lo que los individuos "dicen", dicen que piensan, dicen que hacen, pero no es el resultado de un proceso mental riguroso ni científico.



<sup>47</sup> Platón. La República. p.12

- ❖ La expresión de la opinión pública "puede mentir" y con ello se reconoce la existencia de una limitante, el conocimiento de la expresión de la opinión pública no es la mejor, ni la única vía para saber qué está sucediendo en el grupo social.

En la comunidad griega y romana, el sistema referencial era principalmente la política, mientras que su sistema social, el Estado. En esta cultura, había una estrecha relación entre todos los integrantes de la comunidad.



### 1.10. LA OPINIÓN PÚBLICA EN LA EDAD MEDIA<sup>48</sup>

En la Edad Media el referente de la Opinión Pública cambió notablemente al perder su relevancia política a cambio de la religiosa. Esta transformación puede confundirnos al no percibirla en el ámbito del Estado y/o al suponer que la Opinión Pública no puede privilegiarse de un tema de esta índole, sin embargo de ninguna manera es así.

Después de ocho siglos de dominación del Imperio Romano -cuya culminación fue el Senado, en donde todos los ciudadanos eran representados- surge el Cristianismo que instaura su Iglesia y respalda su dominio en el poder divino que Dios otorgó a su discípulo Pedro, y que éste a su vez delegó en otros, transmitiéndose este poder de generación en generación.

Según Manuel Martín Serrano, en la Edad Media predominaba el Modelo Cultural de la Mediación denominado "Modelo de Dios", el cual ubica como elemento ordenador del hombre y de la naturaleza a Dios, éste disponía a través de sus representantes divinos en la Tierra; los reyes o señores feudales como de sus representantes de Dios en la tierra, "el remedio era obedecer sin murmurar. Dios da los malos reyes en su cólera, y es preciso soportarlos, como los castigos del cielo".<sup>49</sup>

Según la filosofía católica, Jesucristo en vida posee el poder de su Padre, éste al morir se lo otorga a Pedro, la posesión de dicho poder significa que él será su representante en la Tierra; Pedro al morir debe transferir este poder divino a otro y así sucesivamente.

<sup>48</sup> Se presenta resumen sobre la opinión pública en la Edad Media.

<sup>49</sup> Rousseau, Jean Jacquez. El contrato social, p. 41

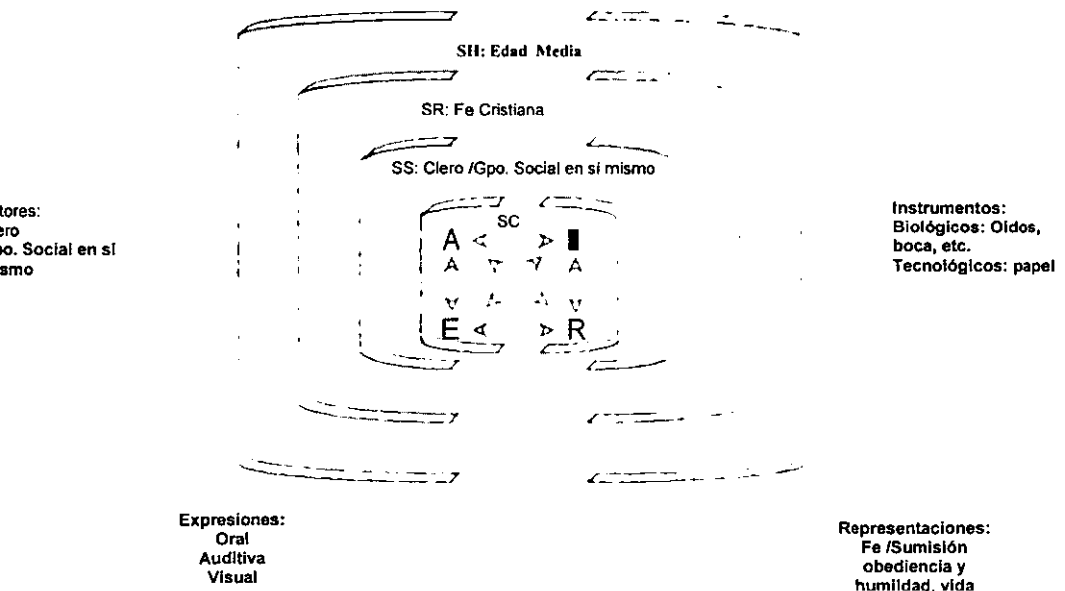
De esta manera los reyes de la Edad Media legitiman el control absolutista del que hacían objeto a sus gobernados, aunando al poder político el poder religioso enviándose de la divinidad transmitida por generaciones consiguiendo, así, dominar a los pueblos enteros no sólo política, económica y bélicamente, sino también religiosamente sin ningún cargo de conciencia.

Si se toma como base el modelo cultural de Manuel Martín Serrano y su consecuente explicación, es obvio entender la razón por la cual la Opinión Pública disminuyó su matiz político preponderantemente en los siglos de dominación romana y lo confundió con el religioso; de hecho, la Opinión Pública no posee sentido en ninguna de las cuatro temáticas restantes en que se ha clasificado a lo público, la importancia recaía completa y totalmente en la temática cultural y, específicamente, en el matiz religioso. Un ejemplo de ello son las ideas que dominaban como es el caso de la frase bíblica "bienaventurados los pobres porque de ellos será el reino de los cielos".

Con este tipo de ideas se obligaba al pueblo a que sus pensamientos y acciones girarán en torno a convicciones de humildad y aceptación, ya que mientras más sufrieran en este mundo terrenal, tendrían más oportunidades de ocupar un lugar privilegiado en el reino de los cielos, en donde les esperaba la vida eterna colmada de felicidad. Los siervos, y en general el grupo social, aceptaban sin replicar estas teorías: "¿para qué discutir los asuntos políticos si en esta vida sólo se está de paso?", así que se daba por hecho que a los únicos que debía incumbirles las decisiones sobre el ejercicio y la preservación del poder político era a la parte minoritaria del grupo social, conformada por la familia real. Por lo tanto, el único asunto de interés común a todo el grupo era la fe, y este fue el matiz de la Opinión Pública en la Edad Media, circunscrito fundamentalmente en función a la religión.

La fe cobró una importancia tan preponderante que llegó a institucionalizarse, siendo la iglesia Católica la institución mediadora y propagandística de ésta, lo que trajo consigo la institucionalización de la comunicación pública, ya que si el único asunto considerado de interés público era la fe, entonces todo lo que se debatiera y hablara sobre ella tenía que ser verificado y aprobado por su institución mediadora.

En esta etapa, la Opinión Pública era en suma manipulada gracias al temor a Dios y a la convicción de obediencia, humildad y aceptación que supieron imponer al grupo social los representantes de la Iglesia.



El referente más importante de la Edad Media era la fe, en su ámbito religioso, que vista como una institución es la que asegura la sobrevivencia eterna de los individuos en sí mismos. En tanto que la expresión de la Opinión Pública puede tener otros referentes

que no son políticos, siempre que se traten temas de interés del grupo social y que entren dentro de las categorías de asuntos de índole pública.

### 1.11. LA OPINIÓN PÚBLICA EN EL RENACIMIENTO Y CAPITALISMO<sup>50</sup>

En el mundo occidental, la Edad Media tiene su fin aproximadamente en el siglo XV, a partir de éste comienza la etapa conocida como Renacimiento –se le llama así porque es en ese periodo cuando renacen las artes, la ciencia y la tecnología, que no habían encontrado cabida dentro del medioevo-.

El rompimiento con las creencias dominantes en la Edad Media comenzó a gestarse con la sospecha de que en la naturaleza existían procesos naturales ocultos a la percepción inmediata de los sentidos, "era un punto de vista mágico y, por tanto, heterodoxo para el concepto del mundo propio de la ciencia escolástica.

Precisamente son los magos y los alquimistas quienes hacen uso de razonamientos que marcan la transición hacia la filosofía de la naturaleza renacentista. La quiebra del concepto medieval del medio natural, y de los fenómenos tenidos por naturales, tuvo que ver con el perfeccionamiento de un utensilio: las lentes. La lente puso de manifiesto que existía por debajo del umbral perceptivo del ojo, otro mundo natural donde regía el orden y alentaba la vida; y que por encima del umbral visual se extendían en el espacio un número excesivo de astros, si su existencia debía ser explicada como una mera bóveda luminosa para la Tierra.

El microscopio y el telescopio quebrantaron la fe en la imagen visual del mundo natural, en no menor medida que la imprenta quebró la imagen verbal del saber".<sup>51</sup>

<sup>50</sup> Se presenta resumen sobre la opinión pública en el Renacimiento y Capitalismo

<sup>51</sup> Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Mediación Social. P.12

Con el microscopio y el telescopio se observan y descubren aspectos privativos al ojo humano por sí sólo, como que el cuerpo está compuesto por millones de células con vida y organización propia y leyes que no encuentran una explicación convincente en la lógica divina, sino en razones naturales, físicas y matemáticas, es entonces cuando surge la duda de si Dios realmente existe.

Esta circunstancia fue toda una revolución histórica de carácter social, ya que propició un profundo cambio en las relaciones sociales y políticas del poder.

"A partir de entonces se considera natural lo que responde a principios universales, planteados de manera abstracta (matemática), en vez de lo que puede ser percibido", <sup>52</sup> como consecuencia de ello surgen nuevas teorías y leyes como la del movimiento, la de la gravitación universal y la de la evolución del hombre.

En el momento en que "el hombre se permite experimentar con el mundo, no sólo nace un nuevo objeto del saber; también emerge un nuevo sujeto de la historia. El hombre y sus obras se destacan nítidamente del medio natural. El Renacimiento representa el último momento en que la naturaleza y la cultura se conciben como una unidad. A partir de entonces el humanismo burgués encomienda a la naturaleza la función de fondo, y a las obras del hombre la función de figura. Se establece una distinción entre las cosas, generadas en la naturaleza y sometidas a leyes, y los, objetos fabricados, sometidos a las constricciones derivadas del designio humano". <sup>53</sup> Todo ello trae consigo la cuestión principal y decisiva para la transición de una etapa a otra, en lo que incumbe a la Opinión Pública: si Dios no existe, entonces el rey no tiene poder ni derecho divino sobre los demás.

---

<sup>52</sup> Ibid. P.13

<sup>53</sup> Idem

Ya no hay sustento para la promesa divina de vida eterna en el cielo, por lo que hay que buscar una nueva forma de organización social que permita una vida justa en la tierra, es entonces cuando se vislumbra el establecimiento de nuevas formas de organización del Estado, en donde se tendrá nuevamente, pero basados en otros conceptos, que ceder el derecho individual en busca del derecho social, en el cual todos los integrantes del grupo social estén debidamente representados.

Con base en lo anterior, se considera a la Opinión Pública como un sistema. La relación entre ésta y el Sistema Comunicativo se establece bajo las condiciones del Modelo Dialéctico de la Comunicación propuesta por Manuel Martín Serrano, al afirmar que la Opinión Pública es un sistema porque ésta cumple con los parámetros establecidos en cuanto a identificación, relación y selección de sus componentes.

Se parte de la idea de que la Opinión Pública forma parte del Sistema Comunicativo porque su único instrumento, tanto de acción como de análisis, es la expresión, y éste, precisamente, es el elemento definitorio de ambos sistemas. Para establecer los componentes del "Sistema Opinión Pública", se tomará la Teoría de Sistemas y al Modelo Dialéctico de la Comunicación -propuestos por Martín Serrano-, con el propósito de establecer la selección, relaciones y distinción entre los componentes en la organización y funcionamiento del Sistema Opinión Pública, considerándolo, desde una perspectiva global, como un subsistema perteneciente al Sistema Comunicativo ya que comparte con él a sus elementos estructurales (Actores, Instrumentos, Expresiones y Representaciones), asumiendo que el elemento expresiones es el que le da el sentido de pertenencia con el Sistema Comunicativo.

Los componentes del Sistema Opinión Pública son los siguientes:

- A. Grupo social, en el cual están inmersos los actores del Sistema.
- B. Instrumentos, biológicos y/o tecnológicos mediante los cuales se expresa la opinión.
- C. Expresiones, mediante las cuales se hará patente el consenso y disenso de los individuos que conforman el grupo social acerca del tema en debate.
- D. Representaciones, que orientarán y definirán la opinión del grupo social, ello con base en la experiencia, intereses y circunstancias del individuo con respecto a su grupo social.
- E. Las cinco temáticas que se han definido como "lo público".
  1. La sobrevivencia del grupo social
  2. La producción de bienes materiales e inmateriales
  3. La conservación de la propiedad privada (territorio, medios de producción y mercancías o bienes).
  4. El estado (ejercicio del poder y sus consecuentes formas de acción)
  5. La cultura

Si alguno de los asuntos en debate no puede ser incluido dentro de alguna de estas temáticas, entonces no puede ser inherente y/o susceptible a lo que aquí se ha definido como Opinión Pública.

Opinión Pública se liga estrechamente al concepto de democracia, ya que es a través de ésta que el poder político adquiere legitimidad. Otra vez la Opinión Pública cobra un matiz preponderantemente político, sin embargo, y a diferencia de como se consideraba en Grecia y Roma, ahora es considerada un objeto de estudio dada la importancia que representa para lograr la cohesión del grupo social y para la conformación e instauración de los nuevos regímenes políticos.



Con el proceso de secularización de la política y más aún como consecuencia del Modelo Cultural de la Mediación -propuesto por Manuel Martín Serrano para explicar el modo de interpretar de esta época- denominado del Iluminismo o la Razón, la transición hacia el predominio discursivo y racional de alcanzar las verdades en este terreno se afirmó como una conquista del espíritu humano. El reconocimiento de la existencia de un campo de debate de opiniones contradictorias enfrentadas racionalmente con la pretensión de alcanzar de este modo la verdad, se remonta justamente a la época Iluminista. Responde a ella el surgimiento de un nuevo tipo de sociedad, la sociedad burguesa, ya una nueva concepción del hombre y del Estado.

El reconocimiento de Opinión Pública como mecanismo para alcanzar ciertas verdades en el terreno de los hechos políticos, sociales y económicos supone la existencia de una esfera de hechos cuya dilucidación es inalcanzable a través del libre debate público llevado a cabo por individuos de capacidad racional y discursiva que le permitirá lograr, a través del uso de dichas facultades, aquella verdad que otrora estaba reservada a la revelación o a la autoridad.

"El reconocimiento de las funciones de la Opinión Pública en una sociedad, junto con el requisito de las verdades públicas para el ejercicio de la libre discusión se funda sobre la idea del hombre como ser racional plenamente capaz de alcanzar por sí mismo la verdad en el orden político, social y económico".<sup>54</sup>

Con el Renacimiento al reconocer la posibilidad de la inexistencia de Dios y, en consecuencia, el desconocimiento del poder divino de los reyes, surge el dilema de una nueva forma de gobierno acorde con la nueva concepción que el hombre tiene del universo y de sí mismo; es por ello que, en la mayoría de los casos, se decidió como mejor opción las formas de gobierno que abrigaran al concepto de democracia.

---

<sup>54</sup> Kimball, Young. La Opinión Pública y la Propaganda. P.27

Al respecto hay que considerar que, si bien existen relaciones solidarias, causales y específicas entre Democracia y Opinión Pública, de ninguna manera la primera es un elemento estructural de la segunda, en cambio, para que exista en su amplio concepto la democracia, la Opinión Pública resulta un elemento imprescindible.

"La libertad en una democracia está siempre equilibrada por un sentimiento de la responsabilidad individual por los propios actos. Las premisas básicas de la democracia son que el lugar del poder político descansa en los ciudadanos; que al ejercer este poder, a través de la expresión libre y organizada que implica necesariamente el ejercicio de Opinión Pública, también tienen una responsabilidad. En otras palabras, el poder de la democracia está sostenido por una moralidad de la comunidad"<sup>55</sup>.

De esta manera, el ejercicio de la Opinión Pública en el ámbito político volvió a considerarse un derecho de todos los ciudadanos, además de que se le reconoció una importancia preponderante dentro de los regímenes democráticos ya que a través de ella podía ejercerse el concepto libre expresión de ideas, que empezó a conceptuarse como tal en la Revolución Francesa y que posteriormente invadió al Nuevo Mundo con inclinaciones libertadoras, todo ello implicó que se le valorara como un objeto de estudio y no sólo como fenómeno.

A partir del Renacimiento la Opinión Pública se ha ido enriqueciendo en cuanto a temas, con el advenimiento de la industrialización y su consecuente, el capitalismo, del siglo XV a la actualidad, las sociedades occidentales han transitado por dos modelos mediacionales más, posteriores al del Iluminismo: el de la tecnología y el del capitalismo monopólico. Si ya en el Renacimiento la Opinión Pública, aparte del tema estamental comenzaba a ocuparse de la conservación de la propiedad privada (territorio, medios de producción y mercancías o bienes), con la Revolución Industrial amplió su campo temático al de la producción de bienes materiales e inmateriales.

"Los públicos políticos y la Opinión Pública han sido los principales temas de los autores que se ocuparon de la política moderna. Sin embargo, limitar el concepto a este campo solamente, es ignorar que existen grandes áreas de interés de la comunidad que no son problemas políticos. En vista de este hecho, nuestra posición es que hay públicos antes que un público interesado en las cuestiones del gobierno. Puede haber, en diferentes momentos y con grados variables de interés, un público político, un público financiero y un público interesado por el arte, la reforma moral, o cualquier otro tópico de interés general relativamente extendido. Los medios de formación de Opinión Pública no incluyen solamente política, sino otros muchos aspectos de la vida contemporánea.<sup>56</sup>

Posteriormente, con el arribo de los medios de comunicación masiva el ámbito de la Opinión Pública ha cambiado. Mientras anterior a éstos la atención del ciudadano estaba concentrada sobre todo en los problemas locales, hoy en día debe hacer frente a problemas de dimensiones globales. Se supone que debe intervenir en la formación de opiniones que van desde las cuestiones de la localidad, el Estado y la nación, hasta los problemas de la guerra, la paz, el comercio internacional y la organización mundial. Como resultado han surgido nuevas dificultades en el proceso democrático y en la elaboración de opiniones.

Cada persona, como individuos, no puede cubrir el área total de sus intereses, se depende entonces de fuentes indirectas y secundarias de información e interpretación, y nuestros datos e inferencias son modificados por quienes los proporcionan a través de la televisión, la prensa, el radio y el cine.

---

<sup>55</sup> Ibid. P.14

<sup>56</sup> Ibid. P.9

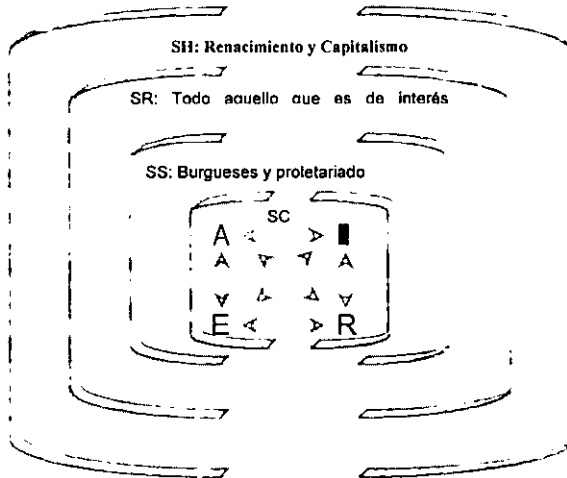
En la actual sociedad de masas, se transita con el modelo del Capitalismo Monopólico, lo cual implica la incursión de la Opinión Pública en las temáticas ya propuestas, aunque cada una ocupa una determinada escala de prioridad de acuerdo al grupo social que se trate.

Finalmente, de estos periodos cabe enfatizar los siguientes aspectos característicos:

- ❖ Durante el Iluminismo y el Capitalismo se discute entre los individuos acerca de lo que terrenalmente tienen, de las diferentes posibilidades de participar en el poder y de la forma de ejercerlo.
- ❖ Se diferencia lo público (la sobrevivencia del grupo social como tal) de lo privado (la sobrevivencia de las personas como individuos).
- ❖ Se identifican diversas formas de organización social, como la familia, la empresa, la iglesia, la escuela, el club, la confederación, el gremio, etc., como grupos sociales que son capaces de expresar opiniones.
- ❖ Las sociedades renacentista y capitalista no son un solo grupo, sino varios y los individuos pertenecen al mismo tiempo a diversos grupos, en los cuales puede manifestar distintas opiniones, incluso sobre un mismo tema, debido a la diversidad de los referentes en cuestión con sus consecuentes direcciones e intensidades.
- ❖ Con la influencia de los medios de comunicación masiva la expresión de la Opinión Pública se vuelve aún más diversa, contradictoria, plural y persuasora sobre diversos temas que el grupo social considera atañen a la sobrevivencia del mismo grupo y que cobran importancia para otros grupos sociales sólo en la medida en que le afecten a esos otros grupos.

Por lo cual cada grupo busca difundir, comunicar y persuadir a otros grupos a través de la utilización de los medios.

Actores: Burgueses y proletariado



Instrumentos:  
 Biológicos: Oídos, boca, etc.  
 Tecnológicos: los medios masivos de comunicación

Expresiones:  
 Oral  
 Auditiva  
 Visual

Representaciones:  
 Todo lo de interés público

Durante el periodo antes mencionado, predominante era la política, la propiedad privada y todo aquello que afectase de algún modo los intereses del grupo social. Los actores eran principalmente el proletariado y la burguesía, que eran los que dominaban.

## 1. 12. PERSPECTIVAS ACTUALES DE LA OPINIÓN PÚBLICA

En los subcapítulos anteriores se analizaron los diferentes referentes que han existido en torno a la opinión pública, esto sirvió para comprobar que la expresión de la opinión pública es diversa, contradictoria, plural y persuadida sobre diversos temas que el grupo social considera atañen a la sobrevivencia del mismo grupo y que cobra importancia para otros grupos sociales sólo en la medida en que le afecten a otros grupos, por lo cual cada grupo busca difundir, comunicar y persuadir a otros grupo de la importancia de prever fenómenos.

En la actualidad los estudios de opinión pública tienen dos vertientes: aquellos que tratan de conocer la opinión pública de algunos grupos sobre un tema específico y los que tratan de hacer una teoría de la expresión de la opinión pública.

Los primeros utilizan métodos y técnicas que les permiten conocer con cierto grado de incertidumbre lo que las personas de un determinado grupo social dicen que piensan o hacen. Los segundos tratan de aclarar cómo el cambio de las sociedades ha interactuado con las expresiones de la opinión de los diversos grupos sociales.

Una vez dilucidada la ontogenia comunicativa de la expresión de opinión pública, la evolución histórica de sus referentes y la relación que guarda con los diferentes grupos sociales que componen a las sociedades complejas. La utilidad de los estudios de opinión pública que se realizan en los diferentes grupos sociales.

El código que utilizan los medios de comunicación masiva está en función de los siguientes referentes: muertes, guerras, enfermedades, religión, forma de vida cultural, política, economía, educación, relaciones sociales, medios de comunicación y emociones, en donde cada uno de éstos tiene tres variables: el grado de afectación a la sobrevivencia, el número de afectados y la cercanía a los receptores.

Acerca de la utilidad de los estudios de opinión pública que se realizan en los diferentes grupos sociales, si bien se deben tomar con las reservas teóricas aquí enunciadas, no sólo representan la aplicación de métodos y técnicas precisas y con ciertos grados de confiabilidad, sino que sirven, la mayoría de las veces para coadyuvar a la toma de decisiones de carácter político, económico y cultural.

Así, los gobiernos, las empresas, las organizaciones, las instituciones y diversas ciencias recurren cada vez con mayor frecuencia a estudios de opinión pública para diagnosticar, explicar y planificar acciones que tienen incidencias en la conformación de la vida cotidiana de las personas comunes y corrientes, no sólo a nivel regional y nacional, sino internacional.

Finalmente, se considera que estas dos líneas de investigación representan vertientes interesantes para continuar indagando y explicando uno de los planos o mundos: el de la comunicación, que se insiste, es la expresión de lo que los miembros de distintos grupos sociales producen con respecto a referentes públicos y cuya expresión no es única, ni homogénea, ni verdadera, ni válida, ni representa la mejor ni la única vía para dar cuenta de los fenómenos sociales, tal como lo muestra la historia.

# Capítulo 2

El unomásuno

y la Ley Federal de Comunicación Social



## CAPÍTULO 2 .EL UNOMÁSUNO Y LA LEY FEDERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

### 2.1. UBICACIÓN HISTÓRICA DEL UNOMÁSUNO

La mañana del lunes 14 de noviembre de 1977 salió a la luz pública el diario **unomásuno**, bajo la dirección general de Manuel Becerra Acosta, periodista que hasta julio del año anterior había ocupado la subdirección del periódico Excélsior.

Matutino con formato tabloide, **unomásuno** surgió como la novena opción entre los lectores capitalinos. "Con un periodismo moderno, sin ataduras, ni compromisos con el gobierno, convirtiéndose en el primer periódico de "izquierda" en México"<sup>57</sup>.

Desde entonces, por el peso de sus columnistas, la visión de sus articulistas, la calidad de sus informaciones y la innovación de su filosofía, su formato y el uso del lenguaje total, **unomásuno** se convirtió en un diario "innovador por excelencia", a decir de algunos críticos.

---

<sup>57</sup> Hernández Solano Ernestina. Testimonios 1977-1997 El periódico renovador. Editorial Uno, 1998. P. 12-18.

Inspirado en *Le Monde*, **unomásuno** es editado a blanco y negro de 32 páginas, interesado, sobre todo, en hacer periodismo interpretativo.

### 2.1.1. El periódico renovador

"En 1976, el gobierno de Luis Echeverría Álvarez da un golpe al periódico *Excélsior* al intervenir en la vida interna de ese diario porque consideraba que su crítica y su política editorial le resultaba sumamente incomoda. La intervención gubernamental, por medio de golpeadores en una asamblea de la cooperativa que administraba ese periódico, fue el último de los golpes que durante todo ese año había impulsando la administración echeverrista y que comprendían el bloqueo para el suministro de papel y otros insumos hasta el restringirles la publicidad oficial, uno de los más importantes ingresos de toda empresa periodística. Al frente del *Excélsior* quedó entonces la administración de Regino Díaz Redondo, un periodista afín a los intereses y propósitos gubernamentales. La consecuencia fue el giro de 180 grados en la línea editorial del periódico, lo que provocó el cierre de los espacios de expresión plural. El resultado fue la inconformidad y posterior salida del diario de quienes hasta entonces acompañaron a Julio Scherer, director general depuesto de *Excélsior*, y a Manuel Becerra Acosta, subdirector, también depuesto del mismo diario. Un grupo de periodistas encabezados por Manuel Becerra Acosta al dejar *Excélsior* deciden emprender un nuevo proyecto que no sólo se plantea recuperar la libertad de expresión y la pluralidad, sino explorar un nuevo estilo de hacer periodismo"<sup>58</sup>.

Así y luego de intensa búsqueda para encontrar las fuentes de capitalización del nuevo proyecto; después de interminables reuniones de discusión para definir las bases editoriales del nuevo proyecto; y tras de sucesivos experimentos, los denominados números cero, al fin el 14 de noviembre de 1977 ve la luz el primer número del diario **unomásuno**.

---

<sup>58</sup>Lic. Rubén Vázquez, fundador del **unomásuno**.

“El nacimiento de **unomásuno** fue el pértico hacia una nueva época en el periodismo de México. La progenie de **unomásuno** ha sido significativa: *La Jornada*, surgida de una escisión en el periódico: -prácticamente- los que crearon el periódico. Muchos reconocidos columnistas y articulistas del diario contribuyeron a la formación de periódicos como *El Financiero*, *El Economista* y *La Crónica*, incluso *Reforma*.

### 2.1.2. El unomásuno durante 24 años

Luego de que en 1977, nació el **unomásuno** de un anhelo revolucionario incubado junto con otros en el seno de la sociedad civil incipiente: integrar al periodismo mexicano, en la cultura viva y convertirlo en una faceta literaria, unos años más tarde, “el diario empieza a ser víctima de sus propias contradicciones, se convierte en un poder y, el poder corrompe por lo que la gente que integraba el nuevo diario se corrompió”<sup>59</sup>. Hubo una pugna por los capitales, que en aquel entonces era una cooperativa conformada por industriales, los miembros de ésta deciden retirarse dejando un enorme hueco en el periódico, el cual dio lugar al surgimiento de *La Jornada*. Manuel Becerra Acosta, antiguo dueño del diario, no fue capaz de tapar ese agujero que se convirtió en una fuerte crisis para el diario.

Ya para 1988 el diario se encontraba en la ruina total y tuvo que ser rescatado por el gobierno. El rescate de 850 mil dólares sirvió para que Becerra Acosta se autoexiliara en España, en parte, debido a las fuertes pugnas con el entonces presidente Carlos Salinas de Gortari.

---

<sup>59</sup> En adelante y hasta encontrar nueva cita es el testimonio de Rafael Cardona Sandoval, director actual del periódico **unomásuno** y fundador del mismo

Ese mismo año Luis Gutiérrez Rodríguez se convierte en el nuevo director general y socio mayoritario del diario, durante nueve años. En ese periodo se da un cambio de línea editorial muy marcado a favor del gobierno, al mismo tiempo la crítica se concentra contra la oposición, señaladamente contra la izquierda, es decir, contra el Partido de la Revolución Democrática (PRD) y Cuauhtémoc Cárdenas. Al mismo tiempo, con Luis Gutiérrez se inaugura una etapa de nepotismo en la administración del diario que sirvió para convertir al nuevo dueño en un hombre rico a costa del bienestar de las finanzas del diario.

Con Luis Gutiérrez se enriquecieron también algunos de sus amigos y familiares y algunos más sin duda mejoraron su posición socioeconómica.

En 1997 el periódico, nuevamente en quiebra, es adquirido por Manuel Alonso, dando nuevamente un giro en su línea editorial.

Para esa fecha el periódico ya había dejado de ser el abanderado de la reforma política, es más, ya no había reforma política que abanderar. Los dueños del diario siempre han pertenecido al PRI, lo cual era muy notorio en la línea editorial.

### **2.1.3. El unomásuno en el siglo XXI**

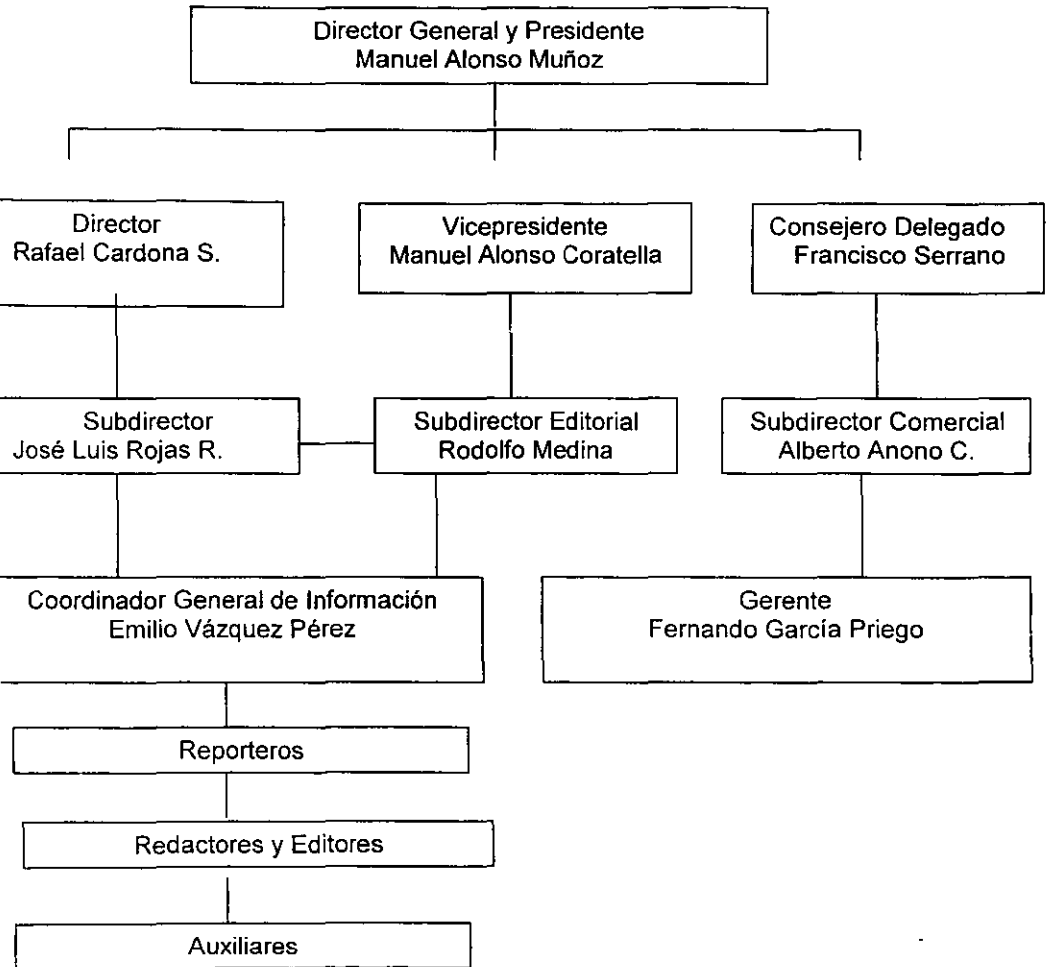
**unomásuno**, combatido y asediado por crisis intermitentes, convertido en un ejemplo de supervivencia se ha convertido en un periódico nacionalista, que reconoce la vigencia de las instituciones, que no combate al ejército, que no combate a la iglesia ni al gobierno legítimo del país y que pretende ser un mirador objetivo de las cosas.

Durante las campañas presidenciales del 2000, el periódico fue señalado por los críticos como elemento de propaganda de la campaña del precandidato priista a la presidencia, Francisco Labastida .

El **unomásuno** actualmente se ha convertido en un medio meramente informativo con un equipo de articulistas, columnistas y reporteros, que permite la completa cobertura de los sucesos que ocurran diariamente en el país.

## 2.2. EL UNOMÁSUNO Y SU ORGANIZACIÓN

### Organigrama



## **Relación entre los diferentes puestos**

La relación entre los diferentes puestos es muy estrecha debido a que es un medio de publicación diaria, todos los integrantes tienen que estar en constante coordinación. El trabajo se realiza siempre en equipo.

Diariamente se efectúa una asamblea en la que participan el Director General, el Director, el Director Editorial, el Subdirector y el Jefe de Información para analizar las notas de los reporteros y deciden cómo será la edición del día siguiente.

El director está en relación constante con el Jefe de Información, quien a su vez mantiene una línea muy estrecha con los reporteros. Al igual que con los editores. Los auxiliares asisten a reporteros, redactores y editores en tareas menores como tomar notas por teléfono, etc.

## **Nombres de los jefes**

Director: Rafael Cardona Sandoval

Subdirector: José Luis Rojas

Subdirector editorial: Rodolfo Medina Palomino

Jefe de Información General: Emilio Vázquez Pérez

Así pues, el principal compromiso del diario es dotar de información a los ciudadanos, siendo su compromiso principal con los lectores asumiendo siempre una actitud antihomologante. Ser respetuoso de las leyes del país, respetando siempre la opinión de los ciudadanos. Su misión es informar sobre todo lo que acontece en la vida nacional.

### 2.3. CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS<sup>60</sup>

En el periódico unomásuno, el cuerpo de reporteros y colaboradores está integrado por 38 personas, mismos que fueron consultados respecto a la creación de un nuevo marco jurídico a los medios masivos de comunicación. 30 de ellos son reporteros, cinco, columnistas y tres articulistas.

Además, 12 son pasantes de licenciatura; 24 cuentan con nivel licenciatura y, dos con maestría. Cabe señalar que del total de grupo, 10 dijeron apoyar al Partido Revolucionario Institucional (PRI), nueve del Partido Acción Nacional (PAN), once del Partido de la Revolución Democrática (PRD), en tanto que, siete dijeron no tener preferencia por ningún partido político y uno más dijo ser de otra filiación, específicamente del Partido Verde Ecologista Mexicano (PVEM).

---

<sup>60</sup> La manera en que serán destacadas las interrelaciones y multifeciones de este grupo social cautivo será en función de las características sociodemográficas que presentan: puesto que desempeña en la empresa, nivel académico y filiación partidista.



## 2.4. DESCRIPCIÓN DE LA TEMÁTICA

### *Reseña de la Iniciativa Federal de Comunicación Social.*

En México la libertad de expresión está reglamentada en la Ley de Imprenta de 1917, "no así el derecho a la información, contemplado en la reforma constitucional del artículo 6 expedida por el presidente José López Portillo y aprobada el 6 de diciembre de 1977 que a la letra señala: el Derecho a la información será garantizado por el Estado"<sup>61</sup>.

Sin embargo, a partir de 1995, y particularmente a instancias de Teresa Gómez Mont, el PAN y otros partidos de izquierda, consideran que en dicha Ley no está considerado el derecho a la información y que el derecho de réplica sólo está contemplado para los medios escritos, no electrónicos, por lo que hacen suya la convicción de "hacer algo en materia de medios, logrando, luego de una serie de negociaciones, establecer la Comisión Especial de Comunicación Social, a la que se incorporaron las principales fuerzas políticas"<sup>62</sup>.

Esta comisión llevó a cabo foros de consulta popular, consultas especializadas y estudios para integrar un proyecto de iniciativa de ley que tuviera como propósito empezar el tránsito a la democracia informativa. Aunque "desde su creación enfrentó problemas presupuestales y de alcances en sus atribuciones, en abril de la 1997 la comisión especial estuvo en condiciones de presentar una iniciativa de ley federal de comunicación social"<sup>63</sup>.

La iniciativa retomó las opiniones de todos los involucrados, en un intento por trasladar la concertación política, producto de los foros y consultas, a la norma jurídica.

---

<sup>61</sup> Ley Federal de Comunicación Social. P.2

<sup>62</sup> Discurso pronunciado por Teresa Gómez, miembro de la Comisión Especial de Comunicación Social de la Cámara de Diputados, ante los legisladores el 22 de abril de 1997

Aunado a la correlación de fuerzas distintas, llegó Javier Corral a la presidencia de la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía, un diputado de signo partidista distinto al del gobierno, estableciéndose las condiciones para poder elaborar un dictamen sobre esta iniciativa.

#### **2.4.1. La iniciativa**

"La iniciativa de ley de Comunicación Social garantiza la libertad de expresión;  
Reglamenta el derecho a la información, esto es, el acceso a la información y lo que atenta contra él. Trata también sobre la información reservada, es decir, la información nominativa, la secreta y la reservada;  
La confidencialidad de las fuentes de información;  
El abatimiento de los monopolios informativos;  
Los medios de comunicación del Estado y sus limitaciones;  
Del derecho de réplica, y;  
De la Comisión de Comunicación Social, organismo público autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, integrada de manera plural (sector público, dueños y concesionarios de los medios, trabajadores de los medios, académicos y representantes de organismos civiles), que tendrá la función de conocer de las quejas relacionadas con el ejercicio de la libertad de expresión, el derecho a la información, el estado y la sociedad, así como establecer las reglas de esta relación, a través de resoluciones de carácter administrativo"<sup>63</sup>. (En el anexo de este trabajo se presenta una copia de la Iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social para su consulta.

---

<sup>63</sup> A partir de aquí y hasta encontrar nueva cita, se presenta el relato de Teresa Gómez Mont, miembro de la Comisión Especial de la Cámara de Diputados

<sup>64</sup> Síntesis de la Ley Federal de Comunicación Social presentada ante la Cámara de Diputados el 22 de abril de 1997

## Capítulo 3

# Metodología de la elaboración del cuestionario

## **CAPÍTULO 3 METODOLOGÍA DE LA ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO**

### **3.1. RELACIÓN DEL MARCO TEÓRICO CON LA TABLA DE ESPECIFICACIONES**

En la tabla se encuentran conceptos de conocimiento, de opinión y demográficos, para la elaboración de cada uno es necesario considerar las diferentes teorías de la comunicación.

En la Teoría de la Acción Comunicativa el ser humano se relaciona en tres esferas: el del pensamiento, del hacer y del decir; pueden éstas a su vez estar relacionadas una con la otra. Para la Opinión Pública las esferas sólo entran en el decir ya que lo que cifra a ambas esferas es el decir. La teoría de la acción comunicativa hace referencia a tres mundos citados por Karl Popper: el mundo objetivo es el mundo de los objetos físicos; o de los estados físicos, el mundo social es el mundo de los estados mentales o de las disposiciones de comportamiento y acción, y el mundo subjetivo que es el mundo de los pensamientos.

Junger Habermas mantiene una fuerte crítica a estos mundos pues confiere que todos estos mundos están relacionados al mismo tiempo y no necesariamente el individuo tiene que recibir sus impresiones del mundo sin mediaciones, o sus impresiones de las percepciones de los sentidos, o interviniendo en los estados del mundo mediante su acción.<sup>65</sup>

La relación que existe con la tabla de especificaciones y la teoría de la acción comunicativa es que en la esfera del pensar está el concepto de conocimiento, en la esfera del decir se encuentra el concepto de opinión y en la esfera del hacer el concepto de los datos demográficos.

Por otra parte, en la Teoría de los Campos todo movimiento humano se configura en áreas objetivas y subjetivas, por un lado se encuentra la exterioridad y la interioridad en las cuales el hombre se expresa y actúa en función de dos áreas: una interna y otra externa. La teoría de los campos sirve para la acción de los individuos, es decir cada uno de nosotros tenemos formas diferentes de percibir al mundo.

En la tabla de especificaciones el conocimiento que el individuo pueda tener sobre el tema implica que la investigación sea de acuerdo con la forma de expresarse a través del lenguaje. El mundo interno tiene varias formas, la más reconocida en el último siglo ha sido el lenguaje. Comprender, indagar y registrar al mundo es cifrarlo en lenguaje. En la cultura, por lo menos la occidental, el lenguaje es uno de los grandes mediadores entre lo interno y lo externo. Es un fenómeno peculiar, lo humano no se reduce a lenguaje, pero parece que el conocimiento lingüístico es el corazón necesario de toda relación subjetiva. El mundo interior del sujeto del conocimiento se configura asimismo en el lenguaje, y hay formas de lenguaje especiales, las que permiten una mayor comunidad de la comunicación.<sup>66</sup>

---

<sup>65</sup> Teoría de la Acción Comunicativa. Capítulo I Fundamentos Teóricos. p. 2

<sup>66</sup> Teoría de los campos. Capítulo I Fundamentos Teóricos. p. 7

Existen tres momentos dentro de los campos. El momento de la exploración es donde se dan las cosas que lo impresionan y condicionan. El momento de la descripción es donde se hace una representación del objeto y está sujeto a crítica y es lanzada a la vivencia total. En el momento de la significación lo cualitativo adquiere peso; en el lenguaje sus únicos límites serán los bloqueos de la imaginación y la creatividad. En la tabla de especificaciones el mundo social tiene que ver con la opinión, el mundo subjetivo es el del conocimiento y el mundo objetivo son los datos demográficos.

Dentro de una organización requiere del buen funcionamiento de los sistemas, esto es por medio de un amplio análisis de la organización, a través de un método de análisis, ya que un sistema está organizado y se debe de seleccionar, relacionar y distinguir, los diferentes elementos que la integran.

La Teoría de Sistemas por su parte permite que la organización cumpla sus funciones de acuerdo con los sistemas, requiere de un amplio análisis de la organización a través de una selección, relación y distinción entre los diferentes elementos que la integran. Un sistema son las señales o cualquier otro conjunto de elementos que cumplen su función comunicativa en relación con otras señales alternativas. La información se refiere a un sistema y no a elementos aislados. Un sistema se designa para entidades reales y es distinto al término "agregado". Un sistema y un agregado son igualmente conjuntos, es decir, entidades que se constituyen por la concurrencia de más de un elemento; la diferencia entre ambos consiste en que el conjunto de los elementos de un sistema muestra una organización de la que carecen los elementos del agregado ya que este no está organizado.<sup>67</sup>

---

<sup>67</sup> Teoría de Sistemas. Capítulo 1 Fundamentos Teóricos p. 15

Para que ello funcione en la tabla de especificaciones fue necesario tomar en cuenta que en la organización del proyecto se tenían elementos que eran necesario distinguir, por ello se dividieron en categorías, indicadores y posteriormente índices.

Después se tuvo que realizar una selección, una distinción y las relaciones que se dieran. Cada elemento se convierte en obligatorio ya que la desaparición de cualquier elemento tiene como consecuencia la desaparición del sistema en este caso de la investigación.

En la Teoría General de Sistemas cada elemento tiene un significado y en la tabla de especificaciones están integrados cada uno de ellos:

- Obligatorios.- en la tabla son todos los conceptos que la integren, ya que existen dos teorías que los soportan la Teoría de la Acción Comunicativa y la Teoría de los Campos.
- Optativos.- Son las categorías que integran la tabla, que a su vez tiene relación con los conceptos.
- Incorporados.- Algunas veces se presentan en las categorías e indicadores, incluso también en los índices de la tabla.
- Funcionales.- Son las categorías del concepto de opinión de la tabla.
- Estructurales.- Son las categorías del concepto conocimiento.

También la tabla de especificaciones integra las diferentes relaciones que existen:

- Relaciones Solidarias.- en este caso no se puede definir sino hasta el final de la investigación pues son los resultados de los reactivos.
- Relaciones Específicas.- Se encuentran dentro de las opciones de los reactivos.

- Relaciones Causales.- Son las elaboraciones de los reactivos, son las preguntas.

La Teoría Social de la Comunicación funda su existencia en algún supuesto, es decir. existen interdependencias entre la transformación de la comunicación pública y el cambio de la sociedad. No se puede dar comunicación si no se da entre seres humanos además de que debe ser real, ya sea por sus referentes culturales, o por sus relaciones o sus instituciones. Para Manuel Martín Serrano la comunicación es la transmisión de mensajes de un emisor a un receptor sobre un referente por medio de un medium (soporte material). No existe comunicación intrapersonal, debe ser entre dos o más personas.<sup>68</sup>

En un sistema de comunicación aquellos componentes que por su naturaleza están implicados en el sistema comunicativo, aunque pueden formar parte de otros sistemas distintos son los siguientes:

Actores de la comunicación  
Expresiones comunicativas  
Representaciones  
Instrumentos de comunicación

En los sistemas que están abiertos al sistema de comunicación son el sistema de objetos de referencia de la comunicación, las intervenciones y mediaciones originadas en el sistema social, que controlan a cada uno de los componentes del sistema comunicativo y al sistema en su conjunto.

Su relación con la tabla de especificaciones los actores son los encuestados y los que encuestan, los instrumentos es el cuestionario, es decir la técnica y las expresiones son las preguntas del cuestionario y las respuestas que se den. Las representaciones es la temática sobre la investigación.



La Teoría de la Mediación Social pone los límites entre lo que puede ser dicho, y a las normas de decirlo, por medio de un sistema de orden, es capaz de interpretar y sistematizar la diversidad de elementos que se constituyen en el interior de un proceso social, permite dar un orden a las cosas, objetos, hechos y conceptos.

TEMÁTICA	CÓDIGO	MEDIACIÓN
----------	--------	-----------

En la tabla de especificaciones se media lo que se dice, lo que se hace y lo que se piensa, la mediación es a través de la expresión. Existe un código que son las formas de relación, de lo que contiene y las forma de lo que contiene. El modelo coercitivo es la misma tabla y el modelo cultural es el de la temática en que se sitúa la investigación.

---

<sup>68</sup> Teoría Social de la Comunicación. Capítulo I Fundamentos Teóricos. p 20.

### 3.2. RELACIÓN DE LA TABLA DE ESPECIFICACIONES CON EL MARCO CONTEXTUAL

El marco contextual nos da la información total de la tabla de especificaciones ya que si no existiera la información de la tabla fuera irreal. Los conceptos de conocimiento, opinión y demográficos son de acuerdo con el tema de la investigación, además tiene que estar validada metodológicamente ya que se tiene que cuantificar la información.

El concepto conocimiento de la creación de un nuevo marco jurídico para los medios de comunicación está implicado en la reproducción del Sistema de forma Obligatoria, ya que la desaparición de éste afecta la existencia del mismo. Su relación es causal porque el cambio de un elemento afecta a otro, pero no a la inversa.

En el concepto opinión la Implicación es optativa, porque el sistema puede funcionar sin desaparecer, sustituyendo a un componente y la relación entre sus componentes es solidaria, es decir, cualquier cambio afecta necesariamente a otros, lo mismo sucede si se aplica a la inversa.

En tanto que en el concepto demográfico la implicación de sus elementos son obligatorios, la distinción es funcional y las relaciones son específicas, a veces sí, a veces no.

### **3.3. CONCEPTUACIÓN BÁSICA EMPLEADA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA TABLA DE ESPECIFICACIONES**

#### **3.3.1. Definición de Tabla de Especificaciones**

La tabla de especificaciones sirve para operacionalizar los conceptos que determinarán la construcción del cuestionario. Es muy importante ya que de su construcción depende el número de reactivos que se generen puesto que a cada índice le corresponde un reactivo.

#### **3.3.2. Definición del término concepto**

Es la actividad intelectual y el análisis que permiten establecer un instrumento de medida, éstos surgen por lo general de una representación literaria.

Estas representaciones se originan después de que el investigador pasa por la etapa de la observación de fenómenos e intenta descubrir con ellos un rasgo característico fundamental y explicar así las irregularidades constatadas; en ese momento el investigador identifica el concepto general de la investigación, estos conceptos no son más que una entidad concebida en términos vagos que confieren sentido a las relaciones entre los fenómenos observados, es decir, el primer paso es que el investigador identifique el concepto de la investigación.

### 3.3.3. Definición del término categoría

Surgen del análisis de los componentes de la primera noción del concepto; estos componentes se llaman aspectos, dimensiones o categorías del concepto.

Las categorías son identificadas analíticamente a partir del concepto general que las engloba o, empíricamente, a partir de la estructura de sus interrelaciones. Un concepto corresponde, casi siempre, a un conjunto de fenómenos, y no a un fenómeno simple y directamente observable.

### 3.3.4. Definición de los términos Indicador e Índice

**Indicador:** es la definición de la unidad de medida.

**Índice:** es la construcción de una medida única a partir de la información que se haya recopilado, dando una respuesta única que no tiene lugar a duda. En algunos casos se deberán establecer índices generales que tengan en cuenta la totalidad de los datos, sin embargo la mayoría de las veces se debe establecer un índice por indicador. De ahí la necesidad de realizar una síntesis de los diversos indicadores que pongan de manifiesto una relación con las variables externas más débiles e inestables, por lo general es el rango característico fundamental que se pretende medir, es decir, cada indicador posee una determinada relación de probabilidad con respecto a la variable a estudiar.

### 3.3.5. Definición del concepto Reactivo

Es una expresión lingüística que obliga al encuestado a reaccionar verbalmente. Un reactivo debe incluir los siguientes puntos:

- La naturaleza de la información que se desea obtener

- El nivel sociocultural de aquellos a quienes se les aplicará el cuestionario
- Las características, modalidades, costumbres, prejuicios, tradiciones y conflictos de la población en donde se realizará la encuesta
- Las posibilidades límites donde se realizará la investigación
- Deben construirse de tal forma que los individuos interrogados puedan responderlos sin mayor problema
- Tomar en cuenta los requisitos y necesidades establecidos en los planes de codificación o tabulación de la encuesta
- No deben atentar contra la intimidad del interrogado, si no es ese uno de los objetivos del cuestionario
- No deben exigir trabajo excesivo a quienes han de responderlos

El modo o estilo de formular los reactivos es muy importante al redactar el cuestionario ya que cada reactivo tiene la finalidad de obtener determinada información. Un mismo reactivo se puede formular de dos formas distintas y las respuestas serán diferentes, del modo de formular la pregunta depende el contenido y la veracidad de la respuesta.

También al construir un reactivo se deben considerar los siguientes factores:

- Los reactivos deben ser precisos
- Deben plantearse de acuerdo con el nivel de información de la muestra
- Se debe tomar en cuenta el vocabulario de las personas a quienes se les aplicará el cuestionario
- No debe confundir al individuo al momento de emitir su juicio, debe posibilitar una sola interpretación
- Cuando el reactivo se presenta en forma de abanico, debe hacerse en forma adecuada y ordenada
- No deben sugerir respuestas
- Se debe evitar la terminología vaga como regular, frecuente, a veces
- Debe referirse a un solo tema y a un solo sujeto para no caer en confusión

- Deben ser pertinentes al tema del cual se quiere indagar
- Los reactivos breves son los mejores
- Se deben evitar términos que conduzcan al interrogado a determinada respuesta porque quita validez al cuestionario

### 3.4. TABLA DE ESPECIFICACIONES

La tabla se compone de cinco columnas y se leen de izquierda a derecha siguiendo siempre la relación de los numerales, que están colocados por clasificación decimal.

La primera columna, con el título de Concepto. La segunda "categorías", la tercera "indicadores", la cuarta "índices" y, por último, la columna que contiene los "reactivos".

## Presentación de la tabla de Especificaciones

Concepto	categoría	indicadores	índices	reactivo
1. Conocimiento de la Iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social (ILFCS).	1.1. Capítulo II. De la libertad de expresión.	1.1.1. Artículo 9. No se puede ejercer censura previa, exigir garantía o coartar la libertad de expresión a persona alguna.		1.1.1. El artículo 9 de la ILFCS se refiere a:  a) El derecho a la información. b) Garantizar la libertad de culto c) Garantizar la libertad de expresión.
		1.1.2. Artículo 10. La libertad de expresión no tiene más límite que el respeto a la vida privada, la moral y la paz y el orden público.		1.1.2. En su artículo 10, la ILFCS establece que:  a) La libertad de expresión no tiene límite alguno



				<p>b) La libertad de expresión tiene como límite el respeto a la vida privada, la moral, la paz y el orden público.</p> <p>c) La libertad es respetar el derecho ajeno.</p>
	1.2. Capítulo III. Del derecho a la información.	1.2.1. Artículo 11. Todos los individuos tienen garantizados la libertad de expresión y el derecho a la información; ninguna persona pública o privada puede restringir estas prerrogativas.		<p>1.2.1. El artículo 11 de la ILFCS establece que:</p> <p>a) Todos los individuos tienen garantizados la libertad de expresión y el derecho a la información por lo</p>

				<p>que ninguna persona pública o privada puede restringir estas prerrogativas.</p> <p>b) Todos los individuos tienen garantizados el derecho a la información y la libertad de expresión, estas prerrogativas sólo pueden ser restringidas por una persona privada.</p> <p>c) Cualquier persona pública o privada puede garantizar a otra</p>
--	--	--	--	---

				la libertad de culto.
		12.2. Artículo 14. Toda persona tiene derecho a acceder a la información pública salvo aquella considerada como secreta, reservada o nominativa.		<p>1.2.2.1. El artículo 14 de la ILFCS establece que:</p> <p>a) Toda persona tiene derecho a acceder a la información pública salvo aquella considerada como secreta, reservada o nominativa.</p> <p>b) Toda persona tiene derecho a asistir a bibliotecas públicas o</p>

				<p>gubernamentales</p> <p>c) Toda la información contenida en los acervos de las instituciones gubernamentales es privada.</p>
		<p>1.2.3. Artículo 20. El trabajador o colaborador de los medios de comunicación tiene derecho a rechazar su colaboración en la confección de noticias o programas que sean contrarios a sus convicciones profesionales, sin que</p>		<p>1.2.3. El artículo 20 de la ILFCS establece que:</p> <p>a) El trabajador o colaborador de los medios de comunicación no tiene derecho a rechazar su colaboración en la confección de</p>

		dicha conducta aislada o retirada, pueda constituirse como causal de despido o le pueda causar perjuicio alguno.		<p>noticias o programas que sean contrarios a sus convicciones profesionales.</p> <p>b) El trabajador o colaborador de los medios de comunicación tiene derecho a rechazar su colaboración en la confección de noticias o programas que sean contrarios a sus convicciones profesionales.</p> <p>c) El trabajador o colaborador de los medios que demuestre conducta</p>
--	--	--	--	--

				aislada o retirada de un acontecimiento nacional deberá ser sujeto a una investigación.
	1.3. Capítulo IV. De la información clasificada.	1.3.1. Artículo 21. No será violatorio del derecho a la información las restricciones a la misma, si tal información ha sido clasificada como material reservado, secreto o contiene información nominativa.		1.3.1. El artículo 21 de la ILFCS establece que:  a) No será violatorio del derecho a la información las restricciones a la misma, si tal información ha sido clasificada como material reservado, secreto o contiene

				<p>información nominativa.</p> <p>b) Todos los individuos deben recibir gratuitamente un diario de circulación nacional</p> <p>c) Los delitos que se cometan en contra de la libertad de expresión serán sancionados.</p>
		<p>1.3.2. Artículo 23. Se considera información nominativa aquella que contenga datos personales cuya divulgación pueda</p>		<p>1.3.2. El artículo 23 de la ILFCS establece que :</p> <p>a) Los derechos de los medios informativos son</p>

		constituir un atentado a la vida privada.		irrevocables b) La información nominativa es aquella que contenga datos personales cuya divulgación pueda constituir un atentado a la vida privada. c) El acceso a la información debe ser a través de una computadora.
		1.3.3. Artículo 25. La información reservada lo estará por tiempo determinado. El plazo para mantenerla en esa condición será de 12 años.		1.3.3. El artículo 25 de la ILFCS establece que:  a) Toda información deberá guardarse 30 días antes de



				<p>su publicación</p> <p>b) Los menores de 12 años no deben leer diarios por su alto contenido de violencia</p> <p>c) La información reservada lo estará por tiempo determinado. El plazo para mantenerla en esa condición será de 12 años.</p>
	1.4. Capítulo V. La información de la función pública y los medios de estado.	1.4.1. Artículo 29. Ninguna persona o autoridad está autorizada para destruir o retirar documentos públicos.		<p>1.4.1. El artículo 29 de la ILFCS establece que:</p> <p>a) Sólo las autoridades gubernamentales</p>

				<p>están autorizadas para destruir o retirar documentos públicos.</p> <p>b) Las personas están obligadas a leer mínimo dos publicaciones diariamente</p> <p>c) Ninguna persona o autoridad está autorizada para destruir o retirar documentos públicos.</p>
		<p>1.4.2. Artículo 31. Los medios de comunicación del Estado deberán divulgar la información</p>		<p>1.4.2. El artículo 31 de la ILFCS establece que:</p> <p>a) Los medios de</p>

		<p>de los grupos de diversa índole social o política o bien difundir en términos y condiciones equitativas la labor de aquellos grupos que se localicen en su zona de cobertura.</p>		<p>comunicación del Estado deberán divulgar la información de los grupos de diversa índole social o política o bien difundir en términos y condiciones equitativas la labor de aquellos grupos que se localicen en su zona de cobertura.</p> <p>b) Los medios de comunicación del Estado no deben publicar información de</p>
--	--	--	--	---

				<p>bares ni discotecas.</p> <p>c) Las publicaciones del Estado deben ser de máximo 15 hojas.</p>
		<p>1.4.3. Artículo 35. Las oficinas de comunicación social de cualquier dependencia o entidad pública sólo podrán realizar inserciones pagadas en los medios que satisfagan ciertos requisitos.</p>		<p>1.4.3.1. El artículo 35 de la ILFCS establece que:</p> <p>a) Las oficinas de comunicación social sólo podrán realizar inserciones pagadas en los medios que cumplan con los requisitos establecidos por la Ley Federal de</p>

				<p>Comunicación Social.</p> <p>b) Las inserciones pagadas sólo podrán realizarse en publicaciones mensuales</p> <p>c) Las oficinas de comunicación social de cualquier dependencia no podrán realizar inserciones pagadas en ningún medio.</p>
	1.5. Capítulo VI. Del derecho de réplica	1.5.1. Artículo 36. Toda persona física o moral que se considere afectada por informaciones		<p>1.5.1. El artículo 36 de la ILFCS establece que:</p> <p>a) Toda persona</p>

		<p>inexactas o agravantes emitidas en su perjuicio a través de los medios de comunicación social tiene derecho a presentar ante el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta.</p>		<p>física o moral que se considere afectada por informaciones inexactas o agravantes emitidas en su perjuicio a través de los medios de comunicación social tiene derecho a presentar ante el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta.</p> <p>b) Sólo las personas privadas tienen derecho de réplica en los</p>
--	--	---	--	--

				<p>medios de comunicación.</p> <p>c) No existe el derecho de réplica.</p>
		<p>1.5.2. Artículo 38. La inserción o respuesta que se dé con motivo de una réplica será gratuita y deberá darse en la misma ubicación, página y sección, si se trata de un medio impreso. Si se trata de un medio electrónico, en el mismo programa y horario, debiendo tener las mismas características de impresión o emisión en que fue difundida la</p>		<p>1.5.2. El artículo 38 de la ILFCS establece que:</p> <p>a) Las replicas deberán ser publicadas en el área de cartas o comentarios de los medios.</p> <p>b) La inserción o respuesta que se dé con motivo de una réplica será gratuita y deberá</p>

		información que se replica.		<p>darse en la misma ubicación, página, sección o programa en que fue difundida la información que se replica.</p> <p>c) La réplica sólo se podrá realizar en los medios impresos.</p>
		1.5.3. Artículo 39. Si algún medio no hace la rectificación o aclaración requerida, y con ello se daña la intimidad, honor o intereses de una persona, ésta podrá recurrir ante la		<p>1.5.3. El artículo 39 de la ILFCS establece que:</p> <p>a) Si algún medio no hace la rectificación o aclaración requerida, y con</p>



		<p>Comisión Nacional de Comunicación Social envía de queja, expresando lo que a su derecho convenga, sin perjuicio de las responsabilidades civiles o penales que pueda ejercer.</p>		<p>ello se daña la intimidad, honor o intereses de una persona, ésta podrá recurrir ante la Comisión Nacional de Comunicación Social.</p> <p>b) La negativa de los medios a hacer rectificaciones o aclaraciones daña la intimidad y el honor de las personas</p> <p>c) Las rectificaciones se deben hacer sólo en medios que tengan un tiraje</p>
--	--	--	--	--

				mayor a los 20 mil ejemplares.
	1.6. Capítulo VII. De la Comisión Nacional de Comunicación Social.	1.6.1. Artículo 40. Se crea la Comisión Nacional de Comunicación Social		<p>1.6.1. El artículo 40 de la ILFCS establece la creación de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) La Comisión Reguladora para los periódicos y revistas.</li> <li>b) La Comisión Nacional de Comunicación Social.</li> <li>c) La Escuela Nacional de Periodismo.</li> </ul>
		1.6.2. Artículo 41. La Comisión tendrá		1.6.2. El artículo 41 de la ILFCS

		competencia en todo el territorio nacional y promoverá la instalación de delegaciones estatales.		establece que: a) La Comisión tendrá competencia en el Distrito Federal b) La Comisión tendrá competencia en todo el territorio nacional y promoverá la instalación de delegaciones estatales c) La Comisión tendrá su sede en Canadá
		1.6.3. Artículo 42. El objetivo de la Comisión será la protección,		1.6.3. El Artículo 42. de la ILFCS establece que:

		observancia y promoción del derecho a la información y la libertad de expresión.		<p>a) El objetivo de la Comisión será la protección, observancia y promoción del derecho a la información y la libertad de expresión.</p> <p>b) La Comisión será internacional</p> <p>c) La Comisión tendrá como objetivo la promoción de los medios del Estado.</p>
2. Opinión de los reporteros y colaboradores del periódico unomásuno respecto a la Iniciativa	2.1. Opinión de los reporteros y colaboradores del capítulo II de la ILFCS que trata sobre La	2.1.1. Artículo 9. No se puede ejercer censura previa, exigir garantía o coartar la libertad de expresión a persona		2.1.1. Si contestó "b", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara: Bueno malo regular

de Ley Federal de Comunicación Social.	libertad de Expresión.	alguna.		
		2.1.2. Artículo 10. La libertad de expresión no tiene más límite que el respeto a la vida privada, la moral y la paz y el orden público.		2.1.2. Si contestó "b", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara: Bueno malo regular
	2.2. Opinión de los reporteros y colaboradores respecto al capítulo III de la ILFCS. Del derecho a la información.	2.2.1. Artículo 11. Todos los individuos tienen garantizados la libertad de expresión y el derecho a la información; ninguna persona pública o privada puede restringir estas prerrogativas.		2.2.1. Si contestó "a", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara: Bueno malo regular

		<p>2.2.2. Artículo 14.          Toda persona tiene derecho a acceder a la información pública salvo aquella considerada como secreta, reservada o nominativa.</p>	<p>2.2.2.1. Si contestó "a", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara</p> <p>Bueno malo regular</p>
		<p>2.2.3. Artículo 20. El trabajador o colaborador de los medios de comunicación tiene derecho a rechazar su colaboración en la confección de noticias o programas que sean contrarios a sus convicciones profesionales, sin que dicha conducta aislada</p>	<p>2.2.3. Si contestó "b", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara:</p> <p>Bueno malo regular</p>

		o retirada, pueda constituirse como causal de despido o le pueda causar perjuicio alguno.		
	2.3. Capítulo IV. De la información clasificada.	2.3.1. Artículo 21. No será violatorio del derecho a la información las restricciones a la misma, si tal información ha sido clasificada como material reservado, secreto o contiene información nominativa.		2.3.1. Si contestó "a", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara:  Bueno malo regular
		2.3.2. Artículo 23. Se considera información nominativa aquella que contenga datos		2.3.2. Si contestó "b", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara:

		personales cuya divulgación pueda constituir un atentado a la vida privada.		Bueno malo regular
		2.3.3. Artículo 25. La información reservada lo estará por tiempo determinado. El plazo para mantenerla en esa condición será de 12 años.		2.3.3. Si contestó "c", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara:  Bueno malo regular
	2.4. Capítulo V. La información de la función pública y los medios de estado.	2.4.1. Artículo 29. Ninguna persona o autoridad está autorizada para destruir o retirar documentos públicos.		2.4.1. Si contestó "c", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara:  Bueno malo regular
		2.4.2. Artículo 31. Los medios de		2.4.2. Si contestó "a", cuál sería el grado de



		<p>comunicación del Estado deberán divulgar la información de los grupos de diversa índole social o política o bien difundir en términos y condiciones equitativas la labor de aquellos grupos que se localicen en su zona de cobertura.</p>		<p>bondad en caso de que se aplicara: Bueno malo regular</p>
		<p>2.4.3. Artículo 35. Las oficinas de comunicación social de cualquier dependencia o entidad pública sólo podrán realizar inserciones pagadas en los medios que satisfagan ciertos</p>		<p>2.4.3. 1. Si contestó "a", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara: Bueno malo regular</p>

R.

		requisitos.		
	2.5. Capítulo VI. Del derecho de réplica	2.5.1. Artículo 36. Toda persona física o moral que se considere afectada por informaciones inexactas o agravantes emitidas en su perjuicio a través de los medios de comunicación social tiene derecho a presentar ante el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta.		2.5.1. Si contestó "a", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara:  Bueno malo regular
		2.5.2. Artículo 38. La inserción o respuesta que se dé con motivo de una réplica será gratuita y deberá darse		2.5.2. Si contestó "b", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara:

		<p>en la misma ubicación, página y sección, si se trata de un medio impreso. Si se trata de un medio electrónico, en el mismo programa y horario, debiendo tener las mismas características de impresión o emisión en que fue difundida la información que se replica.</p>		<p>Bueno malo regular</p>
		<p>2.5.3. Artículo 39. Si algún medio no hace la rectificación o aclaración requerida, y con ello se daña la intimidad, honor o intereses de una persona, ésta podrá</p>		<p>2.5.3. Si contestó "a", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara:</p> <p>Bueno malo regular</p>

		<p>recurrir ante la Comisión Nacional de Comunicación Social envía de queja, expresando lo que a su derecho convenga, sin perjuicio de las responsabilidades civiles o penales que pueda ejercer.</p>		
	<p>2.6. Capítulo VII. De la Comisión Nacional de Comunicación Social.</p>	<p>2.6.1. Artículo 40. Se crea la Comisión Nacional de Comunicación Social, cuyo objetivo será la protección, observancia y promoción del derecho a la información y la libertad de expresión.</p>		<p>2.6.1. Si contestó "b", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara: Bueno malo regular</p>
		<p>2.6.2. Artículo 41. La</p>		<p>2.6.2. Si contestó "b",</p>

		Comisión tendrá competencia en todo el territorio nacional y promoverá la instalación de delegaciones estatales.		cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara:  Bueno malo regular
		1.6.3. Artículo 42. El objetivo de la Comisión será la protección, observancia y promoción del derecho a la información y la libertad de expresión.		2.6.3. Si contestó "a", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara:  Bueno malo regular
3. Características sociodemográficas	3.1. Características sociodemográficas de los reporteros y colaboradores del periódico <b>unomásuno</b>	3.1.1. Nivel académico		3.1.1. Cuál es tu nivel académico a) licenciatura b) maestría c) otros

		3.1.2. Filiación partidista		3.1.2. Cuál es tu filiación partidista a) PRI b) PAN c) PRD
		3.1.3. Edad		3.1.3. Cuál es tu rango de edad  a) 20-30 b) 30-40 c) 40-50
		3.1.4. Puesto laboral		3.1.4. Qué puesto desempeñas en tu trabajo  a) reportero b) columnista c) articulista

### 3.5. CRITERIOS DE ARBOREACIÓN

Primero se observaron cuántos tipos de reactivos hay, posteriormente se hizo una selección de estos para así, clasificarlos según su grado de complejidad –del menos complejo al más complejo–.

- a) Verificación de cuántos tipos de reactivos hay
- b) Son 20 reactivos de tres opciones –a, b, c- y 16 de cinco –1, 2,3,4,5-
- c) Tabla

Tipo de reactivo	Número de reactivo
Tres opciones (a,b,c)	1.1.1,1.1.2,1.2.2.1,1.2.3,1.3.1,1.3.2,1.3.3,1.4.1,1.4.2,1.4.3.1,1.5.1,1.5.2,1.5.3,1.6.1,1.6.2,1.6.3,3.1.1,3.1.2, 3.1.3.3.1.4.
Cinco opciones (1,2,3,4,5)	2.1.1,2.1.2,2.2.2.1,2.2.3,2.3.1,2.3.2,2.3.3,2.4.1,2.4.2,2.4.3,2.5.1,2.5.2,2.5.3,2.6.1,2.6.2,2.6.3.

- d) Ordenar los reactivos del menos complejo al más complejo

3.1.4	3.1.1	3.1.2	3.1.3	1.1.1	2.1.1	1.6.1
2.6.1	1.1.2	2.1.2	1.2.3	2.2.3	1.6.2	2.6.2
1.6.3	2.6.3	1.2.1	2.2.1	1.2.3	2.2.3	1.2.2.1
2.2.2.1	1.3.2	2.3.2	1.3.3	2.3.3	1.3.1	2.3.1
1.4.1	2.4.1	1.5.1	2.5.1	1.4.2	2.4.2	1.5.2
2.5.2.1.5.3	2.5.3	1.4.3.1	2.4.3.1.			

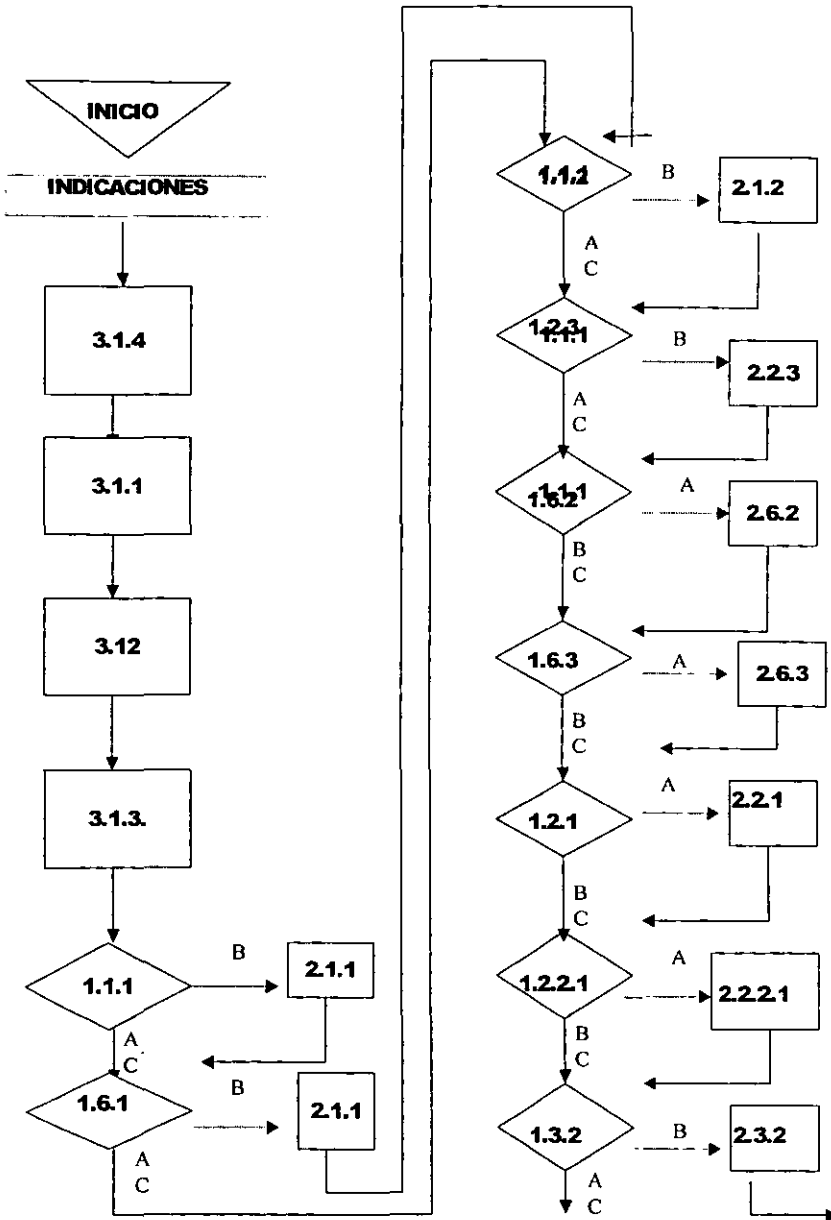
### TABLA DE EQUIVALENCIAS

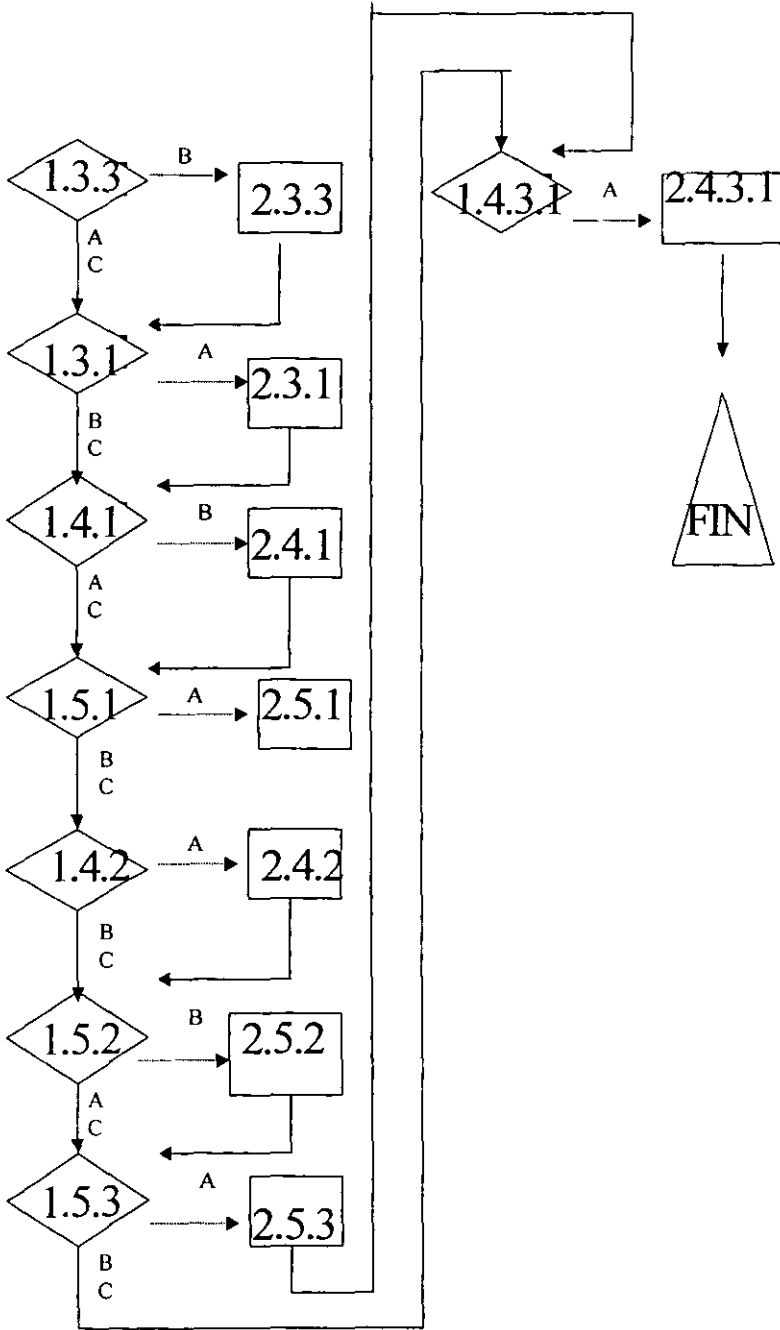
La siguiente tabla tiene la finalidad de ubicar los reactivos numéricos en la tabla de especificaciones con el orden en que aparecerán en el cuestionario, es decir, el indicador 3.1.4 aparecerá en el cuestionario como la pregunta 1.

Indicador	NÚMERO DE CUESTIONARIO
3.1.4	1
3.1.1	2
3.1.2	3
3.1.3	4
1.1.1	5
2.1.1	6
1.6.1	7
2.6.1	8
1.1.2	9
2.1.2	10
1.2.3	11
2.2.3	12
1.6.2	13
2.6.2	14
1.6.3	15
2.6.3	16
1.2.1	17
2.2.1	18
1.2.2.1	19
2.2.2.1	20
1.3.2	21



2.3.2	22
1.3.3	23
2.3.3	24
1.3.1	25
2.3.1	26
1.4.1	27
2.4.1	28
1.5.1	29
2.5.1	30
1.4.2	31
2.4.2	32
1.5.2	33
2.5.2	34
1.5.3	35
2.5.3	36
1.4.3.1	37
2.4.3.1	38





**CUESTIONARIO**

Este cuestionario tiene el propósito de conocer la opinión de los reporteros y colaboradores del periódico **unomásuno** respecto a la creación de un nuevo marco jurídico para los medios de comunicación. Le pido conteste las preguntas con la mayor sinceridad posible.

Los resultados del presente estudio, serán tratados con fines meramente estadísticos y de manera confidencial.

Los resultado de la encuestas estarán disponibles a partir del 20 de mayo del presente año en Corregio Sur 12 colonia Noche Buena Mixcoac.

**Marque con una X la opción correcta.**

1. Qué puesto desempeña en la empresa

- a) reportero ( )
- b) columnista ( )
- c) articulista ( )

2. Cuál es su nivel académico:

- a) Licenciatura ( )
- b) Maestría ( )
- c) Otros ( )

3. Cuál es tu filiación partidista

\_\_\_\_\_

4. Edad (escribala)

\_\_\_\_\_

5.-El artículo 9 de la ILFCS se refiere a:

- a) El derecho a la información ( )
- b) Garantizar la libertad de culto ( )
- c) Garantizar la libertad de expresión ( )

6. Si contestó "b" cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara

Bueno ( ) malo ( ) regular ( )

7. El artículo 40 de la ILFCS establece:

- a) La Comisión Reguladora para los periódicos y revistas ( )
- b) La Comisión Nacional de Comunicación Social ( )
- c) La Escuela Nacional de Periodismo

8. Si contestó "b" cual sería el grado de bondad en caso de que se aplicara

Bueno ( ) malo ( ) regular ( )

9. En su artículo 10, la ILFCS establece que:

- a) la libertad de expresión no tiene limite alguno ( )
- b) la libertad de expresión tiene como limite el respeto a la vida privada, la moral, la paz y el orden público. ( )
- c) la libertad de expresión tiene como limite las fronteras territoriales ( )

10.- Si contestaste "b", cual sería el grado de bondad en caso de que se aplicara

Bueno ( ) malo ( ) regular ( )

11 . El artículo 20 de la ILFCS establece que:

- a) El trabajador o colaborador de los medios de comunicación no tiene derecho a rechazar su colaboración en la confección de noticias o programas que sean contrarios a sus convicciones profesionales ( )
- b) El trabajador o colaborador de los medios de comunicación tiene derecho a rechazar su colaboración en la confección de noticias o programas que sean contrarios a sus convicciones profesionales. ( )
- c) El trabajador o colaborador de los medios que demuestre conducta aislada o retirada de un acontecimiento nacional deberá ser sujeto a una investigación ( )

12.- Cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara

Bueno ( ) malo ( ) regular ( )

13. El artículo 41 de la ILFCS establece que:

- a) La Comisión tendrá competencia en todo el territorio Nacional ( )
- b) La Comisión tendrá competencia internacional ( )
- c) La Comisión tendrá competencia en el Distrito Federal ( )

14. Si contestó "a", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara

Bueno ( ) malo ( ) regular ( )

15. El artículo 42 de la ILFCS establece que:

- a) el objetivo de la Comisión será la protección, observancia y promoción del derecho a la información y la libertad de expresión ( )
- b) La Comisión tendrá como objetivo la promoción de los medios del estado. ( )
- c) El objetivo de la Comisión será establecer contacto con los medios de comunicación ( )

16. Si contestó "a", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara

Bueno ( ) malo ( ) regular ( )

17. El artículo 11 de la ILFCS establece que:

- a) Todos los individuos tienen garantizados la libertad de expresión y el derecho a la información por lo que ninguna persona pública o privada puede restringir estas prerrogativas ( )
- b) todos los individuos tienen garantizados el derecho a la información y la libertad de expresión, estas prerrogativas sólo pueden ser restringidas por una persona privada. ( )
- c) Cualquier persona pública o privada puede garantizar a otra la libertad de culto. ( )

18. Si contestó "a", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara.

Bueno ( ) malo ( ) regular ( )

19. El artículo 14 de la ILFCS establece que:

- a) Toda persona tiene derecho a acceder a la información pública salvo aquella considerada como secreta, reservada o nominativa. ( )
- b) Toda persona tiene derecho a asistir a bibliotecas públicas o gubernamentales ( )
- c) Toda la información contenida en los acervos de las instituciones gubernamentales es privada ( )

20. Si contestó "a", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara

Bueno ( ) malo ( ) regular ( )

21. El artículo 23 de la ILFCS establece que :

- a) Los derechos de los medios informativos son irrevocables. ( )
- b) La información nominativa es aquella que contenga datos personales cuya divulgación pueda constituir un atentado a la vida privada. ( )
- c) El acceso a la información debe ser a través de una computadora ( )

22. Si contestó "b", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara

Bueno ( ) malo ( ) regular ( )

23. El artículo 25 de la ILFCS establece que:

- a) Toda información deberá guardarse 30 días antes de su publicación ( )
- b) Los menores de 12 años no deben leer diarios por su alto contenido de violencia ( )
- c) La información reservada lo estará por tiempo determinado. El plazo para mantenerla en esa condición será de 12 años. ( )

24. Si contestó "c" cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara

Bueno ( ) malo ( ) regular ( )

25. El artículo 21 de la ILFCS establece que:

- a) No será violatorio del derecho a la información las restricciones a la ( ) misma, si tal información ha sido clasificada como material reservado, secreto o contiene información nominativa
- b) Todos los individuos deben recibir gratuitamente un diario de circulación ( ) nacional.
- c) Los delitos que se cometan en contra de la libertad de expresión serán ( ) sancionados.



26. Si contestó "a", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara  
 Bueno ( ) malo ( ) regular ( )

27. El artículo 29 de la ILFCS establece que:

- a) sólo las autoridades gubernamentales están autorizadas para destruir o retirar documentos públicos. ( )
- b) las personas están obligadas a leer mínimo dos publicaciones diariamente ( )
- c) ninguna persona o autoridad está autorizada para destruir o retirar documentos públicos. ( )

28. Si contestó "c", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara  
 Bueno ( ) malo ( ) regular ( )

29. El artículo 36 de la ILFCS establece que:

- a) a) Toda persona física o moral que se considere afectada por informaciones inexactas o agravantes emitidas en su perjuicio a través de los medios de comunicación social tiene derecho a presentar ante el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta ( )
- b) b) Sólo las personas privadas tienen derecho de réplica en los medios de comunicación. ( )
- c) c) No existe el derecho de réplica. ( )

29. Si contesto "a" cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara  
 Bueno ( ) malo ( ) regular ( )

31 . El artículo 31 de la ILFCS establece que:

- a) Los medios de comunicación del Estado deberán divulgar la información de los grupos de diversa índole social o política o bien difundir en términos y condiciones equitativas la labor de aquellos grupos que se localicen en su zona de cobertura. ( )
- b) Los medios de comunicación del Estado no deben publicar información de bares ni discotecas. ( )
- c) Las publicaciones del Estado deben ser de máximo 15 hojas. ( )

32. Si contestó "a", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara

Bueno ( ) malo ( ) regular ( )

33. El artículo 38 de la ILFCS establece que:

- a) Las replicas deberán ser publicadas en el área de cartas o comentarios de los medios. ( )
- b) La inserción o respuesta que se dé con motivo de una réplica será gratuita y deberá darse en la misma ubicación, página, sección o programa en que fue difundida la información que se replica. ( )
- c) La réplica sólo se podrá realizar en los medios impresos. ( )

34. Si contestó "b", cuál sería su grado de bondad en caso de que se aplicara

Bueno ( ) malo ( ) regular ( )

35. El artículo 39 de la ILFCS establece que:

- a) si algún medio no hace la rectificación o aclaración requerida, y con ello se daña la intimidad, honor o intereses de una persona, ésta podrá recurrir ante la Comisión Nacional de Comunicación Social. ( )
- b) La negativa de los medios a hacer rectificaciones o aclaraciones daña la intimidad y el honor de las personas. ( )
- c) Las rectificaciones se deben hacer sólo en medios que tengan un tiraje mayor a los 20 mil ejemplares. ( )

36. Si contestó "a", cuál sería su grado de bondad en caso de que se aplicara

Bueno ( ) malo ( ) regular ( )

37. El artículo 35 de la ILFCS establece que:

- a) Las oficinas de comunicación social sólo podrán realizar inserciones pagadas en los medios que cumplan con los requisitos establecidos por la Ley Federal de Comunicación Social. ( )
- b) Las inserciones pagadas sólo podrán realizarse en publicaciones mensuales. ( )
- c) Las oficinas de comunicación social de cualquier dependencia no podrán realizar inserciones pagadas en ningún medio. ( )

38. Si contestó "a", cuál sería su grado de bondad en caso de que se aplicara

Bueno ( ) malo ( ) regular ( )

### 3.6. PROCEDIMIENTO DE PILOTEO

#### 3.6.1. Utilidad del piloteo

Se realizó el piloteo para verificar la pertinencia del cuestionario para posteriormente realizar las correcciones necesarias.

Así pues, se demuestra si el cuestionario funciona.

#### 3.6.2. Confiabilidad de los reactivos

Los reactivos 3.1.2 y 3.1.4, sufrieron un cambio ya que debido al tipo de pregunta, éstos deben ser abiertos.

El cambio fue

3.1.2. Cuál es su filiación partidista

- a) PRI
- b) PAN
- c) PRD

Quedó de la siguiente forma

3.1.2. Anote en la línea cuál es su filiación partidista

\_\_\_\_\_

En tanto que el reactivo 3.1.4. que decía: Indique su rango de edad

- a) 25-30
- 3 0-35
- 3 5-40

Para quedar de la siguiente forma

3.1.4. Indique su rango de edad

3.6.3.1. Las opciones del cuestionario, están bien elaboradas ya que, en ningún caso, los encuestados señalaron alguna dificultad a la hora de contestarlo.

**3.6.3. Informe del procedimiento de piloteo**

El procedimiento de la encuesta: En primer lugar, saludé al posible encuestado, le pregunté si disponía de cinco minutos para contestar una encuesta respecto a la Iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social a lo que contestó afirmativamente. Le di el cuestionario y una pluma. Más tarde me entregó el cuestionario. Le pregunté si, al contestar el cuestionario, se le había presentado algún problema y refirió que no. El cuestionario fue llenado por el encuestado.

Una vez que las diez personas contestaron el cuestionario, procedí al procesamiento estadístico. El levantamiento del piloteo se realizó en las instalaciones de editorial uno, ubicadas en Corregio Sur #12 colonia Nochebuena Mixcoac.

**Tablas de piloteo**

1.1.1. El artículo 9 de la ILFCS se refiere a:  a) El derecho a la información. b) Garantizar la libertad de culto. c) Garantizar la libertad de expresión.	A		B		C	
	F	%	F	%	F	%
	4	40	3	30	3	30

2.1.1. Si contestó "b" cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara (1 es lo menos deseado por usted y 5 es lo más deseado)	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
			1	10					2	20

1.6.1. El artículo 40 de la ILFCS establece la creación de:  a) La Comisión Reguladora para los periódicos y revistas. b) La Comisión Nacional de Comunicación Social. c) La Escuela Nacional de Periodismo.	A		B		C	
	F	%	F	%	F	%
	3	30	5	50	2	20

2.6.1 Si contestó "b" cual sería el grado de bondad en caso de que se aplicara (1 es lo menos deseado por usted y 5 es lo más deseado).	<b>1</b>		<b>2</b>		<b>3</b>		<b>4</b>		<b>5</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
	3	30	1	20	1	10				

1.1.2. En su artículo 10, la ILFCS establece que:  a) La libertad de expresión no tiene limite alguno  b) La libertad de expresión tiene como límite el respeto a la vida privada, la moral, la paz y el orden público.  c) La libertad de expresión tiene como limite las fronteras territoriales.	<b>A</b>		<b>B</b>		<b>C</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
	3	30	4	40	3	30

2.1.2. Si contestaste "b", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara (1 es lo menos deseado por usted y 5 es lo más deseado).	<b>1</b>		<b>2</b>		<b>3</b>		<b>4</b>		<b>5</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
	1	10							3	30



El artículo 20 de la ILFCS establece que:	A		B		C	
	F	%	F	%	F	%
a) El trabajador o colaborador de los medios de comunicación no tiene derecho a rechazar su colaboración en la confección de noticias o programas que sean contrarios a sus convicciones profesionales.	4	40	4	40	2	20
b) El trabajador o colaborador de los medios de comunicación tiene derecho a rechazar su colaboración en la confección de noticias o programas que sean contrarios a sus convicciones profesionales.						
c) El trabajador o colaborador de los medios que demuestre conducta aislada o retirada de un acontecimiento nacional deberá ser sujeto a una investigación.						

2.2.3. Si contestó "b", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara (tomando en cuenta que 1 es lo menos deseado por usted y 5 lo más deseado).	<b>1</b>		<b>2</b>		<b>3</b>		<b>4</b>		<b>5</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
	1	10	2	20	1	10	1	10		

1.6.2. El artículo 41 de la ILFCS establece que:  a) La Comisión tendrá competencia en todo el territorio Nacional.  b) La Comisión tendrá competencia internacional.  c) La Comisión tendrá competencia en el Distrito Federal.	<b>A</b>		<b>B</b>		<b>C</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
	5	50	2	20	3	30

2.6.2. . Si contestó "a", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara (1 es lo menos deseado por usted y 5 es lo más deseado).	<b>1</b>		<b>2</b>		<b>3</b>		<b>4</b>		<b>5</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
	1	10	1	10	2	20			1	10

1.6.3. El artículo 42 de la ILFCS establece que:  a) El objetivo de la Comisión será la protección, observancia y promoción del derecho a la información y la libertad de expresión  b) La Comisión tendrá como objetivo la promoción de los medios del estado.  c) El objetivo de la Comisión será establecer contacto con los medios de comunicación.	<b>A</b>		<b>B</b>		<b>C</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
	5	50	4	40	1	10

2.6.3. Si contestó "a", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara (1 es lo menos deseado por usted y 5 lo más deseado).	<b>1</b>		<b>2</b>		<b>3</b>		<b>4</b>		<b>5</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
	1	10			2	20			2	20

1.2.1. El artículo 11 de la ILFCS establece que:  a) Todos los individuos tienen garantizados la libertad de expresión y el derecho a la información por lo que ninguna persona pública o privada puede restringir estas prerrogativas.  b) Todos los individuos tienen garantizados el derecho a la información y la libertad de expresión, estas prerrogativas sólo pueden ser restringidas por una persona privada.  c) Cualquier persona pública o privada puede garantizar a otra la libertad de culto.	<b>A</b>		<b>B</b>		<b>C</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
	3	30	4	40	3	30

2.2.1. Si contestó "a", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara. (tomando en cuenta 1 como lo menos deseado por usted y 5 lo más deseado).	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
			1	10	1	10			1	10

1.2.2.1. El artículo 14 de la ILFCS establece que:	A		B		C	
	F	%	F	%	F	%
a) Toda persona tiene derecho a acceder a la información pública salvo aquella considerada como secreta, reservada o nominativa.	5	50	2	20	3	30
b) Toda persona tiene derecho a asistir a bibliotecas públicas o gubernamentales.						
c) Toda la información contenida en los acervos de las instituciones gubernamentales es privada.						

2.2.2.1. Si contestó "a" cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara (tomando en cuenta 1 como lo menos deseado por usted y 5 lo más deseado)	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	2	20	1	10	2	20				

El artículo 23 de la ILFCS establece que :	A		B		C	
	F	%	F	%	F	%
a) Los derechos de los medios informativos son irrevocables.	4	40	4	40	2	20
b) La información nominativa es aquella que contenga datos personales cuya divulgación pueda constituir un atentado a la vida privada.						
c) El acceso a la información debe ser a través de una computadora.						

2.3.2. Si contestó "b", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara (tomando en cuenta el 1 como lo menos deseado por usted y 5 lo más deseado)	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	1	10	1	10	1	10			1	1

1.3.3. El artículo 25 de la ILFCS establece que:	A		B		C	
	F	%	F	%	F	%
	2	20	3	30	5	50
a) Toda información deberá guardarse 30 días antes de su publicación.						
b) Los menores de 12 años no deben leer diarios por su alto contenido de violencia						
c) La información reservada lo estará por tiempo determinado. El plazo para mantenerla en esa condición será de 12 años.						

2.3.3. Si contestó "c" cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara (tomando en cuenta el 1 como lo menos deseado por usted y 5 lo más deseado)	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	1	10			1	10	2	20	1	10

1.3.1. El artículo 21 de la ILFCS establece que:  a) No será violatorio del derecho a la información las restricciones a la misma, si tal información ha sido clasificada como material reservado, secreto o contiene información nominativa.  b) Todos los individuos deben recibir gratuitamente un diario de circulación nacional  c) Los delitos que se cometan en contra de la libertad de expresión serán sancionados.	A		B		C	
	F	%	F	%	F	%
	4	40	2	20	4	40



2.3.1. Si contestó "a", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara (tomando en cuenta el 1 como lo menos deseado por usted y 5 lo más deseado)	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
			1	10	2	20			1	10

1.4.1. El artículo 29 de la ILFCS establece que:	A		B		C	
	F	%	F	%	F	%
	3	30	2	20	5	50
a) Sólo las autoridades gubernamentales están autorizadas para destruir o retirar documentos públicos.						
b) Las personas están obligadas a leer mínimo dos publicaciones diariamente.						
c) Ninguna persona o autoridad está autorizada para destruir o retirar documentos públicos						

2.4.1. Si contestó "c", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara (tomando en cuenta 1 como lo menos deseado por usted y 5 lo más deseado)	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
			1	10			1	10	3	30

1.5.1. El artículo 36 de la ILFCS establece que:	A		B		C	
	F	%	F	%	F	%
a) Toda persona física o moral que se considere afectada por informaciones inexactas o agravantes emitidas en su perjuicio a través de los medios de comunicación social tiene derecho a presentar ante el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta.	4	40	4	40	2	20
b) Sólo las personas privadas tienen derecho de réplica en los medios de comunicación.						
c) No existe el derecho de réplica.						

2.5.1. Si contesto "a" cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara (tomando en cuenta 1 como lo menos deseado y 5 lo más deseado)	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	2	20	1	10	1	10				

1.4.2. El artículo 31 de la ILFCS establece que:	A		B		C	
	F	%	F	%	F	%
	5	50	3	30	2	20
a) Los medios de comunicación del Estado deberán divulgar la información de los grupos de diversa índole social o política o bien difundir en términos y condiciones equitativas la labor de aquellos grupos que se localicen en su zona de cobertura.						
b) Los medios de comunicación del Estado no deben publicar información de bares ni discotecas.						
c) Las publicaciones del Estado deben ser de máximo 15 hojas.						

2.4.2. Si contestó "a", cuál sería el grado de bondad en caso de que se aplicara (tomando en cuenta 1 como lo menos deseado por usted y 5 lo más deseado)	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	3	30	1	10					1	10
1.5.2. El artículo 38 de la ILFCS establece que:	A		B		C					
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
a) Las replicas deberán ser publicadas en el área de cartas o comentarios de los medios.	4	40	4	40	2	20				
b) La inserción o respuesta que se dé con motivo de una réplica será gratuita y deberá darse en la misma ubicación, página, sección o programa en que fue difundida la información que se replica.										
c) La réplica sólo se podrá realizar en los medios impresos.										

2.5.2. Si contestó "b", cuál sería su grado de bondad en caso de que se aplicara (tomando en cuenta 1 como lo menos deseado por usted y 5 lo más deseado.	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	1	10	1	10	1	10			1	10

1.5.3. El artículo 39 de la ILFCS establece que:	A		B		C	
	F	%	F	%	F	%
	4	40	4	40	2	20
a) Si algún medio no hace la rectificación o aclaración requerida, y con ello se daña la intimidad, honor o intereses de una persona, ésta podrá recurrir ante la Comisión Nacional de Comunicación Social.						
b) La negativa de los medios a hacer rectificaciones o aclaraciones daña la intimidad y el honor de las personas.						
c) Las rectificaciones se deben hacer sólo en medios que tengan un tiraje mayor a los 20 mil ejemplares.						

2.5.2. Si contestó "a", cuál sería su grado de bondad en caso de que se aplicara (tomando en cuenta el 1 como lo menos deseado r usted y 5 lo más deseado)	1		2		3		4		5	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	1	10	2	20	1	10				

<p>Que se corresponde al reactivo 1.4.3.1. El artículo 35 de la ILFCS establece que:</p> <p>a) Las oficinas de comunicación social sólo podrán realizar inserciones pagadas en los medios que cumplan con los requisitos establecidos por la Ley Federal de Comunicación Social.</p> <p>b) Las inserciones pagadas sólo podrán realizarse en publicaciones mensuales</p> <p>c) Las oficinas de comunicación social de cualquier dependencia no podrán realizar inserciones pagadas en ningún medio.</p>	A		B		C	
	F	%	F	%	F	%
	4	40	2	20	4	40

2.4.3.1. Si contestó "a", cuál sería su grado de bondad en caso de que se aplicara (tomando en cuenta el 1 como lo menos deseado por usted y 5 lo más deseado)	<b>1</b>		<b>2</b>		<b>3</b>		<b>4</b>		<b>5</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
	1	10	1	10			1	10		

**DEMOGRÁFICOS**

3.1.4. Qué puesto desempeña en la empresa. a) Reportero b) Columnista c) Articulista	<b>A</b>		<b>B</b>		<b>C</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>

3.1.1. Cuál es su nivel académico a) Licenciatura b) Maestría c) Otros	<b>A</b>		<b>B</b>		<b>C</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>

## Capítulo 4

# Levantamiento de datos



## CAPÍTULO 4. LEVANTAMIENTO DE DATOS

*En el presente capítulo se presentan los pasos que se utilizaron para realizar el levantamiento de datos. También la definición y características del universo a estudiar hasta el problema que enfrenta el entrevistador al momento de aplicar los cuestionarios en campo. Así como la conformación de la muestra y la razón por la cual se decidió realizar un censo. Con base en la tabla de especificaciones, presentada en el capítulo anterior, se realizó un cuestionario, el cual se aplicó a los reporteros y colaboradores del diario **unomásuno**. Este apartado incluye la lectura e interpretación de resultados.*

### 4.1. CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN

La presente investigación tiene la finalidad de conocer la opinión de los reporteros y colaboradores del periódico **unomásuno** respecto a la creación de un nuevo marco jurídico a los medios de comunicación masiva, específicamente, respecto a la Iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social.

En esta investigación se considerará como “universo al conjunto de elementos a los cuales se desea extrapolar los resultados de la muestra-<sup>69</sup>, debido a que todos los

---

<sup>69</sup> LOPEZ Romo, Heriberto, Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación, México Conaculta, p.21.

elementos son homogéneos en cuanto a su definición, en este caso, el universo a estudiar está integrado por 38 personas; 30 de ellos son reporteros, cinco, columnistas y tres son articulistas, quienes no tienen un horario específico para asistir a la redacción del periódico, sin embargo se reportan a ésta tres veces o más durante el transcurso del día.

En ese sentido, la "enumeración de todos los elementos del universo o población se conoce como marco muestral... éste permite realizar una selección de elementos asegurando la posibilidad de que todos puedan ser elegidos".<sup>70</sup>

El marco muestral se tomó de la hoja de nómina que elaborada catorcenalmente por el departamento de Recursos Humanos del diario.

#### PERFIL DE LA POBLACIÓN

<b>Reporteros</b>	<b>30</b>
<b>Columnistas</b>	<b>5</b>
<b>Articulistas</b>	<b>3</b>
<b>Total</b>	<b>38</b>

## 4.2. TIPO DE LEVANTAMIENTO DE DATOS

El método que se utilizó para realizar la presente investigación es el “censo”, ello debido a las características de grupo a encuestar, es decir, el grupo está integrado por 38 personas y su ubicación espacio temporal es sencilla debido a que se reúnen al menos dos veces a la semana en las instalaciones del diario. Además, se trata de miembros de un mismo departamento que a su vez está integrado por áreas y todos los integrantes se conocen entre sí. Para facilitar la ubicación de estas personas, el investigador, previamente, cuenta con un listado completo y actual de la población total –en este caso es la última nómina de la empresa- otorgado por la misma empresa.

Asimismo, se puede obtener un mayor grado de confiabilidad debido a que se facilita entrevistar a los individuos puesto que la mayoría de ellos asiste al menos dos veces a la semana a la redacción del periódico *unomásuno*, evitando así gastos mayores.

Realizar censo dentro de las investigaciones implica un alto costo de tiempo y dinero, pero esta investigación por tener un universo pequeño se disminuyen los costos, y el tiempo del levantamiento es menor ya que por tener a los sujetos a encuestar dentro de un área determinada es factible encontrarlos de manera rápida o en horarios muy específicos.

El tiempo de levantamiento es mínimo, debido a que el universo se localiza dentro de un espacio físico. Tampoco es necesario ocupar encuestadores, ya que, debido a la cantidad, los puede aplicar una persona, con lo que, el recurso humano también implica un ahorro. Con este tipo de muestra-censo se buscan los parámetros.

---

<sup>70</sup> *ibidem*

### 4.3. LEVANTAMIENTO DE DATOS

El levantamiento de datos fue de forma personal, el registro de los datos se hizo con pluma y papel. Una vez localizados los integrantes del censo, les pedí diez minutos de su tiempo "para ayudarme a contestar un cuestionario al respecto". Les explique que debían leer con atención las preguntas y marcar con una X la opción correcta.

En el proceso de levantamiento de datos no tuve mayores problemas debido a que los integrantes de mi censo fueron siempre comprensivos.

### CALENDARIO

DIA	LUGAR	TIEMPO DE PERMANENCIA	MÉTODO DE APLICACIÓN	OBSERVACIONES
24 de febrero	Corregio Sur 12	Tres horas	Personal	Llegué al periódico cerca de las 13 horas y encontré a cuatro reporteros. Les entregue el cuestionario y procedieron a contestarlo.
27 de febrero	Corregio Sur 12	Seis horas	Personal	Llegué al periódico a las 12 del día. Los reporteros fueron

DIA	LUGAR	TIEMPO DE PERMANENCIA	MÉTODO DE APLICACIÓN	OBSERVACIONES
				llegado poco a poco. Aunque sólo dos de ellos pudieron contestar el cuestionario debido a sus ocupaciones.
28 de febrero	Corregio Sur 12	Siete horas	Personal	Este día me toca hacer guardia en el diario por lo que pude esta bastante tiempo. Conforme llegaron los reporteros a hacer sus notas, aproveche para entregarles los cuestionarios. Tres personas se negaron a contestarlo a menos que les permitiera llevárselo. Como no accedí, tuve que ir yo al siguiente día a encontrarme con

DIA	LUGAR	TIEMPO DE PERMANENCIA	MÉTODO DE APLICACIÓN	OBSERVACIONES
				ellos en las instalaciones del diario.
29 de febrero	Corregio Sur 12	Tres horas	Personal	A lo largo del tiempo que estuve en el diario me fue imposible aplicar una sola encuesta.
5 de marzo	Sala de prensa de la Secretaría de Salud	Tres horas	Personal	A partir de las 12:00 a las 16:00 estuve en el diario y continuar la aplicación de los cuestionarios.
6 de marzo	Corregio Sur 12	Siete horas	Fax	Nuevamente me tocó hacer guardia en el periódico, por lo que me di a la tarea de localizar a los colaboradores, situación un poco difícil, porque ellos casi no vienen al periódico, afortunadamente era día de cobro y por la

DÍA	LUGAR	TIEMPO DE PERMANENCIA	MÉTODO DE APLICACIÓN	OBSERVACIONES
				tarde les entregué los cuestionarios.

### Cronograma

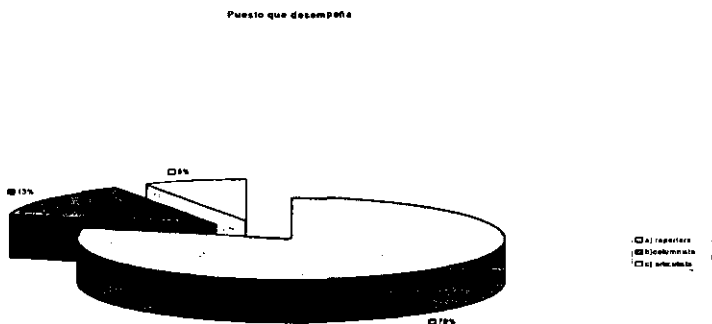
DÍA	NÚMERO DE CUESTIONARIOS	NÚMERO DE FOLIO
24 de marzo	6 cuestionarios	01-06
27 de marzo	4 cuestionarios	07-10
28 de marzo	14 cuestionarios	11-24
5 de marzo	8 cuestionarios	25-32
6 de marzo	6 cuestionarios	33-38

Debido a que fue una población muy pequeña, el costo fue mínimo, cien pesos por concepto de pago de 38 juegos de copias.

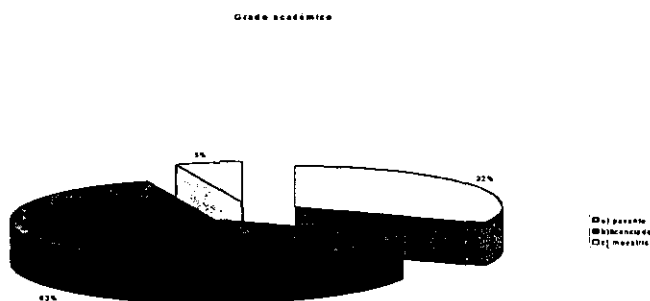
#### 4.4. LECTURA DE DATOS

Después de aplicar el cuestionario se obtuvieron los siguientes resultados

De los encuestados, 79 por ciento son reporteros, 13 por ciento columnistas y 8 por ciento articulistas.



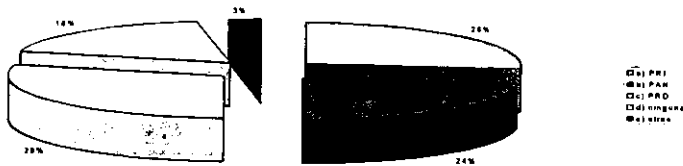
De los encuestados, 32 por ciento dijo ser pasante de licenciatura, 63 por ciento licenciados y 5 por ciento con maestría.





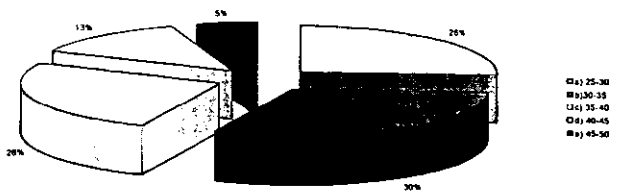
- Así, 29 por ciento dijo ser de filiación perredista, 26 por ciento priísta, 24 por ciento panista, 18 por ciento no tener preferencia política y 3 por ciento, otras opciones – PVEM-

Filiación partidista



- En cuanto a los rangos de edad, 30 por ciento dijo estar entre los 30-35 años de edad, 26 por ciento entre 35-40, 26 por ciento, entre 25-30, 13 por ciento entre 40-45 y el 5 por ciento restante, entre los 45-50 años de edad.

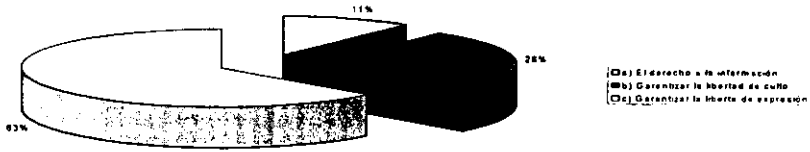
Edad



En lo que se refiere al conocimiento de los artículos que integran la Iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social, se obtuvieron los siguientes resultados:

- 63 por ciento conocen el art. 9 de la ILFCS (opción c).

5. El art. 9 de la ILFCS establece:



- 92 por ciento de los que conocen el artículo 9 opinaron que de aplicarse sería bueno, y el 8 por ciento restante que sería regular.

6. Opinión art. 9



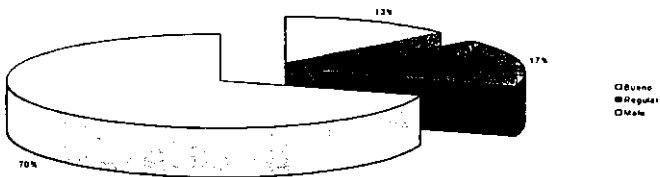
- 74 por ciento conocen el artículo 40 de la ILFCS (opción b)

7. El art. 40 de la ILFCS establece



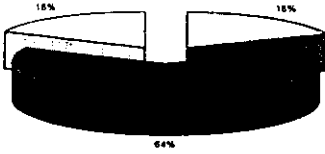
- De aplicarse el artículo, 70 por ciento opina que sería **malo**, 13 por ciento que sería **bueno** y 17 por ciento **regular**.

8. Opinión art. 40



- 64 por ciento conoce el art. 10 de la ILFCS (opción b)

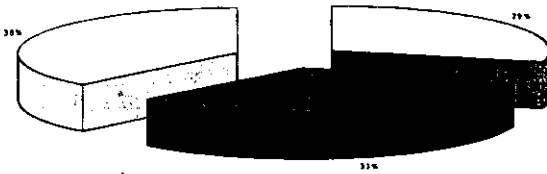
9. En su artículo 10, la ILFCS establece:



- a) la libertad de expresión no tiene límite alguno
- b) la libertad de expresión tiene como límite el respeto a la vida privada, la moral, la paz y el orden público
- c) la libertad de expresión tiene como límite las fronteras territoriales

- De los que conocen ese artículo, 38 por ciento opinó que sería malo que se aplicara, 33 por ciento consideró que sería regular y el 29 por ciento restante bueno.

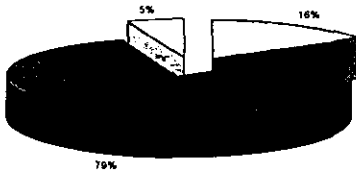
10. Opinión art. 10



- Bueno
- Regular
- Malo

- 79 por ciento de los encuestados conoce el artículo 20 de la ILFCS (opción b)

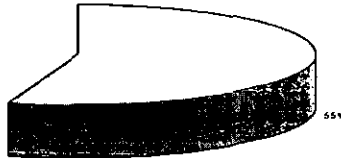
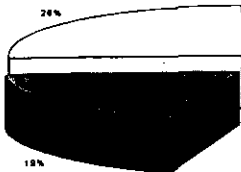
11. El artículo 20 de la ILFCS establece:



- a) el trabajador o colaborador de los medios de comunicación no tiene derecho a rechazar su colaboración en la confección de noticias o programas que sean contrarios a sus convicciones profesionales
- b) el trabajador o colaborador de los medios de comunicación tiene derecho a rechazar su colaboración en la confección de noticias o programas que sean contrarios a sus convicciones profesionales
- c) el trabajador o colaborador de los medios que demuestre conducta astada o retrada de un acontecimiento nacional deberá ser sujeto a una investigación

- De los que conocen este artículo, 55 por ciento opina que de aplicarse sería bueno, 26 por ciento malo y el por ciento restante regular.

12. Opinión art. 20



- Buena
- Regular
- Mala

- 84 por ciento de los encuestados conoce el artículo 41 de la ILFCS (opción a)

13 El art. 41 de la ILFCS establece:



- ☐a) La Comisión tendrá competencia en todo el territorio Nacional
- ☐b) La Comisión tendrá competencia interdepartal
- ☐c) La Comisión tendrá competencia en el Distrito Federal

- De los que conocen el artículo 41, 37 por ciento opinan que de aplicarse sería bueno, 33 por ciento que sería malo y 30 por ciento, regular.

14 Opinión



- ☐Bueno
- ☐Malo
- ☐Regular

- 68 por ciento conocen el artículo 42

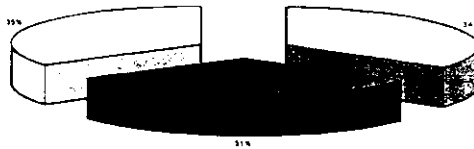
18. El artículo 42 de la ILFCR establece:



- Opino que el objetivo de la Comisión está relacionado con la protección, abstracción y promoción del derecho de la intimidad y la libertad de expresión
- Opino que el objetivo de la Comisión está relacionado con la protección de los medios del estado
- Opino que el objetivo de la Comisión está relacionado con la protección de los medios de comunicación

- Si se aplicara el artículo 42, 35 por ciento opina que sería malo, 34 por ciento que bueno y 31 por ciento opina que regular.

19. Opina art.42



- Opino que sería malo
- Opino que sería bueno
- Opino que sería regular

- 79 por ciento conocen el artículo 11 de la ILFCS

Figura 11 de la ILFCS establecida



De los que no conocen el artículo 11 de la ILFCS establecida, el 16% no sabe y el 5% opina que de aplicarse, sería bueno, 27 por ciento opinan que regular y 17 por ciento, malo.

- De los que conocen, 56 por ciento opina que de aplicarse, sería bueno, 27 por ciento opinan que regular y 17 por ciento, malo.

Figura 12 Opinión art. 11





- 71 por ciento de los encuestados conoce el artículo 14 de la ILFCS

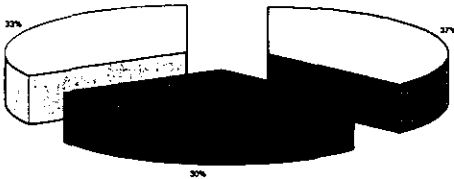
19.- El art. 14 de la ILFCS establece:



- a) toda persona tiene derecho a acceder a la información pública y a ser considerada como sujeto interesado o beneficiario
- b) toda persona tiene derecho a acceder a información pública o gubernamental
- c) toda la información contenida en los archivos de los organismos gubernamentales es pública
- d) ninguna de las anteriores

- De los que conocen el artículo 14, 37 por ciento opinan que si se aplicara sería bueno, 33 por ciento que sería malo y 30 por ciento que regular.

20. Opinión art. 14.



- Bueno
- Regular
- Malo

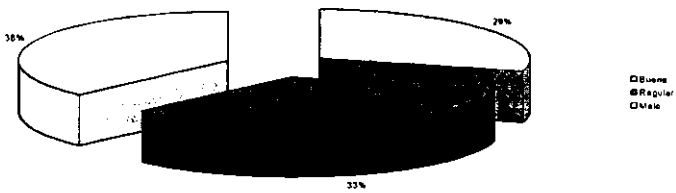
- 63 por ciento de los encuestados conocen el artículo 23 de la ILFCS

21. El art. 23 de la ILFCS establece



- De los que conocen el artículo 23, 38 por ciento opina que de aplicarse, sería malo, 33 por ciento, regular y 29 por ciento opinan que sería bueno.

22. opinión art. 23



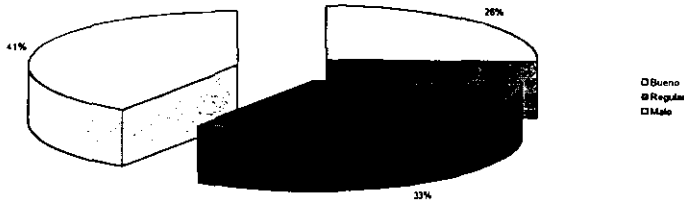
- 71 por ciento de los encuestados conocen el artículo 25 de la ILFCS

23. ¿Sabe usted que es el artículo 25 de la ILFCS?



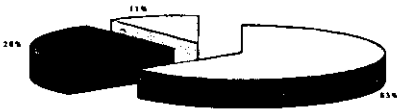
- De los que conocen el artículo 25, 41 por ciento opina que de aplicarse sería malo, 33 por ciento que regular y 26 por ciento opinan que sería bueno.

24. Opinión art. 25



- 63 por ciento conocen el artículo 21 de la ILFCS

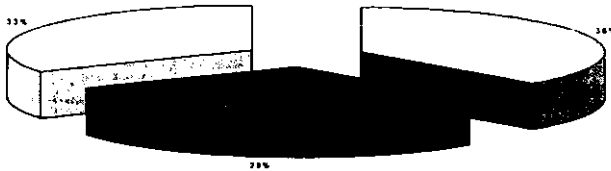
25 - El art. 21 de la ILFCS establece:



- A) no se verá violado el derecho a la información si las restricciones a la misma (si la información ha sido considerada como información reservada, secreto o confidencial) son razonables.
- B) todos los individuos deben recibir gratuitamente un libro de resultados.
- C) los datos que se cometen en contra de la libertad de expresión serán sancionados.

- De los que conocen el artículo 21, 38 por ciento opina que de aplicarse sería bueno, 33 por ciento que sería malo y 29 por ciento opina que sería regular.

26 Opinión art. 21



- Bueno
- Regular
- Malo

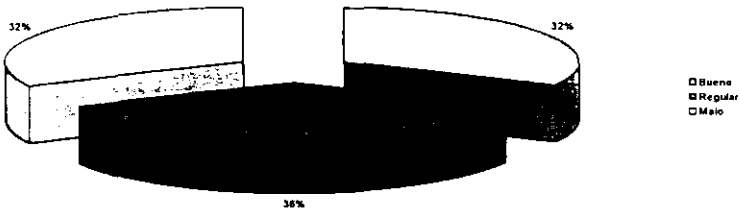
- De los encuestados, 74 por ciento conoce el artículo 29 de la ILFCS

27. El art. 29 de la ILFCS sabrían



- De los que conocen el artículo 29, 36 por ciento opinan que de aplicarse, sería regular, 32 por ciento que sería bueno y 32 por ciento malo.

28. Opinión art. 29



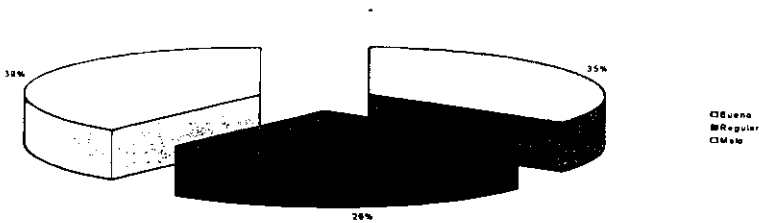
- 60 por ciento conocen el artículo 36

29.- El art. 36 de la ILFCS establece



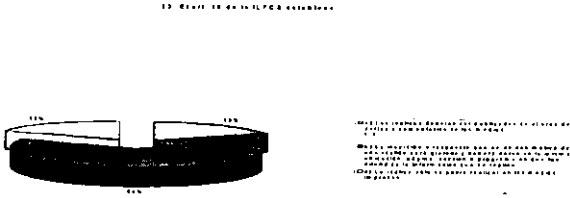
- De los que conocen el artículo 36, 39 por ciento opinan que de aplicarse sería malo, 35 por ciento que sería bueno y 26 por ciento que sería regular

30.- Opinión art.36

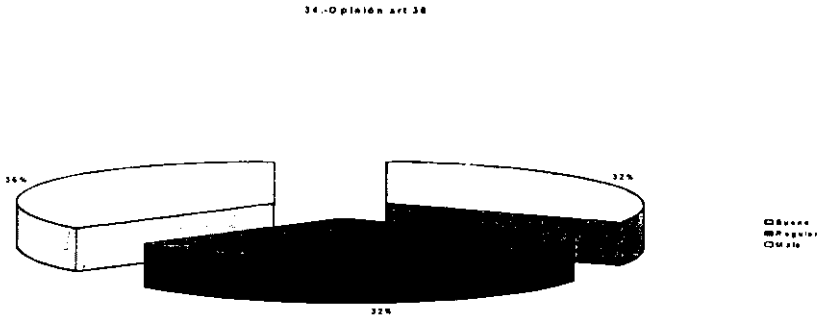




- 64 por ciento de los encuestados conoce el artículo 38 de la ILFCS



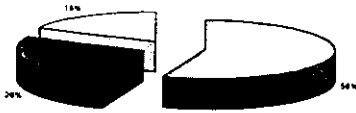
- 36 por ciento opina que de aplicarse el artículo 36, sería malo, 32 por ciento que sería bueno y el 32 por ciento restante que sería regular.





- 56 por ciento de los encuestados conoce el artículo 39

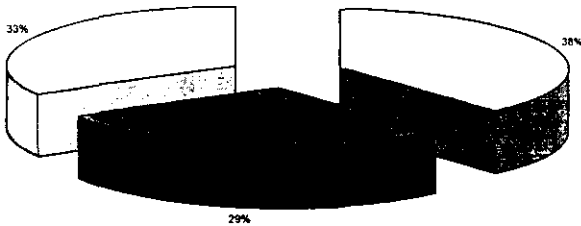
35.- El art. 39 de la ILFCS establece



Si algún medio no hace la rectificación o publicación requerida, y con ello se daña la imagen, honor o intereses de una persona, ésta podrá reclamar ante la Comisión Nacional de Comunicación Social.  
 La negativa de los medios a hacer rectificaciones o publicar datos de la intimidad y el honor de las personas.  
 Las rectificaciones se deben hacer sólo en medios que tengan un tiraje mayor a los 20 mil ejemplares.

- 38 por ciento opinó que de aplicarse el artículo 39 sería bueno, 33 por ciento que sería malo y 29 por ciento que sería malo.

36.- Opinión art. 39



Bueno  
 Regular  
 Malo

- 84 por ciento conoce el artículo 35 de la ILFCS

37. El art. 35 de la ILFCS establece:



Q. Las alfaras de comunicación social que prestan servicios deberán adoptar las medidas que sean necesarias para garantizar el acceso de las personas con discapacidad a los servicios que ofrecen.

Q. Las alfaras de comunicación social que prestan servicios deberán adoptar las medidas que sean necesarias para garantizar el acceso de las personas con discapacidad a los servicios que ofrecen.

- 53 por ciento opina que de aplicarse el artículo 35 sería malo, 28 por ciento que sería regular y 19 por ciento que sería bueno.

38. Opinión art. 35



Buena  
Regular  
Mala

#### 4.5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

A continuación se darán a conocer las tendencias que se obtuvieron del cruce de los datos demográficos. Esto de acuerdo a los mayores porcentajes que se registraron en cada una de las respuestas de las preguntas de opinión, tanto en reporteros como en colaboradores, las cuales están condicionadas por los datos demográficos, además del conocimiento que los reporteros y colaboradores del periódico **unomásuno** tienen respecto a la Iniciativa Federal de Comunicación Social. El análisis de los resultados consiste en el cruce de variables demográficas con las respuestas a las preguntas de opinión, para así determinar cuáles fueron las variables que más incidieron en la opinión de los encuestados.

- ✓ La mayoría de los reporteros y colaboradores del periódico **unomásuno** conocen la Iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social. Además, la mayoría de los encuestados, tiene nivel académico de licenciatura .
- ✓ La mayoría de los encuestados consideraron que sería bueno que se aplicará el artículo 9 de la Iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social, que se refiere a garantizar la libertad de expresión.
- ✓ Los reporteros y colaboradores priistas, perridistas y los que no tienen filiación partidista opinan que sería bueno que se aplicara el artículo 20 de la ILFCS porque señala que el trabajador o colaborador de los medios de comunicación tiene derecho a rechazar su colaboración en la confección de noticias o programas que sean contrarios a sus convicciones profesionales.
- ✓ Los columnistas, articulistas y reporteros que no tienen filiación partidista opinan que el artículo el artículo 38 de la ILFCS es malo porque establece que las oficinas de comunicación social sólo podrán realizar inserciones pagadas en los medios que cumplan con los requisitos establecidos por la Ley Federal de Comunicación Social.

- ✓ La mayoría de los reporteros y colaboradores, de filiación priísta, opinaron que sería bueno que se aplicara el artículo 9 de la ILFCS porque garantiza la libertad de expresión. Sin embargo, opinan que el artículo 40 de la misma Iniciativa que propone la creación de una Comisión Nacional de Comunicación Social, es malo.
- ✓ La opinión de los reporteros y colaboradores del **unomásuno** estuvo muy dividida respecto al artículo 36 de la ILFCS que establece que toda persona física o moral que se considere afectada por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio a través de los medios de comunicación tienen derecho a presentar ante el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta.
- ✓ Los que tienen entre 25 y 30 años, que además son pasantes de licenciatura opinan que malo, los que tienen entre 35 y 40 pero que además son licenciados opinan que sería bueno.

## CONCLUSIONES

El trabajo de investigación que se llevó a cabo, en los cuatro capítulos que componen la presente, dio paso a las conclusiones teórico- metodológicas, técnicas y temáticas, mismas que a continuación se enuncian:

### Teórico- metodológicas

#### 1.- Las diversas teorías planteadas

- **Teoría de la Acción Comunicativa (TAC)**, de Jürgen Habermas, permitió establecer los límites de la investigación, que se coloca en el nivel del decir, dejando a un lado las esferas del pensar y del hacer. Así, se puede saber lo que dicen los reporteros y colaboradores del **unomásuno** en torno a la creación de un nuevo marco jurídico a los medios de comunicación, pero no lo que piensan o hacen al respecto.

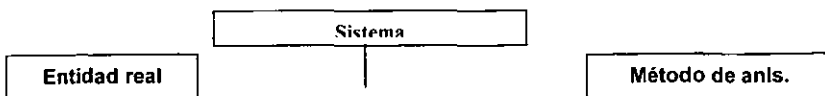
Esfera del  
pensar

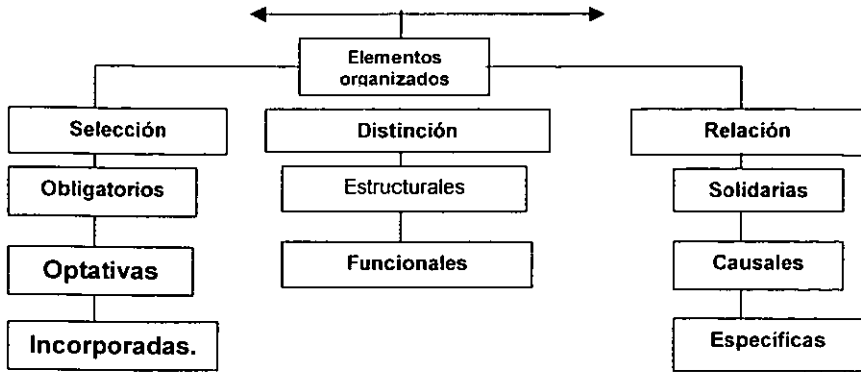
Esfera del  
decir

Esfera del  
hacer

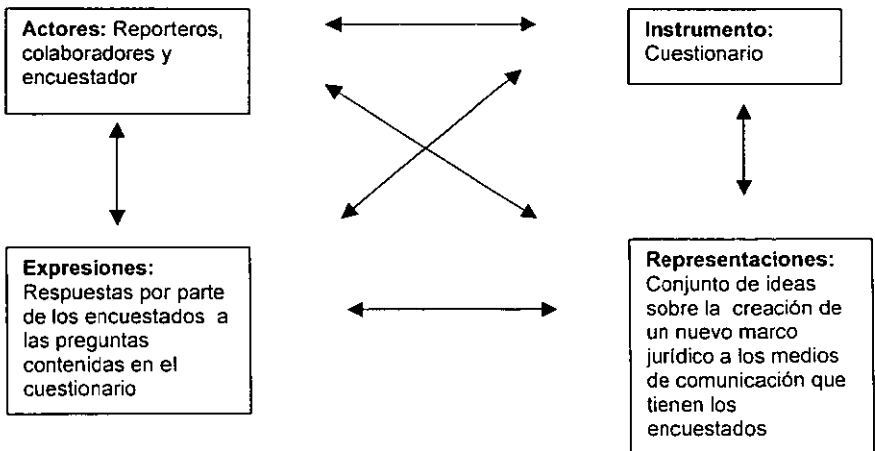
Estudio de Opinión Pública

- **Teoría de los Campos (TC)**, Pierre Bourdieu, donde se estableció que el ser humano actúa y se expresa en función de dos áreas primordiales, mundo interno y mundo externo. El primero deriva del contexto psicológico como el racionio (el yo); el inconsciente (el ello) y las normas sociales introyectadas (el super yo), siendo el lenguaje el gran mediador entre lo interno y lo externo. En tanto que los signos que se encuentran en el universo son significados por los actores de la comunicación.
  
- **Teoría General de Sistemas (TGS)**, de Manuel Martín Serrano, cuyos supuestos analíticos establecen el orden y funcionamiento de un sistema, lo que permite la caracterización del periódico **unomásuno** como sistema, por contener elementos organizados que tienen las características de selección, distinción y relación, y que por ser abiertos son interactuantes y multiafectados por otros sistemas. En esta teoría, se establece que la Opinión Pública es un subsistema del sistema comunicativo cuyos componentes son el grupo social, en el cual están inmersos los actores del sistema; los instrumentos, biológicos y/o tecnológicos mediante los cuales se expresa la opinión; las expresiones, mediante las cuales se hará presente el consenso y disenso de los individuos que conforman el grupo social acerca del tema en debate; las representaciones que orientarán y definirán la opinión del grupo social, ello con base en la experiencia, intereses y circunstancias del individuo con respecto a su grupo social; y finalmente la temáticas que se han definido como lo público. Este subsistema, a su vez, interactúa y se ve multiafectado por otros sistemas – histórico, referencial y social-.





- o **Teoría Social de la Comunicación (TSC)**, de Manuel Martín Serrano, la cual sugiere la propuesta de un modelo dialéctico de la comunicación, que tiene como elementos obligatorios a los actores, instrumentos, expresiones y representaciones, los cuales se interrelacionan entre sí. Esta teoría permitió establecer a la Opinión Pública dentro del sistema comunicativo y que tienen, en principio, los mismos elementos que el sistema comunicativo.



- o **Teoría de la Mediación Social (TMS)**, de Manuel Martín Serrano, permitió, descubrir los códigos y modelos que se están presentes en un

acto comunicativo. Así como interpretar y sistematizar a la gama de elementos que se localizan en un proceso social; los cuales están dados, a su vez, por los modelos culturales y sociales de la mediación. A través de esta teoría se justifica la caracterización de que la opinión de los reporteros y colaboradores del periódico **unomásuno** depende de la mediación histórica, social y cultural que tengan.

Las distintas teorías planteadas fueron ubicadas en la Tabla de Especificaciones de la siguiente manera:

1. La esfera del pensar, es lo que en la Tabla de Especificaciones son los conceptos de *conocimiento*.
2. La esfera del decir es en lo que en la Tabla de Especificaciones se señala como *la opinión de los reporteros y colaboradores del unomásuno respecto a la creación de un nuevo marco jurídico*.
3. La esfera del hacer, es lo que en la tabla de especificaciones se conoce como los *elementos demográficos del universo estudiado*.

Así, la Tabla de Especificaciones –sistema- con los elementos: conceptos, categorías e índices, dan como resultado la elaboración del instrumento del levantamiento de datos –cuestionario-.

La tabla de Especificaciones se constituye como el modelo coercitivo o código planteados en la Teoría de la Mediación Social, la cual lleva un orden determinado para poder acceder a la siguiente fase, que es la elaboración de un instrumento capaz de obtener información sobre la opinión de los reporteros y colaboradores del periódico **unomásuno** en torno a la creación de un nuevo marco jurídico a los medios masivos de comunicación.



Asimismo, el contexto planteado en el capítulo 2 dio los conceptos básicos que se operacionalizan en la Tabla de Especificaciones, entendiéndose éstos como elementos del sistema.

El estudio se llevó a cabo utilizando el método cuantitativo<sup>71</sup>, que se refiere al análisis de datos y sus relaciones entre ellos

### **Conclusiones técnicas**

La aplicación de la encuesta se realizó a través del censo, por las características en cuanto al número de la población (38 periodistas -reporteros y colaboradores-) y a la localización física de la misma (instalaciones del periódico).

La aplicación de la encuesta se realizó en las instalaciones del periódico unomásuno, ubicado en Corregio Sur #12 colonia Noche Buena Mixcoac, del 6 al 24 de marzo de 2001, sin que se presentaran problemas durante su aplicación.

La presentación de los resultados en gráficas de frecuencias y porcentajes permitió identificar la variable sociodemográfica que tuvo mayor incidencia en la opinión de los reporteros y colaboradores del periódico unomásuno.

### **Conclusiones temáticas**

Los resultados obtenidos en el levantamiento de datos registró que el cien por ciento de los reporteros y colaboradores conocen la Iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social, aunque no necesariamente cada uno de los artículos. Ello demuestra que los reporteros y colaboradores del periódico **unomásuno** están informados en torno a la creación de un nuevo marco jurídico a los medios masivos de comunicación.

- 63 por ciento de los reporteros y colaboradores del **unomásuno** encuestados, conocen el art. 9 de la ILFCS, que se refiere a garantizar la expresión, de ellos, 92 por ciento opinan que de aplicarse sería **bueno**, y el 8 por ciento restante que sería **regular**.
- 74 por ciento conocen el artículo 40, que se refiere a la creación de una Comisión Nacional de Comunicación Social, del cual, 70 por ciento opina que sería **malo**, 13 por ciento que sería **bueno** y 17 por ciento **regular**.
- 64 por ciento de los encuestados conoce el art. 10 de la ILFCS, que señala que la libertad de expresión tiene como límite el respeto a la vida privada, la moral, la paz y el orden público. Asimismo, 38 por ciento opina que sería **malo** que se aplicara, 33 por ciento consideró que sería **regular** y el 29 por ciento restante **bueno**.
- 79 por ciento de los encuestados conoce el artículo 20, que señala que el trabajador de los medios de comunicación tiene derecho a rechazar su colaboración en la confección de noticias o programas que sean contrarios a sus convicciones profesionales. 55 por ciento opina que de aplicarse sería **bueno**, 26 por ciento **malo** y el por ciento restante **regular**.

---

<sup>71</sup> El análisis cuantitativo procede de la disciplina estadística aplicada a investigaciones sociales.

- 84 por ciento de los encuestados conoce el artículo 41, el cual establece que la Comisión tendrá competencia en todo el territorio nacional; 37 por ciento opinan que de aplicarse sería **bueno**, 33 por ciento que sería **malo** y 30 por ciento, regular.
- 68 por ciento conoce el artículo 42, que establece que el objetivo de la Comisión será la protección, observancia y promoción del derecho a la información y la libertad de expresión. De ellos, 35 por ciento opina que de aplicarse, sería **malo**, 34 por ciento que **bueno** y 31 por ciento opina que **regular**.
- 79 por ciento conocen el artículo 11, el cual señala que todos los individuos tienen garantizados la libertad de expresión y el derecho a la información por lo que ninguna persona pública o privada puede restringir estas prerrogativas. 56 por ciento opina que de aplicarse este artículo, sería **bueno**, 27 por ciento opinan que **regular** y 17 por ciento, **malo**.
- 71 por ciento de los encuestados conoce el artículo 14, que dice que toda persona tiene derecho a acceder a la información pública, salvo aquella considerada como secreta, reservada o nominativa. 37 por ciento opinan que si se aplicara sería **bueno**, 33 por ciento que sería **malo** y 30 por ciento que **regular**.
- 63 por ciento de los encuestados conocen el artículo 23, que señala que la información nominativa es aquella que consigna datos personales cuya divulgación puede constituir un atentado a la vida privada. 38 por ciento opina que de aplicarse, sería **malo**, 33 por ciento, **regular** y 29 por ciento opinan que sería **bueno**.
- 71 por ciento de los encuestados conocen el artículo 25 que señala que la información reservada lo estará por tiempo determinado. El plazo será de 12 años. En ese sentido, 41 por ciento opina que de aplicarse sería **malo**, 33 por ciento que **regular** y 26 por ciento opinan que sería **bueno**.

- 63 por ciento conocen el artículo 21, el cual dice que no será violatorio del derecho a la información las restricciones a la misma, si la información ha sido clasificada como material reservado, secreto o contiene información nominativa. En ese sentido, 38 por ciento opina que de aplicarse sería **bueno**, 33 por ciento que sería **malo** y 29 por ciento opina que sería **regular**.
- De los encuestados, 74 por ciento conoce el artículo 29 de la ILFCS, 36 por ciento opinan que de aplicarse, sería **regular**, 32 por ciento que sería **bueno** y 32 por ciento **malo**.
- 60 por ciento conocen el artículo 36, de ellos, 39 por ciento opinan que de aplicarse sería **malo**, 35 por ciento que sería **bueno** y 26 por ciento que sería **regular**.
- 53 por ciento conoce el artículo 31, de ellos 5 por ciento opina que de aplicarse el sería **regular**, 35 por ciento que sería **malo** y 30 por ciento que sería **bueno**.
- 64 por ciento de los encuestados conoce el artículo 38 de la ILFCS, de ellos, 36 por ciento opina que de aplicarse sería **malo**, 32 por ciento que sería **bueno** y el 32 por ciento restante que sería **regular**.
- 56 por ciento de los encuestados conoce el artículo 39, de ellos, 38 por ciento opina que de aplicarse sería **bueno**, 33 por ciento que sería **malo** y 33 por ciento que sería **malo**.
- 84 por ciento conoce el artículo 35 de la ILFCS, de ellos, 53 por ciento opina que de aplicarse sería **malo**, 28 por ciento que sería **regular** y 19 por ciento que sería **bueno**.

A partir del análisis de resultados se demuestra que la mayoría de los reporteros y colaboradores –columnistas y articulistas- del **unomásuno** están de acuerdo con la aplicación de la Iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social, siempre y cuando se hagan rectificaciones en algunos artículos, entre ellos, el artículo 38 que señala que las oficinas de comunicación social sólo podrán realizar inserciones pagadas en los medios que cumplan con los requisitos establecidos por la Ley Federal de Comunicación Social. De igual modo, el artículo 40 de la misma Iniciativa que propone la creación de una Comisión Nacional de Comunicación Social.

Este estudio presenta la argumentación para afirmar que la Opinión Pública se define como las expresiones de los individuos de un grupo social, que en este caso serían los reporteros y colaboradores del periódico **unomásuno**, que tienen un referente público, en este caso, es la Iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social.

Si se toma en cuenta que la Iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social y en particular la creación de un nuevo marco jurídico a los medios masivos de comunicación representa romper ya con las reglas no escritas que prevalecieron bajo el régimen priísta en la relación entre gobierno y medios de comunicación, lo cual significaría que el gobierno no haga pactos para que se diga o deje de decir algo con los medios y que éstos, dejen atrás una relación intimidatoria con un grupo en el poder.

Un nuevo marco jurídico a los medios masivos de comunicación adquiere su relevancia dado que en el se establecería el acceso a la información y la libertad de expresión, como señala artículo 11 de esta Ley: todos los individuos tienen garantizados la libertad de expresión y el derecho a la información por lo que ninguna persona pública o privada puede restringir estas prerrogativas.

La posibilidad ciudadana a acceder a la información gubernamental y de interés público, que apenas se discute en México, es una práctica añeja en otros países. En Estados Unidos ese derecho data de 1966, cuando se instituyó la Ley de Libertad de

Información, que obliga a las dependencias del gobierno a entregar la información solicitada por la población.

De acuerdo a los resultados que arroja esta investigación, la mayoría de los reporteros y colaboradores del periódico **unomásuno** están de acuerdo con la creación de un nuevo marco jurídico a los medios de comunicación, específicamente con la Iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social, la cual garantizaría a los periodistas el acceso a prácticamente cualquier tipo de información, excepto la denominada como secreta o reservada, ya sea de funcionarios, empresarios, empresas o instituciones públicas.

Dada la importancia del tema en el quehacer de los medios de comunicación, sería necesario realizar más estudios de opinión, no sólo a medios escritos sino a los electrónicos –radio y televisión-, con lo que se conocería la opinión de todo el gremio periodístico en torno a la creación de un nuevo marco jurídico a los medios masivos de comunicación.

## BIBLIOGRAFÍA

- ANDER-Egg**, Ezequiel. Técnicas de Investigación Social. Buenos Aires. Humanitas. 1982, 500 PP.
- BENEYTO**, Juan. La Opinión Pública. Teoría y Técnica. Madrid. Tecnos. 1969.
- BORDIEU**, Pierre. "La Opinión Pública no existe", en Sociología y Cultura. Grijalbo, CONACULTA, México, 1986.
- BORDIEU**, Pierre y Passeron Jean-Claude. La Reproducción. Elementos para una Teoría del Sistema de enseñanza. Editorial Laia/Barcelona, 1972.
- CEA D'Ancona**, Ma. Angeles. Metodología Cuantitativa. Estrategias y Técnicas de Investigación Social. España. Síntesis, 1998.
- CHAZEL**, Francois y Paul Lazarsfeld. Metodología de las Ciencias Sociales III. Análisis de los Procesos Sociales. Vol.III España. Laia, 1970.
- EARL**, Babbie. Métodos de Investigación por Encuesta. México. FCE. 1982.
- EGG**, Ezequiel. Técnicas de Investigación Social. Buenos Aires, Humanitas. 1982.
- ENGELS**, Federico. "El Papel del Trabajo en la Transformación del Mono" en Hombre México Quinto Sol. 1988.
- FESTINGER**, León y David Katz. Los Métodos en las Ciencias Sociales. México. Paidós. 1989. 590 Pp.
- GALLO Romo Olga**, *Historia de la Opinión Pública*. Tesis de Maestría. ENEP Acatlán 2000.
- HERNÁNDEZ Solano María Ernestina**. Unomásuno Testimonios. Editorial uno, 1997.
- HERNÁNDEZ Solano María Ernestina**. El periódico renovador. Editorial Uno, 1998. Pp 320.

- GRAWITZ, Madeleine.** Métodos y Técnicas de las Ciencias Sociales, Tomo II. Barcelona Hispanoeuropea. 1975. 491 Pp.
- GUILTINAN, Joseph P. y Gordon W, Paul.** Administración de Mercadeo. Estrategias y Programas. México. Mac Graw Hill. 1990. 440 Pp.
- HABERMAS, Junger.** Historia y Crítica de la Opinión Pública. Barcelona. Gustavo Gili, 2a, edición. 1981. 351 Pp.
- HERNÁNDEZ, Sampieri Roberto,** Metodología de la Investigación. México, Editorial McGraw-Hill Internamericana de México, 1993/segunda edición, junio 1999.
- LASSWELL, Harold.** Communication and Public Opinion. Princenton University Press (New Jersey). 1946.
- LÓPEZ Romo, Heriberto.** "La Metodología de la Encuesta", en Técnicas de Investigación en Sociedad, Cultura y Comunicación. México, CONACULTA-Addisen Wesley Longman, 1998.
- LÓPEZ Ocampo, Patricia.** La Opinión Pública; un Enfoque Mediacional. México. UNAM-Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Tesis de Licenciatura, 1996.
- MARTIN Serrano, Manuel.** La Mediación Social. Madrid. Akal Editor. 1976. 217 Pp. Teoría de la Comunicación 1. Epistemología Y Análisis de la Referencia. México. UNAM, ENEP-Acatlán. 1991. 227 pp.
- PARDINAS, Felipe.** Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales México. Siglo XXI. 1969. 211 pp.
- PLATON.** La República. México. Editores Mexicanos Unidos. 1992. Pp. 5-17
- ROUSSEAU, Jean Jaequez.** El Contrato Social. México. Espasa Calpe. 1992. 163-178 Pp.
- SPEIR, Hans.** El Desarrollo Histórico de la Opinión Pública. Los Medios de Comunicación Social. México. Taller Abierto. 1993.
- KIMBALL, Young, et. al.** La Opinión Pública y la Propaganda. México. Paidós. 1993. 263 Pp.



## FUENTES ELECTRÓNICAS CONSULTADAS

Página web de la Cámara de Diputados. Iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social. [www.cddhcu.gob.mx](http://www.cddhcu.gob.mx)

Página web. Entrevistas con el Dip. Javier Corral y con la Dip. Teresa Gómez Mont. [www.nuclecu.unam.mx/lajornada/010529.dir](http://www.nuclecu.unam.mx/lajornada/010529.dir).

## ENTREVISTAS

**CARDONA** Sandoval Rafael, director general del periódico **unomásuno**. 30 de abril de 2001.

**VÁZQUEZ** Pérez Rubén. Reportero del periódico **unomásuno**. 4 de mayo de 2001.

# Anexo

## Iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social

(Reglamentaria de los artículos 6º. y 7º. constitucionales)

### PROYECTO DE DECRETO

**ARTÍCULO PRIMERO.** Se promulga la Ley Federal de Comunicación Social con las siguientes disposiciones:

#### CAPITULO 1

##### Disposiciones generales

**Artículo 1o.** La presente ley, reglamentaria de los artículos 6o. y 7o. constitucionales es de carácter federal y sus disposiciones son de orden público e interés social. Esta ley establece los mecanismos para asegurar pleno ejercicio de la libertad de expresión y del derecho de información.

**Artículo 2o.** La presente ley tiene como objeto:

I. Establecer las normas jurídicas que regulen la relación existente entre el emisor, la naturaleza de los mensajes, los medios de información y los receptores, a fin de determinar y preservar las libertades y los derechos que correspondan a cada uno de los involucrados.

II. Fomentar el ejercicio pleno del derecho a la información y la libertad de expresión en un marco plural y participativo que coadyuve a la conformación de una opinión pública bien informada.

III. Promover que toda persona, organización y grupo social sean sujetos activos, participantes y con efectivo y libre acceso a la información,

IV. Estimular el respeto al libre ejercicio profesional del informador y facilitar su acceso a las fuentes de información y

V. Proteger la libertad, la dignidad de la persona y el respeto a la vida privada, impulsar la defensa y fortalecimiento de la cultura nacional en todas sus manifestaciones.

**Artículo 3o.** La comunicación social es el medio e instrumento para el ejercicio del derecho a la información por lo que quedan sujetas a las prescripciones de esta ley todas las actividades de información y comunicación que tengan como finalidad el que sean del conocimiento de la sociedad en su conjunto, utilizando para ello los medios que se encargan de su difusión masiva.

**Artículo 4o.** Son funciones de la comunicación social:

I. Difundir información cierta, objetiva, completa, plural y clara sobre hechos y situaciones de interés público sin importar el medio por el que se difunda o el sistema tecnológico que utilice.

II. Promover un diálogo social amplio y plural, no excluyente, discriminatorio ni dogmático: al efecto, la información que se transmite deberá ser oportuna, veraz y objetiva, tendiente al mejoramiento de las formas de convivencia humana.

III. Ser instrumento activo para la educación y el desarrollo cultural de todos los sectores sociales del país.

IV. Contribuir al esparcimiento y recreación de la persona, la familia y la sociedad en general y

V. Promover el respeto a los principales valores sociales, el lenguaje y el respeto a todos los individuos, con especial atención en los mensajes dirigidos a la infancia.

**Artículo 5o.** Para lograr el objeto de esta ley, el Estado garantizará el ejercicio de la libertad de expresión Y el derecho a la información de Todos los miembros de la sociedad ante el mismo Estado y ante los medios de comunicación, cualquiera que sea la naturaleza jurídica de éstos.

**Artículo 6o.** Se considera de interés público, toda pretensión relacionada con las necesidades colectivas inherentes a la libertad de expresión y al derecho a la información que tengan las personas o las organizaciones sociales y que estén tuteladas por el Estado en los términos de esta ley.

**Artículo 7o.** Las normas jurídicas de este ordenamiento regulan la relación existentes entre los medios, el Estado y la sociedad.

## **CAPITULO II**

### **De la libertad de expresión**

**Artículo 8o.** De conformidad por lo dispuesto en la Declaración Universal de los Derechos Humanos en su Artículo 19 por el Pacto Internacional de los Derechos Civiles y Políticos en sus artículos 19 y 20 y por la Convención Americana sobre los Derechos Humanos en los artículos 11, 13 y 14, esta ley establece que:

I. Nadie podrá ser molestado a causa de sus opiniones.

II. Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión, este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística o por cualquier otro procedimiento de su elección;

III. El ejercicio del derecho previsto en el inciso anterior no puede estar sujeto a previa censura sino a responsabilidades ulteriores, entraña deberes y responsabilidades, por consiguiente, está sujeto a las restricciones, establecidas en este ordenamiento necesarias para asegurar el respeto a los derechos o a la vida privada, la reputación de los demás o, para la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.

IV. No se restringirá el derecho de expresión por cualquier vía encaminada a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones;

V. Queda prohibida toda apología en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial, o religioso que constituyan incitaciones a la violencia contra cualquier persona o grupo de personas, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, sexo, idioma u origen nacional.

**Artículo 9o.** No se puede ejercer censura previa, exigir garantía o coartar la libertad de expresión a persona alguna.

**Artículo 10.** La libertad de expresión no tiene más límite que el respeto a la vida privada, la moral y la paz y el orden público. Cualquier afectado podrá ejercer el derecho de réplica o al procedimiento administrativo previsto en esta ley.

## **CAPITULO III**

### **Del derecho a la información**

**Artículo 11.** Todos los individuos tienen garantizados la Libertad de expresión y el derecho a la información; ninguna persona pública o privada puede restringir estas prerrogativas.

**Artículo 12.** El derecho a la información se sustentará en:

a) La necesidad de conocer la información de interés público que provenga de los órganos de gobierno y de organismos no gubernamentales;

b) El derecho de las personas para salvaguardar y defender su vida privada y sus intereses frente al uso de la información;

c) El derecho al respeto de la honra de cualquier persona y al reconocimiento de la dignidad; la salvaguarda al individuo de no ser objeto de injerencias en su vida privada, familia, domicilio o correspondencia ni ataques ilegales a su reputación;

d) Los medios de comunicación social deberán realizar sus funciones sin presentar imágenes, textos o conceptos distorsionados que atenten en contra de la dignidad de cualquier individuo, especialmente de la mujer y de los menores;

e) El derecho que tienen las comunidades indígenas y quienes interactúan con ellas de comunicarse a través de los idiomas o dialectos tradicionalmente propios.

f) La protección de la información nominativa y

g) Los mecanismos jurídicos que permitan dirimir las controversias en la materia, de manera objetiva, calificada e imparcial.

**Artículo 13.** Los delitos que se cometan en contra de la Libertad de expresión o el derecho a la información serán sancionados de acuerdo con las leyes que corresponda

**Artículo 14.** Toda persona tiene derecho a acceder a la información pública salvo aquella considerada como secreta, reservada o nominativa.

Se entiende por información Pública, la contenida en los acervos de instituciones gubernamentales y la generada con motivo de la gestión pública de los órganos de gobierno.

Se entiende por información de interés público aquella cuyo conocimiento sea relevante para la sociedad.

**Artículo 15.** Se considera contrario al ejercicio del derecho a la información cualquier acto u omisión que se relacione con los casos siguientes:

I. Se oculte o deje de proporcionar información de interés público proveniente de alguna entidad o dependencia gubernamental, Cuando ésta no haya sido previamente considerada como reservada, secreta o nominativa en los términos de esta ley.

II. Se ataque el derecho a la privacidad de la persona, su intimidad u honor.

III. Se impida el derecho de réplica o rectificación de conformidad con lo previsto en este ordenamiento.

IV. Se manipule la información o ésta carezca de oportunidad, veracidad u objetividad.

V. Se atente contra la confidencialidad de las fuentes de la información.

VI. Se viole el derecho de salvaguardar y defender los legítimos derechos de las personas o grupos.

VII. Se monopolice la información de interés público con intención de servir a los intereses de una persona, grupo o sector de la sociedad, o

VIII. Se trate de evitar la libre competencia en los medios de comunicación social, de acuerdo con lo dispuesto por la Ley Federal de Competencia Económica.

**Artículo 16.** Las opiniones venidas directamente a los medios por particulares, grupos sociales o políticos o cualquier autoridad, deberán ser respetadas por los mismos medios de comunicación. Cualquier tergiversación dará al afectado la posibilidad de ejercer el derecho de réplica en los términos de esta ley.

**Artículo 17.** En la expresión de opiniones no se podrán utilizar injurias. Quien sostiene una afirmación tiene la obligación de probarla cuando sea refutada por quien ejerza el derecho de réplica

**Artículo 18.** La información deberá estar sustentada en los hechos y en las declaraciones de personas que les consten dichos acontecimientos, así como en documentos veraces provenientes de fuentes fidedignas.

**Artículo 19.** La desinformación implica el ocultamiento o falseamiento intencional de los hechos que se reportan y constituye una infracción a la libertad de información en los términos de ley.

**Artículo 20.** El trabajador o colaborador de los medios de comunicación tiene derecho de rechazar su colaboración en la confección de noticias o programas que sean contrarios a sus convicciones profesionales, sin que dicha conducta aislada o reiterada, pueda construirse como causal de despido o le pueda causar perjuicio alguno.

## **CAPITULO IV**

De la información clasificada

**Artículo 21.** No será violatorio del derecho a la información las restricciones a la misma, si tal información ha sido clasificada como material reservado, secreto o contiene información nominativa.

**Artículo 22.** La información se considera reservada o secreta en atención al grado de protección que se requiera.

**Artículo 23.** Se considera como información nominativa aquella que contenga datos personales, cuya divulgación pueda constituir un atentado a la vida privada.

**Artículo 24.** Se considerará como información secreta la siguiente:

- a) La relacionada con la defensa de la nación o la seguridad del Estado.
- b) Las investigaciones de los delitos cuando pongan en peligro la seguridad Física o los derechos de terceros y
- c) Los expedientes judiciales que no hayan sido resueltos por sentencia ejecutoria, a menos que exista autorización de las partes.

El acceso a la información secreta en los términos de este artículo estará vedado por un término de 30 años

**Artículo 25.** La información reservada lo estará por tiempo determinado. El plazo para mantenerla en esa condición será de 12 años.

Para obtener esta clasificación, la autoridad interesada deberá de solicitarlo por escrito a la autoridad jerárquica superior que le corresponda, la cual no podrá tener un nivel jerárquico inferior a subsecretaría de Estado. A dicha solicitud deberá recaerle un acuerdo por escrito dentro de un término que no podrá exceder de 60 días naturales. En caso de no otorgarse la reserva en el tiempo indicado, ésta se entenderá como denegada.

## **CAPITULO V**

La información de la función pública y los medios del Estado

**Artículo 26.** Cualquier persona tiene derecho de acceder a los registros y documentos que formen parte de un expediente u obren en archivos administrativos, cualquiera que sea la forma de expresión, sea gráfica, sonora o en imagen, siempre que el asunto sobre el que versen, esté terminado o resuelto en la fecha de la solicitud y no haya sido clasificado con antelación como reservada o secreta. La información de carácter nominativo sólo puede ser comunicada a la persona a la que concierna.

La información oficial proporcionada por los órganos de gobierno deberá ser completa, veraz y oportuna y será entregada a quien lo solicite, sin distinción alguno, especialmente cuando tenga por objetivo su difusión.

**Artículo 27.** Para tener acceso a la documentación generada con motivo de la función pública que no esté clasificada como secreta, reservada o nominativa, el interesado deberá mediante oficio dirigido a la autoridad correspondiente, su propósito de consultarla. La autoridad tendrá un plazo máximo de tres días hábiles para exhibir los documentos correspondientes. La falta de cumplimiento de esta obligación dará lugar que el servidor público responsable se haga acreedor a las sanciones que designe la Ley de Responsabilidades correspondiente.

**Artículo 28.** En caso de controversia sobre el carácter reservado, secreto o nominativo de la información, el interesado podrá presentar un recurso ante la Comisión Nacional de Comunicación Social, la cual deberá emitir una resolución que otorgue el acceso o confirme el carácter reservado, secreto o nominativo de la información.

**Artículo 29.** Ninguna persona o autoridad está autorizada para destruir o retirar documentos públicos; cualquier infracción al respecto será castigada por la legislación en materia de protección al patrimonio del Estado y, en su caso, de responsabilidades de los servidores públicos.

**Artículo 30.** Corresponde al Estado guardar constancia escrita de todos los actos que creen, modifiquen o afecten disposiciones legales, libertades y garantías individuales reconocidas en la Constitución Política; derechos legítimos de terceros; y en general, de los demás actos que, por su contenido histórico y social, deban ser conocidos por la comunidad nacional por lo cual es su obligación informar los actos mencionados, por los medios más idóneos.

**Artículo 31.** Los medios de comunicación del Estado deberán divulgar la información de los grupos de diversa índole social o política o bien difundir en términos y condiciones equitativas la labor de aquellos grupos que se localicen en su zona de cobertura.

**Artículo 32.** Los medios de comunicación del estado deben contar con un consejo de administración que refleje la composición del congreso federal o local, según el ámbito de cobertura del medio.

**Artículo 33.** Los directivos de los medios de comunicación del Estado serán nombrados por el Presidente de la República o gobernador del Estado, según sea el caso, a propuesta de un tema formulando por el consejo de administración, aprobada por las dos terceras partes de sus miembros.

**Artículo 34.** Las ayudas del Estado a los medios de comunicación y los gastos realizados por las oficinas de comunicación social a los medios de comunicación destinados a las inserciones pagadas deberán provenir de recursos contenidos en partidas presupuestales específicas y deberán estar sujetos a las disposiciones del gasto público, además de rendir un informe anual pormenorizado de los gastos realizados que deberán entregarse a más tardar el día 30 de enero a la Comisión Nacional de Comunicación Social. Cualquier información difundida por encargo mediante el pago de ésta por cualquier persona pública o privada, deberá llevar la leyenda "inserción pagada".

**Artículo 35.** Las oficinas de comunicación social de cualquier dependencia o entidad pública sólo podrán realizar inserciones pagadas en los medios que satisfagan, su naturaleza, los siguientes requisitos

- a) Cuenten con certificación de tiraje, circulación y cobertura;
- b) Que no haya sido amonestado o sancionado en dos ocasiones por la Comisión Nacional de Comunicación Social en los seis meses anteriores a la fecha de la contratación;
- c) No contar entre los accionistas o propietarios del medio con familias hasta el cuarto grado, de cualquier servidor público de la dependencia o entidad relacionado directa o indirectamente con la contratación de inserciones pagadas y
- d) La contravención a la presente disposición dará lugar a que el servidor público responsable se haga acreedor

a las sanciones previstas en la correspondiente Ley de Responsabilidades por el incumplimiento a obligaciones debidas.

## **CAPITULO VI**

Del derecho de réplica

**Artículo 36.** Toda persona física o moral que se considere afectada por informaciones inexactas o agravantes emitidas en su perjuicio a través de los medios de comunicación social, tiene derecho a presentar ante el mismo órgano de difusión su rectificación o respuesta.

Podrán ejercer el derecho de réplica el perjudicado aludido o su representante y si hubiere fallecido aquél, sus herederos o los representantes de éstos

### **PROYECTO DE DECRETO**

**Artículo 37.** El derecho de réplica se ejercerá mediante escrito presentado al director del medio de comunicación, dentro de los siete días naturales siguientes al de la publicación o difusión de la información que se desea rectificar. La réplica deberá publicarse o difundirse en un plazo no mayor de tres días siguientes a su recepción, cuando sea un medio de circulación o difusión diario y en la siguiente edición o emisión en los demás casos.

En ningún caso se considerará sustitución de la réplica la publicación de la solicitud en la sección de cartas de los lectores o correos de voz.

El contenido de la rectificación deberá limitarse a los hechos de la información sobre la que versa. Su extensión no excederá del tiempo o extensión de la nota objeto del derecho de réplica.

**Artículo 38.** La inserción de la rectificación o respuesta que se dé con motivo de una réplica será gratuita y deberá darse en la misma ubicación, página y sección si se trata de una alusión efectuada en un medio impreso, y en el mismo programa y horario en los casos de medios electrónicos, debiendo tener las mismas características de impresión o emisión en que fue difundida la información que se replica. La publicación o emisión no ser mayor en su extensión del triple del artículo o del tiempo del programa en el que se dio la alusión que se replica cuando se trate de contestaciones efectuadas por alguna autoridad o del doble tratándose de particulares. En la réplica no se podrán usar injurias o ataques a terceras personas.

Si la rectificación, aclaración o respuesta tuviera mayor extensión de la señalada en el párrafo anterior, el medio de comunicación tendrá obligación de publicarla o transmitirla íntegra; pero cobrará el exceso al precio que fije su tarifa de anuncios, debiéndose liquidar dicho importe antes de la publicación o transmisión.

**Artículo 39.** Si algún medio de comunicación no hace la rectificación o aclaración requerida y con, ello se daña intimidad, honor o intereses de una persona, ésta podrá recurrir ante la Comisión Nacional de Comunicación Social en vía de queja, expresando lo que a su derecho convenga, sin perjuicio de las responsabilidades civiles o penales que pueda ejercer.

## **CAPITULO VII**

De la Comisión Nacional de Comunicación Social

**Artículo 40.** Se crea la Comisión Nacional de Comunicación Social, organismo autónomo de la administración pública federal con personalidad jurídica y patrimonio propio cuyo objeto será la protección, observancia y promoción del derecho a la información y la libertad de expresión

**Artículo 41.** La comisión tendrá competencia en todo el territorio nacional y promoverá la instalación de delegaciones estatales.

**Artículo 42.** Entre sus objetivos está el de conocer las quejas que presenten los sujetos relacionados con el ejercicio de la libertad de expresión y del derecho a la información y de los derechos que de ellos se deriven a fin de definir las controversias entre los medios de comunicación, el Estado y la sociedad, asimismo definir las reglas de esta relación, a través de resoluciones de carácter administrativo.

**Artículo 43.** La comisión estará integrada por 13 miembros, de la manera siguiente:

- a) Tres representantes del Ejecutivo Federal que tengan a la comunicación social en su ámbito de competencia;
- b) Tres representantes de los empresarios de los medios: prensa, radio y televisión;
- c) Tres representantes de los trabajadores de los medios: prensa, radio y televisión
- d) Dos representantes de la academia y
- e) Dos representantes de organizaciones civiles

**Artículo 44.** La designación de los representantes del Ejecutivo Federal ante la comisión serán a propuesta de los secretarios de Gobernación, de Comunicaciones y Transportes y Educación Pública, debiendo ser ratificados por las dos terceras partes de la Cámara de Diputados.

**Artículo 45.** Los demás integrantes serán designados por ratificación de las dos terceras partes de la Cámara de Diputados a propuesta de:

- a) Los representantes de los medios a propuesta de las organizaciones empresariales que existan en la República Mexicana, debidamente constituidas con una antelación de cinco años a la fecha de la propuesta;
- b) Los representantes de los trabajadores por las agrupaciones de trabajadores debidamente constituidas por lo menos cinco años antes la fecha de la propuesta
- c) Los representantes de la academia a propuesta de universidades y centros de investigación que cuenten con reconocido prestigio en el campo de la comunicación social;
- d) Los representantes de las organizaciones civiles a propuesta de organizaciones que existan en la República Mexicana que no tengan participación en partidos políticos y estén debidamente construidas con una antelación de cinco años a la fecha de la propuesta.

Por cada representante propietario, se designará un suplente para que cubra sus ausencias temporales.

**Artículo 46.** Los integrantes de la comisión deberán satisfacer los siguientes requisitos:

- a) Ser ciudadano mexicano en pleno ejercicio de sus derechos políticos y civiles;
- b) Contar con título profesional expedido por instrucciones legalmente facultadas para ello,
- c) Tener al menos 10 años de experiencia profesional en el campo de la comunicación social o el derecho;
- d) Gozar de buena reputación profesional y
- e) No haber sido condenado por delito intencional.

**Artículo 47.** La comisión renovará a la mitad de sus integrantes cada tres años.

**Artículo 48.** Los integrantes de la comisión nombrarán de entre ellos, por mayoría de votos, a su presidente, el cual durará dos años en su encargo.



**Artículo 49.** La comisión contará con un secretario técnico, nombrado por mayoría de votos de entre los integrantes de la comisión, a propuesta de su presidente; además del personal administrativo de apoyo que requiera para ejecutar las resoluciones y acuerdos de la misma.

**Artículo 50.** Las resoluciones de la comisión se tomarán por mayoría de votos.

## **CAPITULO VIII**

De las facultades y competencia de la Comisión Nacional de Comunicación Social

**Artículo 51.** Son facultades de la Comisión Nacional de Comunicación Social:

- a) Asesorar e informar a la sociedad en general, respecto a la naturaleza, alcances y límites del derecho a la información;
- b) Recibir, investigar y resolver las quejas respecto de presuntas violaciones del derecho a la información o a la libertad de expresión y otras disposiciones en la materia;
- c) Recabar la información y pruebas necesarias respecto de las quejas planteadas ante la comisión, así como solicitar la información complementada que se considere pertinente para dilucidar y resolver sobre el presunto derecho violado;
- d) Intervenir como conciliador de los conflictos suscitados por presuntas violaciones del derecho a la información y la libertad de expresión
- e) Emitir recomendaciones públicas cuando de la reclamación planteada resulte que se ha vulnerado el derecho a la información, la libertad de expresión o se afecte el interés general en esta materia;
- f) intervenir de oficio en aquellos asuntos de interés público en los que, a juicio de la comisión, se presuma la violación del derecho a la información o a la libertad de expresión;
- g) Hacer del conocimiento de las autoridades competentes, aquellos asuntos que con motivo de una reclamación se presuma que el derecho violado es constitutivo de algún ilícito;
- h) Imponer las sanciones a que se refiere esta ley;
- i) Vigilar el cumplimiento de las disposiciones vigentes en materia de derecho a la información y a la libertad de expresión;
- j) Conocer de los casos en que se pretenda limitar el acceso a la información, sin que medie causa justificada;
- k) Llevar el Registro Público Nacional de Medios de Comunicación Social;
- l) Verificar el destino de los gastos públicos que realicen el Estado y las oficinas públicas en materia difusión de información y campañas de comunicación social del Gobierno,
- m) Verificar el destino de los recursos públicos destinados como ayuda a medios particulares de comunicación;
- n) Conocer la certificación de tirajes y circulación de los medios impresos o de audiencia en los medios electrónicos;
- o) Conocer del seguimiento que se dé a las recomendaciones emitidas;
- p) Supervisar y opinar de los procesos de otorgamiento de concesión de las frecuencias de radio y televisión;

- q) Analizar y opinar en relación con los proyectos de creación o reformas a las normas jurídicas en materia de comunicación social;
- r) Promover la creación de códigos de ética en los medios de comunicación;
- s) Recibir los informes financieros de los medios de comunicación, propiedad del Estado,
- t) Expedir y aprobar las modificaciones de su reglamento interno y
- u) Aprobar su propio presupuesto.

**Artículo 52.** Es competencia de la Comisión Nacional de Comunicación Social los asuntos siguientes:

- I. Conciliar los intereses de los sujetos de los medios de comunicación con el propósito de lograr las metas de su función social;
- II. Promover el respeto irrestricto a la privacidad de las personas, que impida exhibirlas ante la sociedad por medio de injurias, difamaciones o calumnias.
- III. Fungir como perito dictaminador en los juicios relacionados con el derecho a la información y la libertad de expresión;
- IV. Auxiliar a las autoridades que lo soliciten, emitiendo opinión fundada con todo lo relacionado con su competencia;
- V. Supervisar y opinar sobre los contenidos de los medios de comunicación social relacionados con los fines de la educación, de tal manera que se acreciente la unidad, la pluralidad y la cultura nacional en los términos del artículo 10-A de la ley Federal de Radio y Televisión y demás artículos conducentes;
- VI. Integrar un fondo público para investigación y desarrollo de la comunicación y;
- VII. Atender y conciliar las diferencias que se susciten entre los propios medios de comunicación.

**Artículo 53.** La Comisión Nacional de Comunicación Social, podrá emitir recomendaciones a las entidades y dependencias gubernamentales para mantener actualizados sus bancos o bases de datos relacionados con los medios de comunicación.

**Artículo 54.** La Comisión Nacional de Comunicación Social contará con consejos técnicos, para someter a su opinión y análisis los asuntos especializados que considere oportunos. Estos consejos actuarán en forma colegiada o por separado y entregarán sus conclusiones por escrito a la comisión su funcionamiento estará regulado en los términos previstos en el reglamento interno de la comisión.

## **CAPITULO IX**

**Procedimiento ante la Comisión Nacional de Comunicación Social**

**Artículo 55.** Toda persona tiene derecho a presentar ante la Comisión Nacional de Comunicación Social una queja administrativa contra actos, conductas u omisiones que afecten sus derechos en materia de libertad de información o expresión.

**Artículo 56.** Los procedimientos que se sigan ante la comisión deberán sujetarse a las formalidades que establece este ordenamiento y el reglamento interno de la comisión.

Se seguirán además, los principios de inmediatez y en la medida de lo posible, el contacto directo con quejosos, medios de comunicación y autoridades

**Artículo 57.** El procedimiento administrativo para resolver las quejas será el siguiente:

I. Se presentará ante la Comisión Nacional de Comunicación Social, en un plazo de 15 días hábiles a partir del hecho que motivó la queja, un escrito signado por la parte afectada, determinando los hechos y ofreciendo en ese mismo escrito las pruebas que considere convenientes y que se encuentren relacionadas con la queja;

II. El presidente de la comisión, por conducto del secretario técnico, determinará la procedencia del escrito inicial, así como de las pruebas ofrecidas;

III. La comisión determinará los lineamientos a seguir en la resolución de la queja interpuesta;

IV. El secretario técnico procederá a efectuar los actos procesales conducentes para el desahogo de la queja administrativa, debiendo notificar y remitir al medio de comunicación la queja presentada en su contra, para que éste manifieste lo que a su derecho proceda, en un término de tres días hábiles contados a partir de la fecha de notificación;

V. Cumplido el plazo para el desahogo de la vista ordenada al medio de comunicación, el secretario técnico, en un término que no excederá de tres días hábiles, señalará fecha y hora para la celebración de la audiencia en la cual se desahogarán las pruebas ofrecidas;

VI. El secretario técnico someterá a la comisión, por conducto de su presidente, el resultado de las investigaciones y actuaciones. A petición de la comisión, los consejos técnicos podrán sugerir los argumentos y sentido de la resolución antes de la elaboración del proyecto;

VII. El secretario técnico elaborará el proyecto de resolución y lo someterá al presidente para su aprobación, pudiendo ampliarse cualquier actuación si este último lo considerase pertinente.

VIII. El proyecto de resolución será sancionado por la comisión, discutiéndose y votándose nominalmente.

IX. Las resoluciones se aprobarán por la mayoría de los integrantes presentes de la comisión, en un plazo no mayor de un mes a partir de la integración del expediente a que se refiere la fracción V de este artículo, a menos que se acuerde lo contrario debido a la gravedad y complejidad del asunto y;

X. El secretario técnico dará cumplimiento a las resoluciones que pongan fin a la queja administrativa interpuesta.

**Artículo 58.** Las recomendaciones de la comisión pueden contener las siguientes medidas:

I. Rectificación o aclaración de la alusión que haya sido considerada contraria al derecho a la información o a la Libertad de expresión publicada o emitida por el medio de comunicación donde se haya cometido;

II. Cumplimiento oportuno del requerimiento de espacio o tiempo de emisión en el medio de comunicación que haya causado algún daño;

III. Amonestación privada;

IV. Amonestación pública y

V. Solicitud de revocación de la concesión, permiso o autorización otorgado al medio de difusión a la autoridad correspondiente.

**Artículo 59.** Todos los medios de comunicación social deberán contar con un responsable para atender las quejas que les remita la Comisión Nacional de Comunicación Social.

**Artículo 60.** Cuando el director o responsable de un medio de comunicación tuviere fuero constitucional, habrá otro director que no goce de éste y en su defecto, el responsable será el propietario del medio o los miembros del consejo de administración, en el caso de personas morales.

**Artículo 61.** Las recomendaciones emitidas por la comisión no suplantán a los fallos de la autoridad judicial, pero pueden considerarse como prueba en los procedimientos judiciales en que se ofrezcan.

**Artículo 62.** La reiterada violación a las disposiciones de esta ley por algún medio de comunicación, dará lugar a que la comisión solicite a la autoridad competente la revocación de la concesión, permiso o autorización correspondiente.

**ARTÍCULO SEGUNDO.** Se reforma el artículo 3o. de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales, para quedar como sigue:

**Artículo 3o.** Las universidades y demás instituciones de educación superior a las que la ley otorgue autonomía, se registrarán por sus leyes específicas.

La Comisión Nacional de Derechos Humanos, la Procuraduría Agraria, la Procuraduría Federal del Consumidor, la Comisión Nacional de Comunicación Social y el Comité de Concesiones de Radio y Televisión, atendiendo a sus objetivos y a la naturaleza de sus funciones, quedan excluidas de la observancia del presente ordenamiento.

### **ARTÍCULOS TRANSITORIOS**

**Artículo primero:** Esta ley entrará en vigor al siguiente día de su publicación

**Artículo segundo.** Queda derogada la Ley de imprenta, del 9 de abril de 1917.

**Artículo tercero.** La Comisión Nacional de Comunicación Social deberá estar integrada en un plazo no mayor a seis meses contados a partir de la fecha de la iniciación de la vigencia de esta ley.

**Artículo cuarto.** Se deroga el Reglamento de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, publicado el 13 de diciembre de 1982 en el Diario Oficial de la Federación.

**Artículo quinto.** Los recursos humanos y presupuestales de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas se transferirán a la Comisión Nacional de Comunicación Social.

**Artículo sexto.** El registro de publicaciones a cargo de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, así como el de concesionarios y permisionarios de radio y televisión, serán transferidos a la Comisión Nacional de Comunicación Social.

**Artículo séptimo.** La Comisión Nacional de Comunicación Social expedirá su reglamento interno en un plazo que no podrá exceder de cuatro meses contados a partir de la fecha de su instalación, el cual deberá ser publicado, así como sus reformas, en el Diario Oficial de la Federación.

*Presentada el 22 de abril de 1997, por los partidos Acción Nacional, de la Revolución Democrática y del Trabajo y turnada para su revisión y análisis a las comisiones de Radio, Televisión y Cinematografía y Gobernación y Puntos Constitucionales.*

[\[Regresar\]](#) | [\[Subir\]](#)