



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
"ACATLÁN"



## La Prensa en el Estado de México: Estudio de Opinión Pública

SEMINARIO TALLER EXTRACURRICULAR  
DE TITULACIÓN: "LA OPINIÓN PÚBLICA"

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN PERIODISMO Y  
COMUNICACIÓN COLECTIVA

P R E S E N T A

MARICELA ESPINOSA TREJO

ASESORA:

LIC. OLGA GALLO ROMO



MAYO, 2004



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

*A Dios...*

*Por darme la vida y la oportunidad de llegar a este día*

*A Mi madre...*

*Má. Elena, por apoyar cada proyecto, ser el respaldo  
en los momentos difíciles y amar incondicionalmente*

*A mis Hermanos....*

*Oscar, Gustavo y Claudia, por ser cómplices de mis sueños,  
compartir lágrimas y risas, y alentarme a seguir este camino*

*A mis sobrinos...*

*Oscar, Luis, Montse, Liliana, Auri,, Fer y  
Jesús, por ser la alegría y luz de mis días*

*A mi tía Irma(+)..*

*Por sus últimas palabras de amor y  
estímulo para culminar este trabajo*

*A mi familia...*

*Por tener fe en mí, demostrar cariño  
sincero y estar siempre a mi lado*

*A mis amigos...*

*Por compartir su corazón y tiempo*

*A mis maestros...*

*Por los conocimientos adquiridos,  
pero sobre todo, por la paciencia  
y afecto de cada uno*

MIL GRACIAS

# ÍNDICE

	Página
<b>INTRODUCCIÓN</b>	
<b>CAPITULO 1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS</b>	7
1.1. Teoría General de Sistemas	8
1.2. Los Sistemas finalizados	18
1.3. El Subsistema Opinión Pública	24
1.4. Teoría de la Mediación Social	28
1.5. Naturaleza Comunicativa de la Opinión Pública	41
1.6. Recorrido Histórico de la Opinión Pública	44
1.7. Código de Ética de la AMAI	76
<b>CAPÍTULO 2 UBICACIÓN HISTÓRICA DEL DIARIO     “8 COLUMNAS”</b>	89
2.1. Origen	89
2.2. Desarrollo	91
2.3. Situación Actual	97
2.4. Funciones de la Organización	98
2.5. Organización del diario “8 Columnas”	100
2.6. Características sociodemográficas del Universo a estudiar	107
2.7. Problemáticas del Universo a estudiar	109
2.8. Descripción de la temática a tratar	109
<b>CAPÍTULO 3 METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL     CUESTIONARIO</b>	115
3.1. Relación del Marco Teórico con la Tabla de Especificaciones	115
3.2. El Sistema Hipotético	119
3.3. Variables	121
3.4. Tabla de Especificaciones	123

<b>3.5. Arboreación</b>	132
<b>3.6. Cuestionario Piloto</b>	136
<b>3.7. Resultado del Piloteo</b>	142
<b>3.8. Cuestionario Final</b>	145
<b>CAPÍTULO 4 LEVANTAMIENTO DE DATOS</b>	151
<b>4.1. Características de la población</b>	151
<b>4.2. Tipo de Levantamiento de Datos</b>	154
<b>4.3. Criterios para el Levantamiento de Datos</b>	155
<b>4.4. Reporte de Levantamiento de Datos</b>	156
<b>4.5. Lectura de Datos</b>	157
<b>CONCLUSIONES</b>	198
<b>FUENTES DE CONSULTA</b>	204
<b>ANEXOS (ver CD)</b>	

---

## INTRODUCCIÓN

*...la confrontación de distintos puntos de vista  
contribuye a que el lector no tenga una visión  
unilateral, plana del mundo en que vive...  
Fernando A. Irala Burgos*

La comunicación en sus distintas formas de expresión es un instrumento valioso, capaz de transmitir e intercambiar pensamientos, sentimientos o ideas. La historia de las sociedades, su evolución y modernidad, se escribe gracias a la comunicación y a la libertad que tiene el ser humano para interpretarla.

La difusión de la información al mayor número posible de personas llega a partir de la invención de la imprenta, posteriormente con los Medios Masivos de Comunicación: prensa, radio y televisión, lo que ha provocado desde entonces una apertura a las diferentes ideologías, creencias, actitudes y gustos, que inciden en forma directa en la percepción del mundo.

La posible influencia que se le adjudica a los Medios sobre las preferencias de quienes los ven, escuchan o leen, es utilizada por grupos políticos, religiosos o empresarios para ganar adeptos; en esta lucha por la permanencia, es empleada nuevamente la comunicación, a través del ejercicio de la opinión.

En el ámbito comunicativo existe también la competencia, con el objetivo de permanecer dentro del gusto del público; empresas privadas y públicas, así como asociaciones civiles, entre otros recurren a los estudios de Opinión Pública con el propósito de conocer los diferentes puntos de vista de su audiencia.

La Opinión Pública y los Medios Masivos de Comunicación son parte del campo laboral y académico del egresado de la carrera de Periodismo y Comunicación

---

Colectiva y son punto de encuentro en la presente investigación titulada: "La Prensa en el Estado de México: Estudio de Opinión Pública", caso particular, la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas".

La historia del rotativo comienza en 1976 en Toluca, Estado de México, con la misión de informar a la población sobre temas gubernamentales, políticos y sociales. Con el paso de los años, incrementa el número de secciones y páginas en las cuales publica eventos deportivos, culturales y de espectáculos; además presenta un panorama general de la situación de México y el mundo.

Desde su origen, la organización cuenta con la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco", encargada de difundir los principales acontecimientos de los 22 municipios que la integran. En mayo de 2001, quien suscribe, comienza su desarrollo profesional en esta área como reportera de los Ayuntamientos de Tlalnepantla, Atizapán y Naucalpan.

El objetivo de la investigación es "conocer la Opinión Pública de los suscriptores del diario '8 Columnas' del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección 'Valle Cuautitlán-Texcoco'".

Para cumplirlo se formula una hipótesis de carácter nulo que establece: "no se sabe cuál es la Opinión Pública de los suscriptores del diario '8 Columnas' del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección 'Valle Cuautitlán-Texcoco'". Así como siete hipótesis alternativas determinadas por las características sociodemográficas del grupo social, que son: sexo, estado civil, edad, rol familiar, nivel escolar, nivel económico y afiliación política.

La construcción del estudio de Opinión Pública tiene bases teóricas, metodológicas y técnicas, contempladas en cada una de los cuatro capítulos que integran el trabajo.

---

El fundamento teórico, planteado en el capítulo 1, retoma del autor español, Manuel Martín Serrano, la Teoría General de Sistemas, y establece que la Comunicación se puede estudiar como un sistema finalizado porque en ella intervienen componentes organizados que ocupan una posición y cumplen una función dentro del proceso comunicativo.

De acuerdo a los lineamientos de dicha teoría, en esta investigación se considera a la Opinión Pública como un Subsistema del Sistema Comunicativo, ya que ambas comparten sus elementos estructurales que son: actores, instrumentos, expresiones y representaciones.

En la Teoría de la Mediación Social, Serrano ubica a la Comunicación como un instrumento mediador, que ayuda a mantener el equilibrio dentro del proceso social, condicionado a la existencia de un referente común.

Desde el enfoque de la Naturaleza Comunicativa, la Opinión Pública se define como "el conjunto de expresiones de un grupo social que tienen un referente público, entendiendo como público a todo aquello que interese y/o afecte al grupo social, a diferencia de 'el público' que es el grupo social en sí mismo".<sup>1</sup>

La Naturaleza Comunicativa percibe a la Opinión Pública, en principio como un fenómeno, a partir del surgimiento del hombre, ente biológico, que desarrolla la comunicación a través de formas de expresión primitivas, lo más representativo son las pinturas rupestres en las que se plasman técnicas de caza.

La importancia de la Opinión Pública tiene su recorrido por las principales etapas históricas, como la Mesopotámica, Egipcia, Greco-romana, la Edad Media; y a partir del Renacimiento se considera a la Opinión Pública como un objeto de estudio.

---

<sup>1</sup> Seminario Taller Extracurricular "La Opinión Pública", UNAM, ENEP Acatlán, 2003.

**Falta página**

**N° 4**

- Los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan que sí conocen el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" opinan 3.75, mientras los que no conocen opinan 3.93.
- Los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan que sí conocen el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" opinan 3.95, mientras los que no conocen opinan 3.41.

El quehacer periodístico y esta investigación confirma que un medio de comunicación impreso es un ente vivo, en constante movimiento, que evoluciona gracias a los comentarios del exterior. Es así que la Opinión Pública estudiada de manera cuantitativa posibilita el conocimiento para diagnosticar, pronosticar y modificar pautas en el proceder, en este caso, de un medio de comunicación masiva.

Este trabajo de investigación, de ninguna manera agota nuevas alternativas de estudio, por el contrario es la posibilidad de integrar otras herramientas teórico-metodológicas que enriquezcan el quehacer interminable de la comunicación.

**CAPÍTULO 1**  
**FUNDAMENTOS TEÓRICOS**

---

---

## CAPÍTULO 1

### FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Este capítulo define las teorías empleadas en el fundamento del tema de investigación denominado: La Opinión Pública de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".

La implicación de la Opinión Pública en el proceso comunicativo la argumenta la Teoría General de Sistemas y la Teoría de la Mediación Social, planteadas por Manuel Martín Serrano.

Aborda la Opinión Pública desde el enfoque de la Naturaleza Comunicativa, concebida con el surgimiento del hombre y el desarrollo de su historia desde la Comunidad Primitiva.

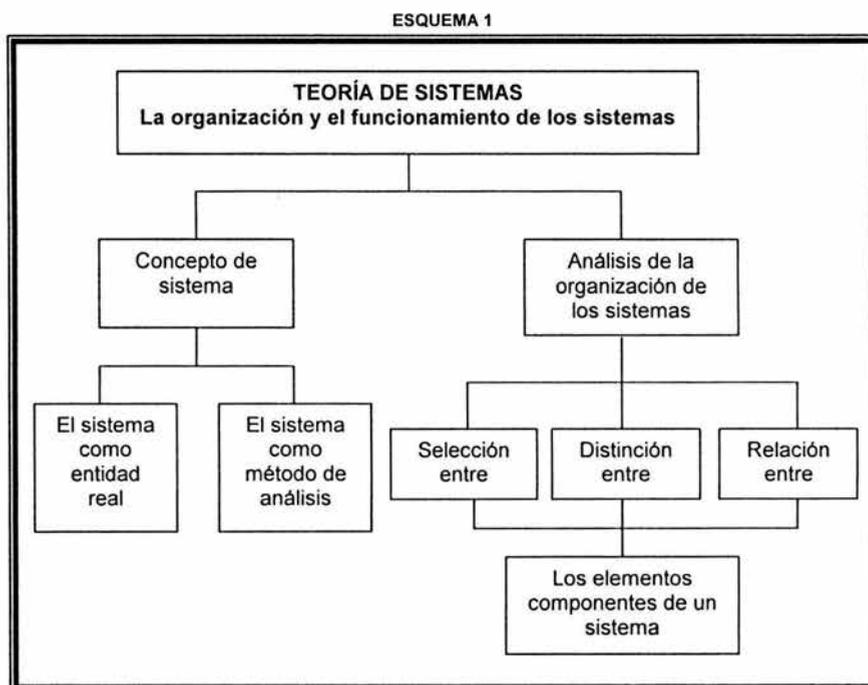
El recorrido por civilizaciones importantes como Mesopotamia y su mayor representante que es Egipto; el periodo Grecorromano, la Edad Media, el Renacimiento y los grandes difusores de las expresiones que son la Ilustración y el Liberalismo, hasta el día de hoy.

Las primeras aportaciones a los estudios de Opinión Pública provienen de las investigaciones norteamericanas, planteadas en este primer capítulo.

Así como la transcripción del Código de Ética de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública (AMAI) del cual se hace un apunte personal.

## 1.1. Teoría General de Sistemas

Para comprender el concepto de *sistema*, su organización y funcionamiento, se recurre al planteamiento que hace Manuel Martín Serrano sobre la Teoría General de Sistemas, así como los avances de la tesis de Maestría de Olga Gallo Romo. (Ver esquema 1)



En primera instancia "Manuel Martín Serrano establece que el concepto de sistemas debe estudiarse como entidad real y como método de análisis, y que sólo a partir del análisis será posible diferenciar un sistema de un agregado".<sup>2</sup>

"El término sistema cuando se utiliza para designar entidades reales, se opone 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

<sup>2</sup>Gallo Romo, Olga, Avances de la Tesis de Maestría. UNAM, Facultad de Ciencias Políticas, 2003.

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.

"A los elementos que se organizan en un sistema les denomino, a partir de ahora, *componentes del sistema*".<sup>3</sup>

Cuando una entidad real cumple con los elementos necesarios para constituir un sistema, éste puede ser estudiado por la Teoría de Sistemas como método de análisis. Los términos *sistemático* y *asistemático* son opuestos. "El análisis sistemático de un conjunto de elementos se caracteriza porque se propone explicar la organización del objeto de estudio.

"El requisito previo necesario para que sea posible un estudio sistemático es que el objeto posea alguna organización, es decir, que se un sistema a nivel real. La comunicación puede ser estudiada sistemáticamente, porque es un objeto organizado de estudio".<sup>4</sup>

"Se dice que un objeto de estudio está organizado y, por tanto, puede ser analizado como un sistema, cuando sus componentes presentan las siguientes características:

- A) "han sido seleccionados
- B) "se distinguen entre sí
- C) "se relacionan entre sí

de tal modo que esas características pueden ser explicadas como una consecuencia de su pertenencia al sistema".<sup>5</sup>

---

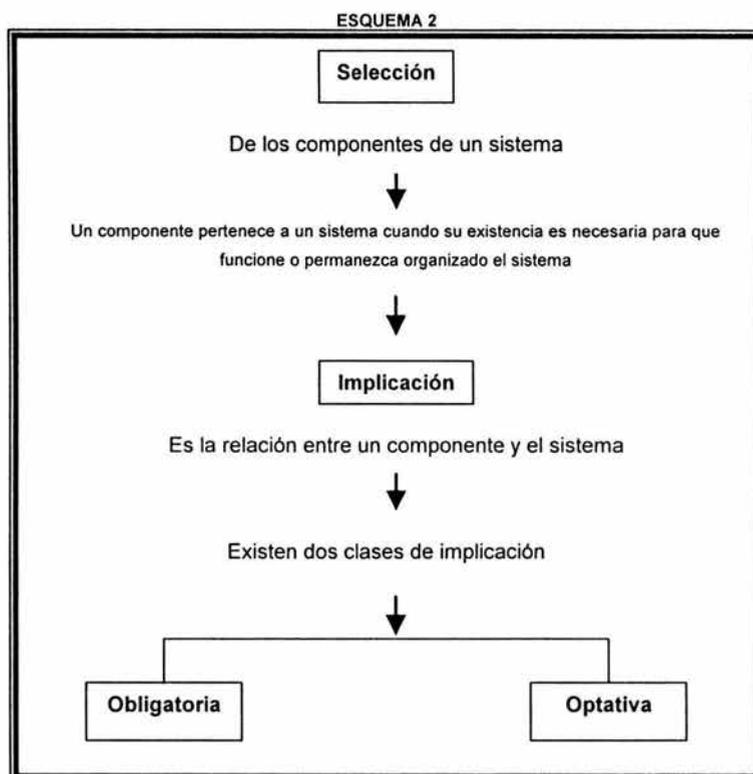
<sup>3</sup> Martín Serrano, Manuel, *Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. p. 95

<sup>4</sup> Martín Serrano, Manuel, *Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. p. 95

<sup>5</sup> Martín Serrano, Manuel, *Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. pp. 95-96

### 1.1.1. Selección de los elementos componentes del Sistema

Para que exista un sistema es necesario que esté integrado por componentes que han sido previamente seleccionados.(Ver esquema 2)



Por lo tanto, Martín Serrano señala que "un componente pertenece a un sistema dado, cuando su existencia es necesaria para que el sistema funcione o permanezca organizado como tal sistema".<sup>6</sup>

"A esta relación entre el componente y el sistema se le denominará *implicación*."

<sup>6</sup> Martín Serrano, Manuel, *Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. pp. 96-97.

“Existen dos clases de implicación:

- “Obligatoria: La desaparición de un elemento obligatorio afecta la existencia o el funcionamiento del sistema o incluso puede llegar a transformarlo en otro.
- “Optativa: Se dice que un elemento es optativo cuando su eliminación no afecta el sistema, éste puede funcionar sin desaparecer o reproducirse sin transformarse sustituyendo ese componente”.<sup>7</sup>

La flexibilidad de un sistema dependerá de la selección y el número de componentes (obligatorios u optativos) que posee la organización.

Un sistema es completamente *Rígido* cuando todos sus componentes son obligatorios.

Por otra parte, un sistema integrado por componentes totalmente optativos es *Elástico*.

De acuerdo con Martín Serrano existen elementos **incorporados** y los define como: “elementos que sin ser ni obligatorios, ni siquiera optativos para la existencia o el funcionamiento del sistema en el que se encuentran aparecen tan frecuentemente que se les atribuye erróneamente una implicación en la organización del sistema”.<sup>8</sup>

### 1.1.2. Distinción entre los elementos del Sistema

Cuando un sistema ha seleccionado a sus componentes, este sistema percibe en ellos características específicas que los distinguen. (Ver esquema 3)

---

<sup>7</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de la Tesis de Maestría. UNAM, Facultad de Ciencias Políticas, 2003.

<sup>8</sup> Martín Serrano, Manuel, Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. pp. 97-98.



- "Funcional: La existencia de cada elemento es necesaria para que asuma al menos una de las funciones que existen en el sistema y esa función no puede ser asumida por u ocupada por otro (s) elemento (s)".<sup>10</sup>

Por lo tanto, los elementos pueden ser de naturaleza distinta pero no en condición para diferenciarlos. Un sistema es grande de acuerdo al número de componentes.

"La diferenciación entre los elementos del sistema puede apoyarse en la existencia de componentes heterogéneos, es decir, de distinta naturaleza, aunque la heterogeneidad de los componentes no sea un requisito indispensable para que aquellos se diferencien entre sí".<sup>11</sup>

"Cabe destacar que en un sistema, el número de componentes viene definido por el repertorio de elementos diferenciados, y no por el número total de elementos. El total de componentes que diferencia el sistema es un indicador de su tamaño. El sistema más pequeño es aquel en el que sólo cabe diferenciar dos componentes. Por ejemplo, el sistema comunicativo tienen cuatro componentes diferenciados y por ende se considera un sistema entre los sistemas grandes".<sup>12</sup>

### 1.1.3. Relación entre los elementos del Sistema

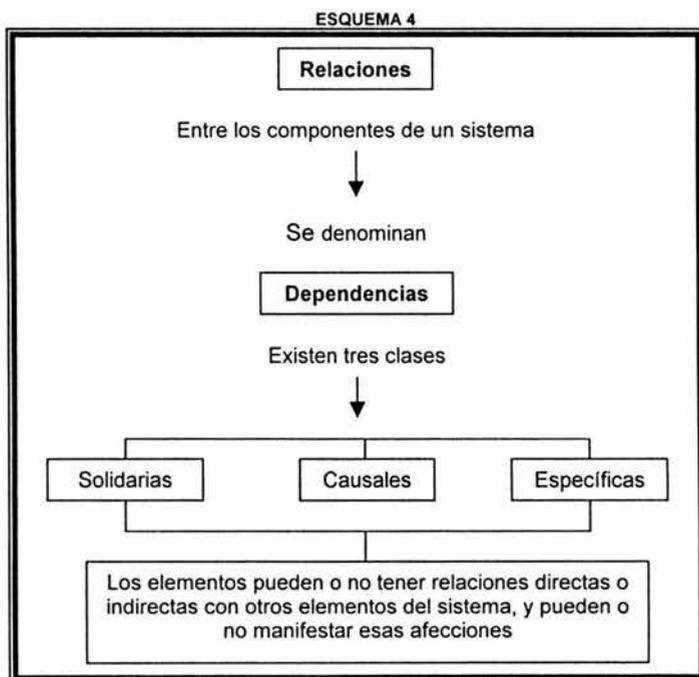
Ya que se ha establecido que el sistema tiene elementos componentes, los cuales están organizados y han sido seleccionados y distinguidos, se establece que existe una relación entre ellos. (Ver esquema 4)

---

<sup>10</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de la Tesis de Maestría. UNAM, Facultad de Ciencias Políticas, 2003.

<sup>11</sup> Martín Serrano, Manuel, Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. p. 99.

<sup>12</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de la Tesis de Maestría. UNAM, Facultad de Ciencias Políticas, 2003.



Por lo tanto, "un componente pertenece a un sistema dado cuando las relaciones que establece con otro u otros componentes del sistema son necesarias para que el sistema funcione o permanezca organizado como tal sistema".<sup>13</sup> Las relaciones entre los componentes se denominarán *dependencias*, el estado de cada componente se ve afectado por otro u otros componentes y viceversa.

Entre los componentes existen tres clases de dependencias, las cuales son:

- "Solidarias: Cuando el cambio del componente significa necesariamente afecta necesariamente que le antecede, acompaña o sucede el cambio de otro u otros componentes (y viceversa).

<sup>13</sup> Martín Serrano, Manuel, *Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. p. 100.

- "Causales: Cuando el cambio del componente significa necesariamente que le antecede, acompaña o sucede el cambio de otro u otros componentes, pero no a la inversa.
- "Específicas: Cuando el cambio del componente significa que algunas veces cambian otro u otros componente, pero no necesariamente, y viceversa".<sup>14</sup>

"La dependencia entre los componentes de un sistema no significa necesariamente que cada elemento tenga que mantener relaciones *directas de afectación con todos y cada uno de los demás*.

"Para que un componente pertenezca a un sistema, es suficiente con que mantenga al menos una relación directa con otro componente. Respecto a los demás podrá establecer una afectación indirecta.

"La dependencia entre los componentes del sistema tampoco significa necesariamente que cada componente manifieste aquellas que le afectan, en todos y cada uno de los momentos en los cuales existe ese sistema. Para que un componente pertenezca a un sistema, es suficiente que una vez afecte a otro componente, aunque ese efecto se manifieste en otro momento distinto".<sup>15</sup>

#### 1.1.4. Análisis Sistemático

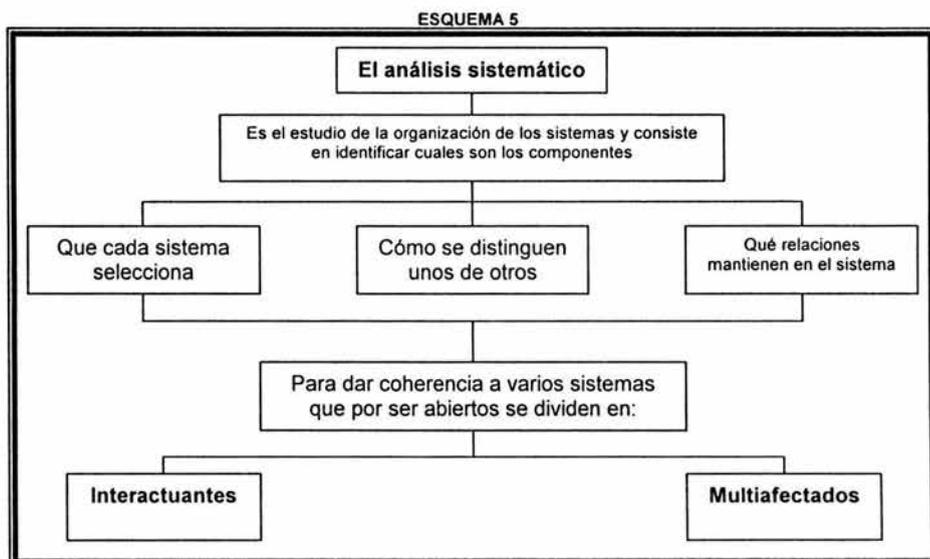
"El análisis sistemático puede definirse como *el estudio de la organización de los sistemas, consistente en identificar cuáles son los componentes que cada sistema selecciona, cómo se distinguen unos de otros y que relaciones mantienen en el sistema*".<sup>16</sup> (Ver esquema 5)

---

<sup>14</sup> Martín Serrano, Manuel, *Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. p. 101

<sup>15</sup> Martín Serrano, Manuel, *Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. p.p. 101-102.

<sup>16</sup> Martín Serrano, Manuel, *Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. pp. 102-103.



"El conocimiento de los componentes implicados de forma obligatoria u optativa en un sistema, de sus diferenciaciones estructurales o funcionales y de las dependencias solidarias, causales o específicas que les relacionan, permite saber cómo es el sistema y cómo funciona. Una vez logrado este conocimiento analítico es posible expresar el sistema en un modelo".<sup>17</sup>

Al aplicar el análisis predictivo sobre el comportamiento de un sistema, surgen obstáculos que impiden conocer su comportamiento por completo o aproximadamente. Una de las variantes que dificulta el estudio del comportamiento de un sistema es el grado de libertad que éste tiene.

Martín Serrano determina "grado de libertad" como: "... el número de configuraciones o de estados diferentes que a lo largo del tiempo puede presentar el sistema (o el componente), sin transformarse en otro o destruirse".<sup>18</sup>

<sup>17</sup> Martín Serrano, Manuel, *Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. p. 103.

<sup>18</sup> Martín Serrano, Manuel, *Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. p. 105.

El número de configuraciones de un sistema dependerá del repertorio de componentes optativos de los que se puede seleccionar, de los componentes diferenciados que se distinguen en él, y de las relaciones no solidarias establecidas entre los componentes del sistema.

"En síntesis un sistema rígido, pequeño y constreñido, con poca libertad posee mayor determinación en el comportamiento de sus componentes y del conjunto, por lo tanto, es más previsible en su organización. En cambio, un sistema más elástico, amplio, menos constreñido, con mayor libertad, es menos determinante en el comportamiento de sus componentes y de su conjunto, en sí, es menos previsible su organización".<sup>19</sup>

Se *determina* que un sistema es finalizado cuando interviene el ser humano y afecta a la organización o funcionamiento. La intervención tiene dos posibles consecuencias dentro de la organización de un sistema:

- "Aumentar la *determinación* que ejerce la organización del sistema sobre su funcionamiento.
- "Disminuir la *determinación* que ejerce la organización del sistema sobre su funcionamiento".<sup>20</sup>

#### 1.1.5. Modelo General de los Sistemas

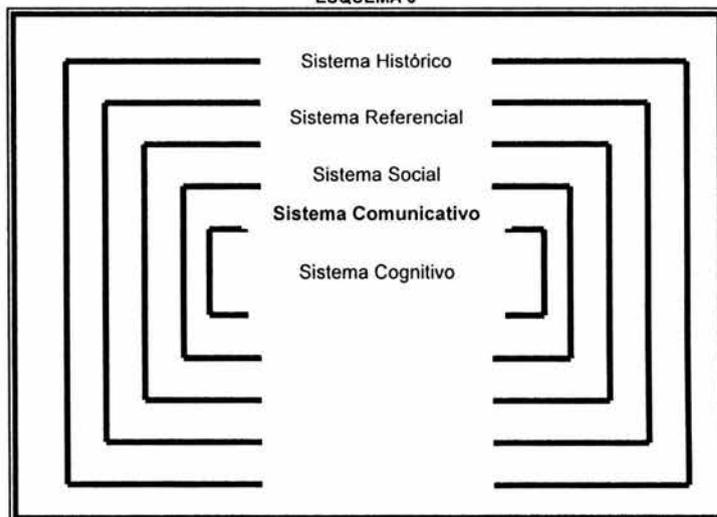
Lo anterior señala que existe una clasificación de sistemas abiertos, interdependientes e interactuantes. Para su explicación se presenta el esquema que plantea Manuel Martín Serrano:(Ver esquema 6)

<sup>19</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de la Tesis de Maestría. UNAM, Facultad de Ciencias Políticas, 2003.

<sup>20</sup> Martín Serrano, Manuel, Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM, ENEP Acatlán México, 1993. p. 108.

**MODELO GENERAL DE LOS SISTEMAS**

ESQUEMA 6



Es decir, "el sistema de Comunicación [SC] no es completamente autónomo; funciona abierto a las influencias exteriores de otros sistemas no comunicativos".<sup>21</sup>

Como se muestra en el Modelo General de los Sistemas, el sistema Comunicación interactúa y es multiafectado por el sistema Histórico, Social y Referencial.

**1.2. Los Sistemas finalizados**

De acuerdo a la propuesta de sistemas, se define a la Comunicación humana como un sistema finalizado. En la comunicación intervienen componentes que están organizados, son heterogéneos y asumen funciones diferenciadas en el proceso comunicativo.

<sup>21</sup> Martín Serrano, Manuel, Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. p. 16.

"La comunicación humana persigue algún fin. La comunicación entre *Actores* humanos aparece como un sistema finalizado, cuyos componentes están constreñidos a ocupar las posiciones y cumplir las funciones que les asignan los comunicadores".<sup>22</sup>

Los elementos del Modelo Dialéctico de la Comunicación se explican enseguida:

### 1.2.1. Actores

Son Actores:

- "Las personas físicas que en nombre propio o como portavoces o representantes de otras personas, grupos, instituciones u organizaciones entran en comunicación con otros Actores.
- "Las personas físicas por cuya mediación técnica unos Actores pueden comunicar con otros, siempre que su intervención técnica en el proceso comunicativo excluya, incluya o modifique a los datos de referencia proporcionados por los otros Actores."<sup>23</sup>

De acuerdo a la función de los Actores, quienes están implicados en la producción, el consumo o la distribución de la comunicación, se dividen en dos clases:

- "Actores que se sirven de la comunicación: Aquellos que son responsables de la información que circula en el sistema de comunicación o aquellos que son responsables de su consumo".<sup>24</sup>
- "Actores que sirven a la comunicación: Aquellos que ponen en circulación información elaborada por otros actores y consumida por terceros, siempre que su intervención afecte a los datos de referencia que le llegan a Alter".<sup>25</sup>

---

<sup>22</sup> Martín Serrano, Manuel, Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. p. 159.

<sup>23</sup> Martín Serrano, Manuel, Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. p. 161.

<sup>24</sup> Martín Serrano, Manuel, Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. p. 162.

Ambas funciones pueden ser ejecutadas por un solo Actor.

### 1.2.2. Instrumentos

Manuel Martín Serrano define a los instrumentos de la comunicación como: "todos los aparatos biológicos o instrumentos tecnológicos que pueden acoplarse a otros aparatos biológicos o tecnológicos para obtener la producción, al intercambio y la recepción de señales".<sup>26</sup>

- "Biológicos: el aparato fonológico, el aparato motriz, el cuerpo.
- "Tecnológicos: se divide en dos:
  - a)"Amplificadores: aparatos amplificadores de sonido. No modifican la naturaleza de la señal: micrófono, etc.
  - b)"Traductores: cambian o traducen señales acústicas, luminosas, electromagnéticas en otra materia o energía: TV, radio, telégrafo eléctrico, internet, etc.

"Los instrumentos son amplificadores que pueden salvar la distancia física o temporal entre los Actores. Algunos instrumentos son capaces además de traducir las señales de un sistema energético a otro".<sup>27</sup>

### 1.2.3. Expresiones

Dentro del proceso para la generación de expresiones se encuentra la sustancia en dos formas.(Ver esquema 7)

---

<sup>25</sup> Martín Serrano, Manuel, Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. p. 163.

<sup>26</sup> Martín Serrano, Manuel, Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. p.163

<sup>27</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de la Tesis de Maestría. UNAM, Facultad de Ciencias Políticas, 2003.



- "Son sustancias: cualquier cosa de la naturaleza, cualquier objeto fabricado o cualquier organismo vivo".<sup>28</sup>
- Son sustancias Informadas: "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>29</sup>
- 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".<sup>30</sup>

Finalmente la expresión es el resultado de las modificaciones que sufre la materia de la sustancia expresiva, a través del trabajo que realiza Ego; la sustancia juega un papel importante en la interacción comunicativa entre los Actores.

#### 1.2.4. Representaciones

Las representaciones son "un conjunto de datos de referencia proporcionados por el producto comunicativo, en un modelo que posee algún sentido para el usuario o los usuarios de esas representaciones".<sup>31</sup>

<sup>28</sup> Martín Serrano, Manuel, Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. p. 165

<sup>29</sup> Martín Serrano, Manuel, Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. p. 165

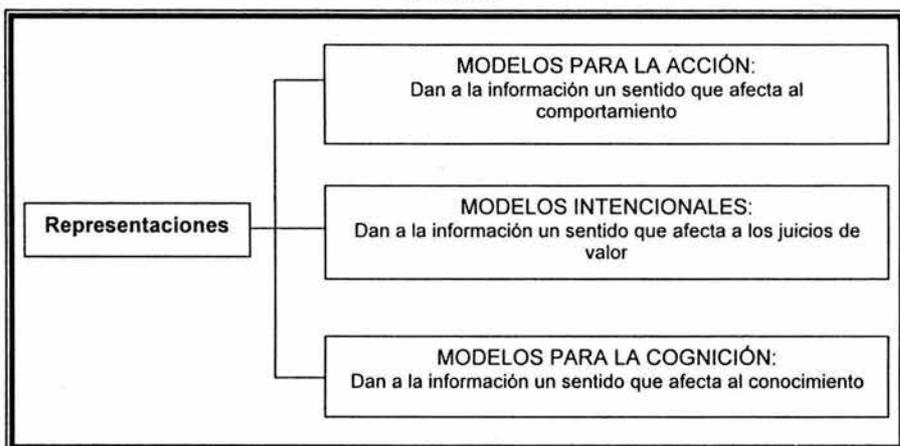
<sup>30</sup> Martín Serrano, Manuel, Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. p. 165

<sup>31</sup> Martín Serrano, Manuel, Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia, UNAM,

Existen tres modelos dentro de las representaciones que son:(Ver esquema 8)

- "Representaciones que son modelos para la acción. Dan a la información un sentido que afecta al comportamiento.
- "Representaciones que son modelos para la cognición. Dan a la información un sentido que afecta el conocimiento.
- "Representaciones que son modelos intencionales. Dan a la información un sentido que afecta a los juicios de valor".<sup>32</sup>

ESQUEMA 8



"Es completamente cierto que no existe la posibilidad de comunicar si el trabajo expresivo de Ego y el trabajo perceptivo de , no están guiados por las representaciones.

"Incluso, cabe afirmar que la comunicación se hace ineficaz cuando la representación que guía el trabajo expresivo de Ego no se corresponde con lo que rige el trabajo perceptivo de Alter.

ENEP Acatlán, México, 1993. pp. 167-168.

<sup>32</sup> Martín Serrano, Manuel, Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. p. 168

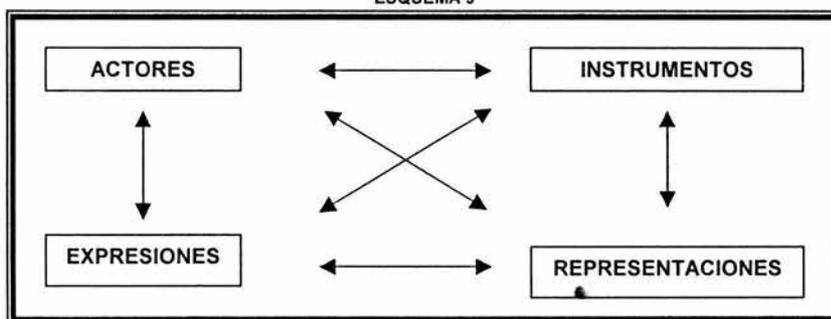
“Cuando Ego recurre al empleo de expresiones comunicativas para introducir datos de referencia sobre sí mismo, sobre Alter o sobre el entorno, pretende lograr que Alter se represente un modelo de acción, de cognición, o de valoración a propósito de un determinado referente”.<sup>33</sup>

### 1.2.5. Esquema del Modelo Dialéctico de la Comunicación

Para distinguir los elementos del Sistema comunicativo, Martín Serrano los ubica en el Modelo Dialéctico de la Comunicación. (Ver esquema 9)

#### MODELO DIALÉCTICO DE LA COMUNICACIÓN

ESQUEMA 9



“Se considera que un modelo pretende estudiar la comunicación como un sistema general cuando quiere formular principios teóricos o metodológicos, que serían válidos para su posterior aplicación a sistemas concretos de comunicación”.<sup>34</sup>

Se entiende que la comunicación es un sistema porque tiene componentes que son seleccionados, distinguidos y relacionados entre sí. Los Actores humanos aparecen como un sistema, los cuales están obligados a ocupar posiciones y cumplir funciones que les relegan los comunicadores.

<sup>33</sup> Martín Serrano, Manuel, *Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia*. UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993. p. 168-169.

<sup>34</sup> Gallo Romo, Olga, *Avances de la Tesis de Maestría*. UNAM, Facultad de Ciencias Políticas, 2003.

### 1.3. El Subsistema Opinión Pública

"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 ésta, precisamente, es el elemento definitorio de ambos sistemas".<sup>35</sup>

Por lo tanto, la Opinión Pública es un subsistema que pertenece al Sistema Comunicativo y comparte con él a sus elementos estructurales, es decir, a los actores, instrumentos, expresiones y representaciones.

De acuerdo con el Modelo Dialéctico de la Comunicación que propone Manuel Martín Serrano y que ya se estudió en este capítulo, la Opinión Pública cumple con los requisitos establecidos en cuanto a identificación, relación y selección de los componentes para considerarse como un sistema, es decir una entidad real.

#### 1.3.1. Componentes del Subsistema Opinión Pública

La pertenencia entre el Sistema Opinión Pública [SOP] y el Sistema Comunicativo [SC] se dan en las *expresiones*, ya que éstas son las más importantes para la Opinión Pública. En este sentido la identificación de los elementos se la siguiente:

- Actores: son los grupos sociales en el cual están inmersos los individuos integrantes del sistema.
- Instrumentos: pueden ser biológicos y/o tecnológicos mediante los cuales se expresa la opinión.
- Expresiones: mediante las expresiones se hace patente el consenso o disenso de los individuos que conforman el grupo social a cerca del tema en debate.

---

<sup>35</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de la Tesis de Maestría. UNAM, Facultad de Ciencias Políticas, 2003.

- Representaciones: éstas son las que orientarán y definirán la opinión del grupo social, lo anterior con base en las experiencias, interés y circunstancias del individuo respecto a su grupo social.

La Opinión Pública se observa a través de la expresión y permite el consenso o disenso de los asuntos de interés público (un referente común). Se establece que sólo puede ser ejercida, entendida y analizada por el grupo social a partir de la *expresión*. Por lo tanto, forma parte del Sistema Comunicativo y puede o no establecer relaciones solidarias, causales o específicas con otros sistemas.

La relación que se establece entre el [SC] y el [SOP], se refiere a que la comunicación sirve para que el hombre exprese sus ideas, pensamientos, emociones y experiencias, con el fin de que sean escuchadas, conocidas o probablemente aceptadas por alguien.

Todo ser humano tiene necesidades de diferentes clases, las cuales deben ser expresadas a través de algún instrumento de comunicación, de no ser así, el ser humano dejaría de obtener un satisfactor social.

Con lo expuesto hasta aquí, se entiende que al Subsistema Opinión Pública le interesa en particular las expresiones emitidas por los integrantes de un grupo social. Este conjunto de expresiones ayudan a generar representaciones cognitivas, que lleven a una evaluación (acción) con determinada intención; si así lo desea.

### 1.3.2. Definición de Opinión Pública

Se define, entonces a la Opinión Pública como: "el conjunto de expresiones de los individuos de un grupo social que tienen un referente público, entendiendo como

público a todo aquello que interese y/o afecte al grupo social a diferencia de *el público* que es el grupo social en sí mismo".<sup>36</sup>

### 1.3.3. Temáticas de lo Público

"Lo Público" se define como los temas que interesan a un grupo social, cualquiera que este sea y se dividen en seis tipos, que son:

1. La sobre-vivencia 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
6. Medio ambiente o Ecología

"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".<sup>37</sup>

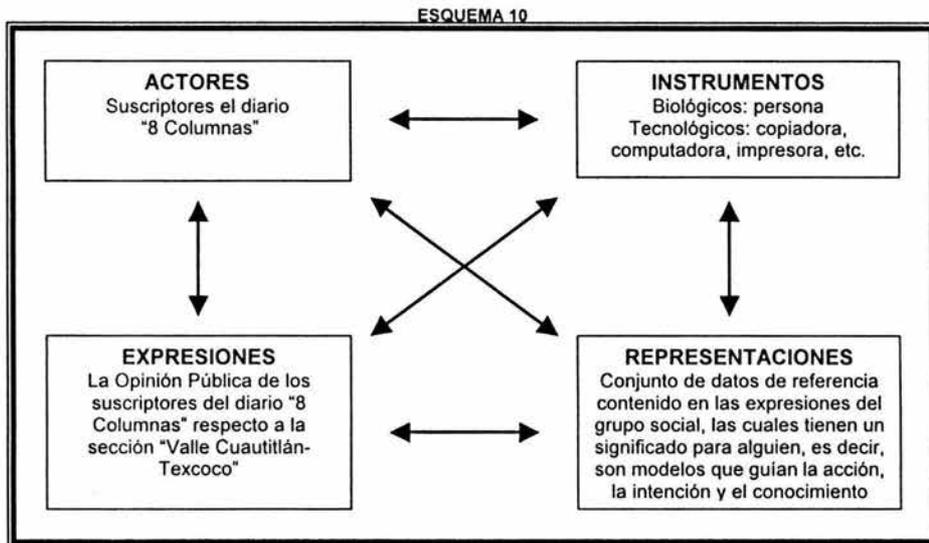
### 1.3.4. Identificación de los elementos de la Opinión Pública en el referente a investigar

En este apartado se tratará de explicar la relación entre la comunicación y la Opinión Pública a partir de que ambas se establecen como sistemas, o sea entidades reales; que cuentan con elementos y que están organizados, por lo tanto, son susceptibles de estudiarse bajo las teorías expuestas por Manuel Martín Serrano.

<sup>36</sup> Seminario Taller Extracurricular, "La Opinión Pública", UNAM, ENEP Acatlán, 2003.

<sup>37</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de la Tesis de Maestría, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas, 2003.

El tema de este proyecto es La Opinión Pública de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan con respecto a la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco", el cual se identificará de la siguiente forma: (Ver esquema 10)



El objeto de estudio son los suscriptores del diario "8 Columnas", el referente que tiene este grupo social es el producto comunicativo (diario) que emite la empresa, en donde ésta se convierte en un mediador.

- Dentro de la comunicación existen los "Medios Masivos de Comunicación", en el cual se ubica al diario "8 Columnas".
- La empresa cuenta con elementos seleccionados, distinguidos y que se relacionan entre sí, por lo tanto está organizada y forma un sistema, lo anterior se traduce a que es una entidad real.
- El diario implica componentes obligatorios y optativos, o sea bienes materiales y humanos. Para que el diario exista debe contar con un espacio físico y una serie de herramientas tecnológicas que son indispensables para su funcionamiento, al igual requiere de una mesa directiva que se convierte en el soporte de la organización. Necesita de

elementos humanos que ejecuten el trabajo intelectual, administrativo, entre otros; sin embargo, estos componentes serán optativos, ya que la ausencia de alguno de ellos se puede suplir, aunque cumplen una función, la existencia de este sistema no depende de él.

- Mientras que el sistema Opinión Pública, como ya se definió con anterioridad, cuenta con los elementos para ser estudiado, y está incluido en el sistema Comunicación, puede entonces relacionarse con el sistema "8 Columnas" como objeto de estudio.
- El diario cuenta con Actores que tienen un referente común a través de una sustancia expresiva, que al conocerla obtiene datos para formularse juicios de valor, modificar conceptos u obtener información que le permita expresarse a través de un cuestionario.

#### 1.4. Teoría de la Mediación Social

Como se describió en los apartados anteriores, la comunicación y la Opinión Pública son sistemas que interactúan con otros sistemas y que en algún punto llegan a funcionar como una instancia *mediadora*, para explicar lo anterior, este apartado retoma la tesis de licenciatura de Venus Armenta Fraga<sup>38</sup> y la tesis de maestría de Héctor Jesús Torres Lima<sup>39</sup>, las cuales hacen un estudio de la Teoría de la Mediación Social de Manuel Martín Serrano.

"La teoría de la mediación social se vislumbra como un paradigma teórico capaz de interpretar y sistematizar la diversidad de los elementos que se constituyen al interior de un proceso social, es decir, tal teoría permite dar un orden a las cosas, objetos, hechos y conceptos que se han estado dando de acuerdo al grado de desarrollo de las sociedades occidentales.

---

<sup>38</sup> Armenta Fraga, María Venus, Análisis de las Representaciones Contenidas en las Expresiones de Perceptores de Televisión. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992. pp. 1-25.

<sup>39</sup> Torres Lima, Héctor Jesús, La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y Áreas de Trabajo. Tesis de Maestría en Pedagogía, UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, 1994. pp. 24-50.

"Ese orden se puede formalizar en modelos que Martín Serrano nombra *mediacionales*; se parte de la explicación de que un modelo mediador es comparable a un código".<sup>40</sup>

Por lo tanto se afirma que un modelo es comparable a un código porque:

A)"Un modelo puede interpretarse como un mero 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 compartido *a priori* por el mediador y los receptores.

B)"Todo modelo es un código, 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 a la misma cosa".<sup>41</sup>

Todo código es un sistema que integra un modelo: es coercitivo, hay elementos que deben o no emplearse con ciertas reglas.

Si los códigos integran ideologías de acuerdo a su contexto social, entonces las sociedades constituyen sus propios códigos.

"Tal información contenida en un modelo de mediación indica los grados de libertad de las definiciones de la realidad, de las interpretaciones alternativas que puede tener un miembro de una comunidad respecto al significado del acontecer respetando al código. Los códigos se hacen más restrictivos o más abiertos según las circunstancias sociales que atraviesa el grupo.

"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

---

<sup>40</sup> Armenta Fraga, María Venus, Análisis de las Representaciones Contenidas en las Expresiones de Perceptores de Televisión. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992. pp. 1-2.

<sup>41</sup> Armenta Fraga, María Venus, Análisis de las Representaciones Contenidas en las Expresiones de Perceptores de Televisión. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992.p. 2.

para pensar y actuar. Orden equivale al modo establecido de entenderse con el mundo.

"Cuando por alguna causa específica este orden social sufre alteraciones ya sea por desajustes entre normas, tecnología y personalidades, las instituciones mediadoras, creadas justamente para ello, actúan como giroscopios restableciendo un equilibrio en el estado de permanente disfunción a que está sometida la sociedad. A estos sistemas de regulación institucionalizados, Manuel Martín Serrano los denomina Sistemas de Mediación, cuya característica esencial es que contienen modelos de integración".<sup>42</sup>

La mediación suele encomendarse a instituciones culturales, políticas, científicas o profesionales. La Teoría de la Mediación puede estudiar a todas las instituciones normativas, en cuanto éstas sean mediadoras del proceso social:

- a) "La clase social: como instrumento de mediación entre la estructura de producción y las relaciones de producción.
- b) "La política como mediador entre los recursos y las aspiraciones.
- c) "La educación, mediando entre los recursos y los comportamientos.
- d) "La psicoterapia psicoanalítica como un instrumento de mediación entre los instintos y la socialización".<sup>43</sup>

"Cuando el mediador introduce un modelo de orden entre las cosas, para ofrecer la visión estable del mundo, se produce un cambio importante. La información del mediador cesa de tener por objeto la realidad original y por el contrario, por la realidad trata de explicar el orden, como una forma de interpretar al mundo.

---

<sup>42</sup> Armenta Fraga, María Venus, Análisis de las representaciones contenidas en las expresiones de perceptores de televisión. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992.p. 3

<sup>43</sup> Armenta Fraga, María Venus, Análisis de las representaciones contenidas en las expresiones de perceptores de televisión. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992.p. 4

“En este sentido, según afirma Manuel Martín Serrano, la teoría permite establecer modelos y actos, que sirven asimismo de criterios para distinguir ideas, acontecimientos o comportamientos.

“En concreto, se puede hablar de mediación solamente 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.”<sup>44</sup>

Mediación es “la actividad que impone límites a lo que puede ser dicho, y a las maneras de decirlo, por medio de un sistema de orden”<sup>45</sup>

#### 1.4.1. Usos de la Comunicación

“Dado que el referente constituye en la comunicación el fundamento material de la veracidad, se dice con respecto a él, que la comunicación es objetiva. Por esta razón se adopta a la relación que establece el médium con el referente, como criterio para clasificar a las *media* desde el punto de vista de la comunicación según las características de sus lenguajes. (Cine, Radio, TV, Prensa)

### **Características de los lenguajes**

Relación del signo con el referente	Relación del mensaje con el referente		Características de los códigos
Abstractos (libro, radio)	Acrónico	Sincrónico	Particulares
	Libro/ Radio	Radio	
Icónicos	Cine / TV	Media index	Generales
Características de los mensajes:	Control Mediador	Resistentes al control	

<sup>44</sup> Armenta Fraga, María Venus, Análisis de las representaciones contenidas en las expresiones de perceptores de televisión. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992. p. 4-5

1.- "Se entiende por media abstracto los que comunican mediante signos cuyo significado no se parece en nada al referente, por ejemplo, la palabra escrita "mamá", no se parece a ninguna mamá, sino que quien decodifica ese significante necesita realizar un esfuerzo de abstracción, para encontrar el referente que se refiere a una mujer que tiene hijos, para luego ubicarla específicamente de quien se habla en concreto.

2.- "Los medios icónicos, por el contrario, contienen una serie de datos o información en los propios significantes, que permiten que esos símbolos sean isomorfos al referente, por ejemplo, una fotografía o una imagen televisiva de un artista: el receptor no necesita de mucha abstracción para identificar lo que está viendo, sabe que la imagen que se presenta corresponde a una persona, de profesión artista y que es 'casi igual' a la persona a la que se refiere la imagen.

3.- "Los medios acrónicos son aquellos que tienen una diferencia temporal entre lo que sucedió y cuando lo expresan, durante esa diferencia de tiempo se permite una mayor mediación, es decir, el referente está sujeto durante más tiempo al control del mediador.

4.- "Los medios sincrónicos, son aquellos que, gracias a la tecnología, permiten que el tiempo transcurrido entre lo que sucede y la expresión se reduzca casi al mínimo, por ejemplo, una transmisión televisiva 'en vivo', de un extremo del mundo a otro transcurren milésimas de segundo, en estos medios sincrónicos el referente se resiste al control del mediador.

5.- "Los medios index son aquellos que son sincrónicos e icónicos, por ejemplo, la televisión: cabe aclarar que por supuesto no todas las transmisiones televisivas son sincrónicas e icónicas, pero la posibilidad de recurrir a ellas en cualquier instante es lo que los define como media index".<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> Martín Serrano, Manuel. *La Mediación Social*. Akal, Madrid, 1977. p. 159

<sup>46</sup> Armenta Fraga, María Venus, *Análisis de las representaciones contenidas en las expresiones de perceptores de televisión*. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992.p. 6-7

"Como consecuencia de lo anterior, los medios abstractos recurren al empleo de códigos particulares, esto es, de un código que es propio del medio, por ejemplo el lenguaje escrito, mientras que los media index, recurren a códigos generales, es decir, a códigos que la mayoría de la gente entiende sin necesidad de recibir un entrenamiento especial (puede ser un proceso de educación, para el caso de quienes aprenden a leer y escribir, que es un código particular)."<sup>47</sup>

## USOS DE LA COMUNICACIÓN

Para determinar las formas del empleo de la comunicación, es necesario definirla:

- ❖ "Comunicación es la transmisión de mensajes de un emisor a un receptor por medio de un médium".<sup>48</sup>

Las tres formas de empleo de la comunicación son:

1. Informativa
2. Reproductiva
3. Contracomunicativa

1.- "Uso informativo: El emisor utiliza la comunicación para transmitir datos: se emplean los códigos para controlar la información sobre el objeto que llega al receptor. El emisor, el médium, el contenido de la información y el receptor comparten un objeto (referente) sobre el que se comunican y se refiere a el para comprobar la exactitud de a información.

2.- "Uso reproductivo: El emisor utiliza la comunicación para transmitir información sobre la información: emplea los mensajes para controlar los códigos de decodificación que va aplicar el receptor, utilizando os objetos como una ilustración de los códigos. La reproducción es una forma de comunicación que

---

<sup>47</sup> Armenta Fraga, María Venus, Análisis de las representaciones contenidas en las expresiones de perceptores de televisión. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992.p. 7

<sup>48</sup> Armenta Fraga, María Venus, Análisis de las Representaciones Contenidas en las Expresiones de Perceptores de Televisión. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992. p. 11.

trata de ocultar la existencia de un emisor que controla la información, mediante mensajes que utilizan los objetos para ilustrar códigos redundantes cuya función es influir sobre las representaciones, las actitudes y los comportamientos del receptor frente a la realidad y los modelos de la realidad.

3.-"Uso contracomunicativo: Carece de un código que ponga en relación al referente con el mensaje. La destrucción o anulación de este código no se debe a la falta de información, por el contrario, por la emisión de mensajes tan ricos en contenido informativo, no son codificables por el receptor, el cual se ve obligado, si desea encontrar el significado del mensaje, a remitirse a códigos generales (de carácter social, psíquico o lingüístico)."<sup>49</sup>

#### 1.4.2. Planos de la Mediación

"Cuando se priva al receptor y al emisor de los códigos particulares emerge la incomunicación, porque los códigos sociales generales no sirven para esclarecer la realidad, carecen de sentido, dada la falta de elementos para interpretar el mensaje, el receptor se sitúa en una función disonante.

"La disonancia estriba en los estereotipos que éste usa para analizar la comunicación. Para la reducción de la disonancia, Martín Serrano plantea la existencia de tres planos"<sup>50</sup>: (Ver esquema 11)

- Plano de la situación
- Plano de los "Principia"
- Plano de la mediación

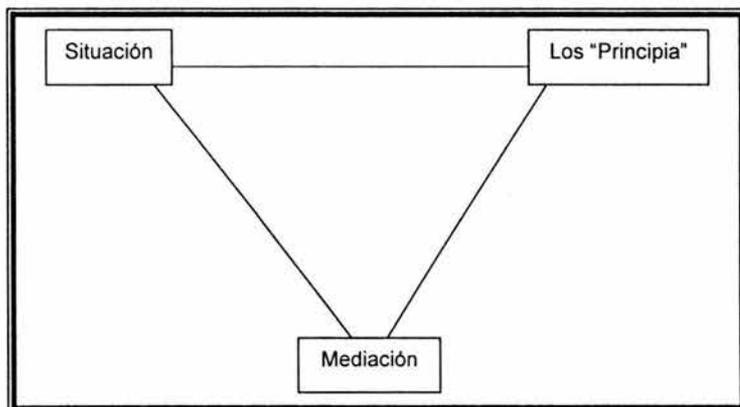
---

<sup>49</sup> Armenta Fraga, María Venus, Análisis de las representaciones contenidas en las expresiones de perceptores de televisión. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992.p. 12-15

<sup>50</sup> Armenta Fraga, María Venus, Análisis de las representaciones contenidas en las expresiones de perceptores de televisión. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992.p. 21

## Plano Mediacional

ESQUEMA 11



- "Plano de la situación": está constituido por los cambios que el acontecer opera en la realidad social: un suceso que afecta al grupo, una norma que cambia, un código nuevo, etc.
- "Plano de los "principia": constituido por las circunstancias cuya preservación es fundamental para la reproducción del grupo, bienes de producción, normas, etc.
- "Plano de la mediación": es el plano cognitivo en el que se verifica un proceso de interacción entre los otros dos planos".<sup>51</sup>

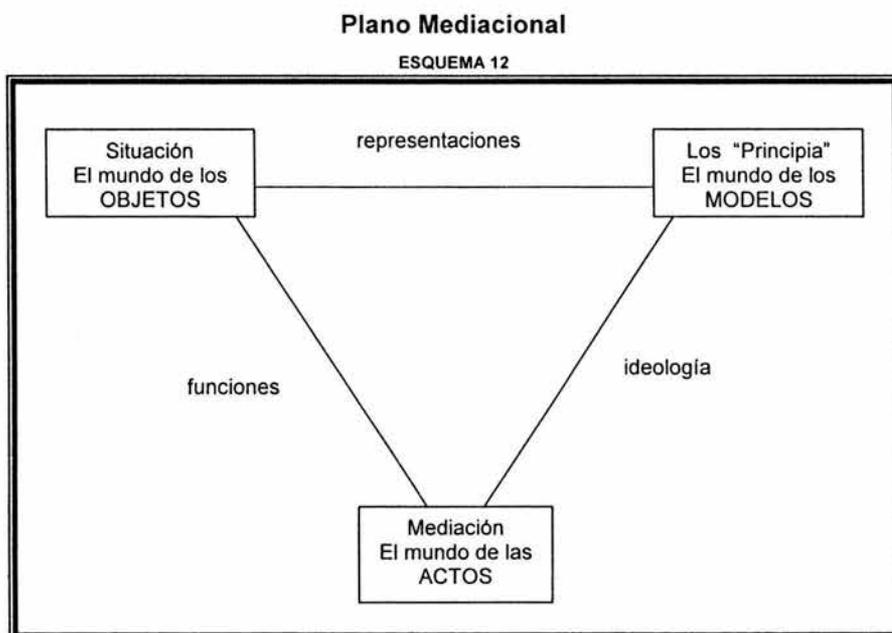
"El mediador encontrará las cosas como referente en uno u otro plano, e inclusive en los dos planos a un mismo tiempo.

"Para que se dé la consonancia en la que se funda el consenso social es necesario que exista un referente. Cuando los referentes de la situación son heterogéneos respecto al de los principia, el proceso de mediación requiere la participación de un referente común. Es el momento en que el mediador introduce

<sup>51</sup> Armenta Fraga, María Venus, Análisis de las representaciones contenidas en las expresiones de perceptores de televisión. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992.p. 21

los códigos para que sirvan como referente, con la función de reducir la disonancia entre el plano de la situación y el plano de los *Principia*".<sup>52</sup>

Con referencia a las clases de códigos mediadores, Martín Serrano propone la distinción entre tres tipos de mediaciones en función de los referentes mediados que se ubican dentro del plano de la mediación de la siguiente forma:(Ver esquema 12)



- "Son representaciones las mediaciones que reducen la disonancia entre los objetos y los modelos.
- "Son ideologías las mediaciones que reducen la disonancia entre los modelos y las expresiones.
- "Son funciones las mediaciones que reduce la disonancia entre los objetos y los actos".<sup>53</sup>

<sup>52</sup> Armenta Fraga, María Venus, Análisis de las Representaciones Contenidas en las Expresiones de Perceptores de Televisión. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992. p. 21-22

<sup>53</sup> Armenta Fraga, María Venus, Análisis de las representaciones contenidas en las expresiones de perceptores de televisión. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992.p. 24

"Los tres tipos de códigos usados en la mediación tienen en común que pueden ser expresados mediante un modelo lógico. Tanto las funciones, las ideologías y las representaciones son directamente comparables entre sí; no en el plano de sus respectivos contenidos, sino en el plano de sus formas lógicas respectivas, es decir, a nivel metalingüístico.

"El metalenguaje prescinde de los significados específicos de las operaciones y del carácter heterogéneo de los significantes a los que se aplica. Expresa las coerciones reales como restricciones lógicas (exclusión implicación, asociación). Devuelve a la realidad sus propias limitaciones transformadas en modelos del pensamiento y de la acción.

"De tal forma que se puede hablar de mediación sólo cuando determinados significantes deben asumir determinados significados, y cuando para atribuir los segundos a los primeros existe un código mediador, es decir, cuando ciertos objetos del medio humano van a ser relacionados con ciertos objetivos, a través de un proceso de interpretación de la realidad que dirige los comportamientos y las acciones, mediando siempre un proceso cognitivo.

"Se ha perfilado, de manera general, cómo es que la mediación opera como "agente" de regulación entre diferentes sistemas: social, comunicativo y cognitivo, con fines de estabilidad y reproducción social".<sup>54</sup>

### 1.4.3. Modelos Mediacionales

La Mediación se propone como el análisis histórico de las relaciones sociales, dentro de la misma existen ocho modelos mediacionales, divididos en:

---

<sup>54</sup> Armenta Fraga, María Venus, Análisis de las representaciones contenidas en las expresiones de perceptores de televisión. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992.p. 24-25

CULTURALES	SOCIALES
Medieval	Mosaico
Ilustración o Enciclopedismo	Jerárquico
Capitalismo	Articular
Capitalismo Monopólico	Latente o Abstracto

#### 1.4.4. Modelos Culturales

Los Modelos Culturales son la interpretación histórica del acontecer, se explican a continuación.

- Medieval: "en la época Medieval no existía la percepción cultural de un medio artificial (creado por el hombre) en oposición a un medio natural; si no que los objetos fabricados eran percibidos como una réplica de la naturaleza, obra de **Dios**; sólo existía un creador; y por lo tanto la actividad del hombre era una actividad de re-creación".<sup>55</sup> Se hacía ciencia desde lo natural y no de lo material o tecnológico.
- Ilustración o Enciclopedismo: en esta etapa "el hombre busca el conocimiento por medio del **raciocinio** (razón) 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".<sup>56</sup> En este modelo se trató de conocer y explicar al mundo a través de la razón. También se hizo la distinción entre el Mundo Natural (no es creación divina) y el Mundo Artificial (fabricación de objetos). Se creía que existía armonía entre la industrialización y el desarrollo cultural.

<sup>55</sup> Torres Lima, Héctor Jesús, *La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y Áreas de Trabajo*. Tesis de Maestría en Pedagogía, UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, 1994. p. 41.

<sup>56</sup> Torres Lima, Héctor Jesús, *La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y Áreas de Trabajo*. Tesis de Maestría en Pedagogía, UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, 1994. p. 42.

- Capitalismo: esta tercera etapa comprende la **Revolución Industrial**, en donde "gracias al desarrollo tecnológico, la burguesía industrial había logrado acrecentar en gran escala la productividad, hasta entonces impensada; había racionalizado a la producción introduciendo la división social del trabajo entre unos hombres, propietarios de los medios de producción y otros, meros propietarios de su fuerza de trabajo".<sup>57</sup> Lo anterior originó importantes cambios en la percepción ideológica del mundo y por consiguiente el cuarto modelo planteado por Martín Serrano.
- Capitalismo Monopolista: "en esta nueva concepción de capital monopolista se vislumbran dos aseveraciones características:
1. "Se propone una aproximación de la realidad fundada en una imagen perceptiva del mundo, apoyada en el sentido de la vista, en vez de un modelo fundado en una imagen abstracta.
  2. "Se supone una reconciliación total entre el medio natural y el **artificial**".<sup>58</sup>
  3. Aparece la televisión como medio de producción cultural.
  4. Se busca la reproducción del sistema social más que las fuerzas productivas.
  5. Para lograr esta reproducción se crean las mediaciones capaces de regular las contradicciones entre el desarrollo tecnológico y el desarrollo cultural.
  6. Los mediadores ejecutan un control como una forma de dominación no violenta, tienen la capacidad de transformar la realidad (codificar) en mensajes. A partir de este el signo se convierte en un objeto de estudio.
  7. Los objetos mediadores (Iglesia e instituciones culturales) son los nuevos vehículos de alineación.

---

<sup>57</sup> Torres Lima, Héctor Jesús, La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y Áreas de Trabajo. Tesis de Maestría en Pedagogía, UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, 1994. pp. 43-44.

<sup>58</sup> Torres Lima, Héctor Jesús, La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y Áreas de Trabajo. Tesis de Maestría en Pedagogía, UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, 1994. p. 45.

8. Las mediaciones se encomiendan a las instituciones, las cuales se clasifican en: Culturales, Científicas y Profesionales (modelos de orden).

#### 1.4.5. Modelos Sociales

Martín Serrano establece que las ideologías están orientadas hacia el control social del grupo, por lo tanto el modelo ideológico debe ser *simple* y *genérico* para ser aplicado en situaciones concretas con eficacia. Se plantean cuatro modelos sociales que se presentan a continuación:

- Mosaico: "desune los datos, los desarticula y los presenta sin discriminación unos junto a otros".<sup>59</sup> La prensa en general es el mediador en este modelo.
- Jerárquico: a diferencia del mosaico que están unos al lado de otros, este modelo representa la realidad y los hechos contenidos los unos en los otros, es decir, son dependientes. Estructura al mundo en capas.
- Articulares: en este modelo se emplean los códigos, los cuales pueden cambiar para transmitir los mismos datos. "Los códigos articulares son un sistema de orden que permite la utilización de subsistemas diferentes (palabras, iconos, etc.) los cuales pueden intercambiarse entre ellos sin que cambie el mensaje".<sup>60</sup>
- Latente o Abstracto: "no muestra los criterios empleados para clasificar la realidad, ya sea porque para el propio mediador son inconscientes, o porque desea mantenerlos ocultos".<sup>61</sup>
  1. La realidad no se modifica está inerte.
  2. El mundo existe entre *sies* y *noes*.
  3. En el mundo se aceptan estas diferencias, no hay contradicciones.

---

<sup>59</sup> Torres Lima, Héctor Jesús, La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y Áreas de Trabajo. Tesis de Maestría en Pedagogía, UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, 1994.p. 47.

<sup>60</sup> Torres Lima, Héctor Jesús, La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y Áreas de Trabajo. Tesis de Maestría en Pedagogía, UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, 1994.pp. 48-49.

<sup>61</sup> Torres Lima, Héctor Jesús, La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y Áreas de Trabajo. Tesis de Maestría en Pedagogía, UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, 1994.p. 49.

4. La contradicción ilustra en lugar de un conflicto, una diversidad de temas.

Finalmente se puede concluir que el objeto de estudio, La Opinión Pública de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan respecto al contenido e imagen de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco", está fundamentado por las teorías aquí planteadas, las cuales se concluyen en dos puntos:

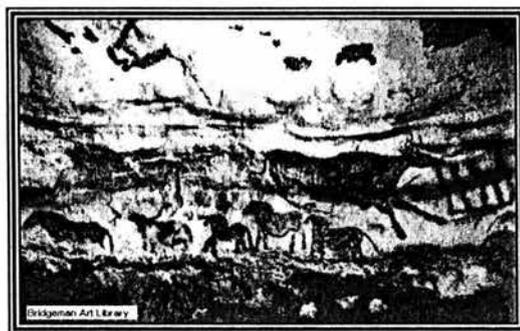
1. Si la Opinión Pública son expresiones de un grupo social con respecto a un referente a través de ciertos instrumentos, entonces la Opinión Pública es un sistema que cuenta con elementos organizados y que es factible de aplicarse como estudio.
2. Si se establece que el referente del proyecto de investigación (el diario "8 Columnas") es una institución mediadora que nace de la necesidad social de comunicarse en grandes grupos y que cuenta, como la Opinión Pública, con elementos organizados los cuales cumplen una función, entonces es un sistema que puede ser estudiado.

### **1.5. Naturaleza Comunicativa de la Opinión Pública**

Para entender el concepto de Opinión Pública se recurre a la historia del hombre a partir de la Comunidad Primitiva, cuando éste inicia el proceso expresivo de los conocimientos adquiridos a través del tiempo, los cuales plasma en cuevas por medio de figuras que representan episodios de su vida. Para la elaboración de este apartado se retoman los avances de la tesis de maestría de Olga Gallo Romo.

Se entiende que la Naturaleza de la Opinión Pública radica en que la comunicación es un logro de la evolución humana que ha permitido desarrollar una vida social que a su vez se ha sobrepuesto dialécticamente al individuo

concreto, muestra de ello son los vestigios encontrados en diferentes partes del mundo, los cuales demuestran que desde el hombre primitivo se manifestó una manera de expresión de ideas a través de la pintura.



Pinturas rupestres de Lascaux (Francia) realizadas con pigmentos rojos y ocras.<sup>62</sup>

Por lo tanto, la comunicación se ha presentado en cada una de las sociedades que han existido, es un elemento estructurante de la personalidad del hombre. Permite la transmisión de las costumbres, de los hábitos, de las actitudes y de los avances en las diferentes razas.

"Como lo han demostrado 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 como en el ontogenético".<sup>63</sup>

Se entiende entonces que "la comunicación es un hecho social que se encuentra en congruencia con los fines 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

<sup>62</sup> "Pinturas rupestres en Lascaux", *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 99*. © 1993-1998 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

<sup>63</sup> Gallo Romo, Olga, *Avances de su Tesis de Maestría*. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

conservar territorio, bienes materiales y formas de producir satisfactores materiales o inmateriales".<sup>64</sup>

Se establece que "la sobre-vivencia de estos primeros grupos humanos estaba en función de la previsión mental que podían hacer de los eventos de la naturaleza y la previsión sólo puede realizarse con la competencia de la comunicación que se equifinaliza con el principio de la sobre-vivencia.

"Lo anterior permite aseverar que como parte de ese proceso de comunicación, el hombre expresa su pensamiento, emociones y 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 un 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".<sup>65</sup>

Si bien la comunicación ha sido un elemento fundamental para que el hombre permanezca como especie en la tierra, hay que recalcar que existen otras especies con un sistema de comunicación similar al que utilizó el hombre primitivo, es decir, el empleo de sonidos ha sido una constante en grupos como los primates, los delfines o las aves.

Cada especie cuenta con una serie de sonidos que tienen un significado especial (alarma ante un peligro, aviso de alimento o ritual de apareo) los cuales le han permitido la sobre-vivencia.

En el caso del hombre, su evolución dio la oportunidad de desarrollar un lenguaje, además de emplear en su inicio evolutivo los sonidos, tuvo la capacidad de

---

<sup>64</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría, Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

<sup>65</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría, Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

---

---

plasmar sus ideas y/o pensamientos a través de las pinturas rupestres que se han encontrado en diversas partes del mundo y que atestiguan la estancia del hombre y su evolución.

## **1.6. Recorrido histórico de la Opinión Pública**

Con el paso del tiempo el hombre ha sufrido una serie de cambios biológicos y sociales, las transformaciones fueron registradas para dar testimonio de su permanencia en tiempo y lugar, en la actualidad, los testimonios se pueden identificar gracias a escritos de las diferentes épocas e investigaciones de estudiosos en la materia.

A continuación se presenta un panorama general de la Opinión Pública en las etapas representativas del desarrollo del hombre.

### 1.6.1. La Opinión Pública en la Edad Primitiva

Acorde con los estudiosos de la evolución del hombre, la comunidad primitiva se registra a partir del hallazgo de instrumentos elaborados con piedra que permiten conocimiento de los cambios y adaptaciones a los cuales se ha tenido que someter para la supervivencia de la especie.

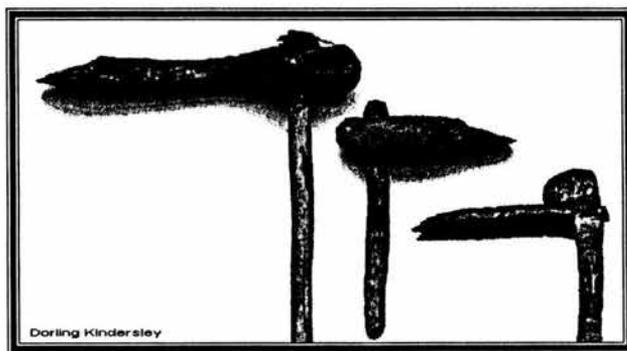
Esta etapa comprende el periodo *paleolítico* y *neolítico* en el cual la diferenciación se hace a partir de las características de las herramientas implementadas en cada uno de ellos.

Cuando el hombre percibió una serie de necesidades para la continuidad de la especie, buscó formas e instrumentos para lograrlo; los aspectos básicos para su permanencia fueron: alimento, protección del grupo ante algunos elementos de la naturaleza como la lluvia, el frío, el calor, los animales y la dominación sobre otros hombres.

El hombre también necesitó espacios que trascendieran lo cotidiano y adquirieran una entidad a veces mágica.

Por lo tanto, "las primeras muestras de la cultura humana las tenemos en el periodo paleolítico, que abarca desde la aparición del homo habilis, hace dos o tres millones de años, hasta hace unos nueve mil años, tiempo en que surgió el homo sapiens, el hombre tal y como lo conocemos actualmente.

"En el Paleolítico, periodo caracterizado por el tallado de la piedra, se inicia y desarrolla el lento proceso de hominización, caracterizado por la conquista de la posición erecta, la liberación de las manos y su correlación con el cerebro, y el desarrollo de las estructuras cerebrales; el periodo culminó con la aparición del hombre, quizá a fines de la Era Terciaria, hace 1.8 millones de años".<sup>66</sup>



Durante la edad de piedra el sílex fue uno de los materiales utilizados para elaborar herramientas.

(Nota, los mangos de madera son reproducciones)<sup>67</sup>

"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.

<sup>66</sup> Gallo Romo, Olga, *Avances de su Tesis de Maestría*. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

<sup>67</sup> "Útiles de sílex", *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 99*. © 1993-1998 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

"El *tempo* del desarrollo se tornó consciente de su propia existencia y de su separación de los demás seres de la naturaleza, lo que lo 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>68</sup>

Se entiende que en esta etapa el hombre ya es consciente de sí mismo, se diferencia del resto de las especies y establece que no tiene el control de los fenómenos naturales; la evolución homogénea en su aspecto físico y en el cerebro cambió su forma de ver al mundo.

Dentro de las sociedades humanas existen fenómenos conductuales comunes que los individuos han adquirido a través de la historia evolutiva, un ejemplo de ello son: el lenguaje simbólico, la religión, el arte, el comportamiento maternal, el juego social, el uso y manufactura de artefactos, entre otros.

"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, íbices, jabalís, bóvidos salvajes, rinocerontes lanudos y mamuts peludos. En algunas ocasiones los artistas también pintaron figuras humanas con máscaras y símbolos de forma de pene o vulva, y manos misteriosas, lo cual tenía quizá que ver con un instinto de reproducción, tan importante para ellos porque les aseguraba la sobre vivencia y la conservación de la especie a través de los años".<sup>69</sup>

En la segunda parte de la comunidad primitiva se encuentra el periodo Neolítico, en el cual se hace presente la producción agrícola y ganadera que origina la sedentarización del hombre y provoca una nueva forma de concepción del mundo.

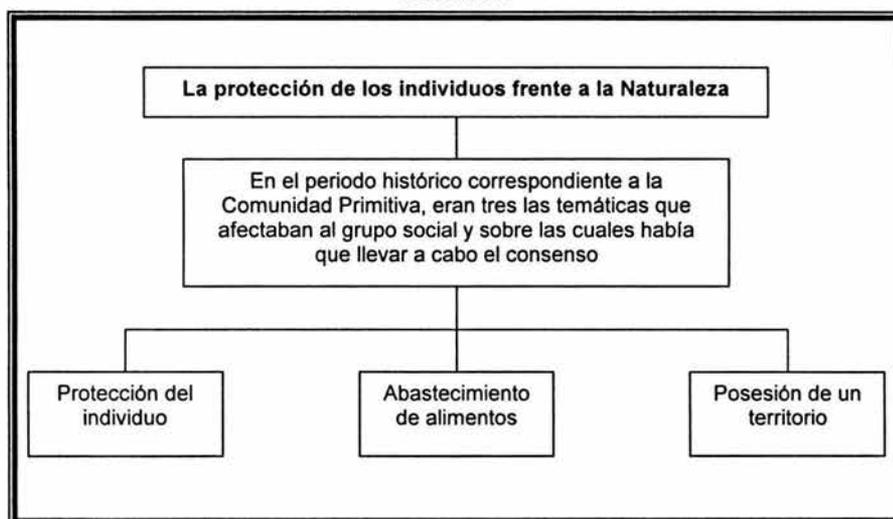
<sup>68</sup> Gallo Romo, Olga, *Avances de su Tesis de Maestría*. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

<sup>69</sup> Gallo Romo, Olga, *Avances de su Tesis de Maestría*. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

Una de las prioridades fue el cuidado de su entorno ecológico, es en este momento cuando las comunidades comienzan a crecer.

Lo anterior lleva a caracterizar a la Opinión Pública dentro de este periodo como un fenómeno y no como objeto de estudio, pues surge desde el inicio del grupo social, que es precisamente el que se denomina Comunidad Primitiva. (Ver esquema 13)

ESQUEMA 13



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 preverlo de protección, alimento y territorio que él solo, como ser individual no podría conseguir y conservar.

Sin embargo, se puede establecer que no son las capacidades innatas que posee el hombre lo que lo caracterizan como una de las especies más desarrolladas,

sino su capacidad para aprender de su entorno. A través de este poder cognoscitivo no sólo sacia sus necesidades básicas, sino también busca formas de trascendencia espiritual.

### 1.6.2. La Opinión Pública en la Civilización Mesopotámica

En griego, *Mesopotamia* significa "entre ríos", está situada entre las cuencas de los ríos Tigris y Éufrates, zona que actualmente es ocupada por Irak, Irán y Siria. Se considera que esta región se convirtió en uno de los primeros centros de civilización urbana, ya que varios pueblos se asentaron, además de caracterizarse por la constante migración e inmigración de los mismos.

Los asentamientos humanos dieron pauta a la creación de ciudades, la necesidad de administración trajo consigo la aparición de la escritura *cuneiforme* (signos) la cual se adjudica su creación a los sumerios.

La evolución de la civilización mesopotámica se remonta a la prehistoria y protohistoria, ésta se distingue de otras culturas por su aportación a la escritura con el Código de Hammurabi y el Poema del Gilgamesh.

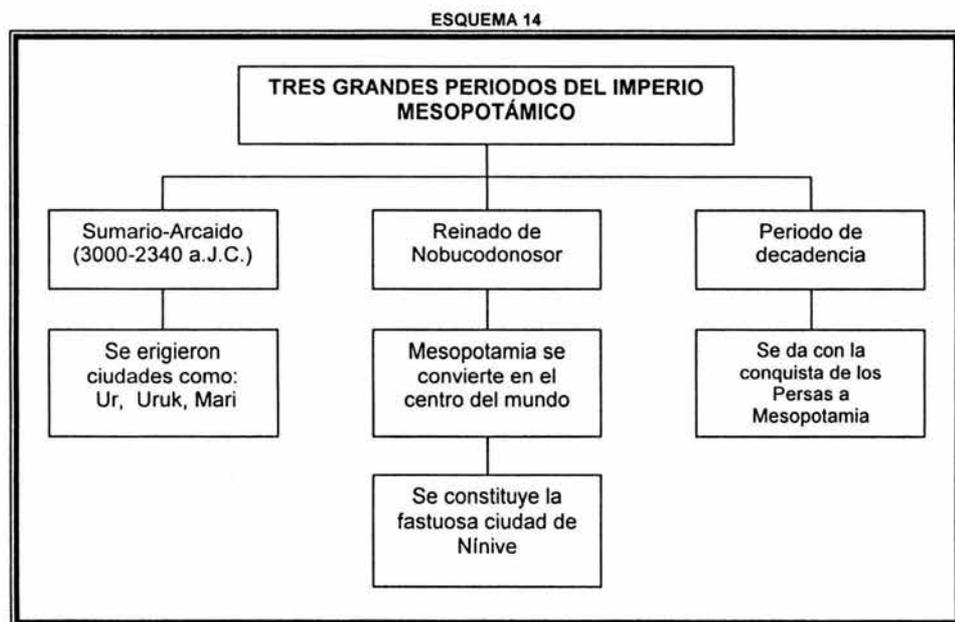
"Dado que la cultura mesopotámica tiene sus orígenes en el Paleolítico, comparte con otras culturas de esa época sus mismas preocupaciones en cuanto a la vida y la muerte. Realizaban ritos funerarios y creían que no había vida más allá de la muerte".<sup>70</sup>

La permanencia de la humanidad en esta etapa de la historia, estuvo condicionada a la caza, pesca y recolección de frutos.

---

<sup>70</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

Por otra parte, esta cultura plasmó en paredes y cuevas, referentes (temas de interés común) que destacan a los animales (ciervos, cabras, venados, caballos) y figurillas humanas. (Ver esquema 14)



El interés del ser humano por encontrar su origen y entender su evolución, aportó a la historia del hombre descubrimientos como el de Austen Henry Layard, quien a mediados del siglo XIX (1849-1850) encontró las ruinas del palacio de Nínive.

El hallazgo más importante para este investigador, fue las más de 26.000 tablillas pertenecientes a la biblioteca de Assurbanipal, dentro de las ruinas del palacio que lleva el mismo nombre. Las tablillas concentraban el saber de babilonios y asirios, éstas pudieron ser traducidas del Calach o Kalhu (actual Nimrud) por el alemán G. F. Grotenfeld y el británico H. G. Rawlinson.

"Mesopotamia entra a la historia en el paso del IV al III milenio. De esta época datan las primeras tablillas de escritura pictórica, halladas en Tell Abu Salabij,

escritura que, a través de un desarrollo no muy lento, pasará a ser lineal para desembocar en un sistema de signos abstractos. Estas tablillas no sólo recogen, como se creía hasta fecha reciente, transacciones comerciales e inventarios de objetos y de animales, sino mitos, himnos, instrucciones pedagógicas e historia".<sup>71</sup>

Muestra de ello es la epopeya de Gilgamesh, considerado uno de los primeros documentos en la historia de la humanidad, en el que se muestra la concepción de la muerte en la civilización Mesopotámica, fue redactado hace cuatro mil años y cuenta la historia de Gilgamesh y Enkidu, éste último creado del barro por la diosa Ururu para destruir a Gilgamesh.

El documento plasma a la muerte como condenación, como infierno. Establece que ningún cuerpo humano, ni el de héroes como Gilgamesh perdurará en el más allá. Por lo tanto, las tumbas no adquirieron especial atención en el arte mesopotámico.

"A diferencia de la cultura egipcia, cuya religión tenía fundamento en una vida más allá de la muerte, la cultura mesopotámica negó toda posibilidad de una vida ultraterrena. Por todo ello, las formas artísticas desarrolladas surgieron como exaltación del poder temporal, encarnado por el rey".<sup>72</sup>

Es entonces que el arte desarrollado en Mesopotamia es diferente al de otras culturas, ya que responde más a una estética hedonista, con predominio de los sentidos sobre el intelecto.

"Las expresiones de los artistas mesopotámicos se reducían a las demandas hechas por el poder de los reyes. Nunca a las satisfacciones y desdichas del pueblo, pobre hambriento y sumido a la máxima explotación".<sup>73</sup> Lo anterior permite entender que los referentes públicos cambian de acuerdo a la etapa de la

---

<sup>71</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

<sup>72</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

<sup>73</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

historia de la humanidad. En la civilización mesopotámica, la máxima autoridad que era el rey, le interesaba exaltar sus triunfos y glorias obtenidas por la dominación a otros pueblos a través de las guerras.

Todas las civilizaciones, desde las más antiguas, hasta las actuales siempre han creído en la existencia de entes superiores que no son terrenales, sino mágicos o divinos. "Los dioses eran seres superiores que podían intervenir en las cosas de los hombres, y eran también poseedores de la tierra, de sus frutos y de sus riquezas".<sup>74</sup>

Los gobernantes sólo fungían como administradores de las aportaciones a través de las cosechas de los campesinos, de la producción de los artesanos y se encargaba de los animales de carga y de las semillas.

"El periodo a veces irracional de los reyes también generó una nueva clase social reconocida y respetada, la burocracia que trabajaba en palacio, quienes eran conocidos como "hijos de palacio", además respetados y envidiados por la clase más desprotegida".<sup>75</sup>

#### 1.6.2.1. La Opinión Pública en la Civilización Egipcia

Egipto es una de las civilizaciones más representativas de Mesopotamia, el registro del surgimiento de los egipcios se ha escrito en base a las conjeturas de los descubrimientos arqueológicos en los restos de ruinas, tumbas y monumentos, los cuales contienen muestras muy valiosas de esta cultura. Se ha establecido que nació en el tercer milenio anterior a nuestra era y sobrevivió aproximadamente tres mil años.

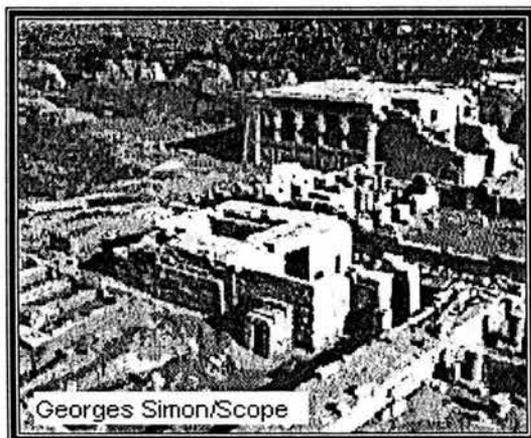
<sup>74</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría, Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

<sup>75</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría, Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

"Los asentamientos humanos egipcios se remontan al periodo Neolítico cuando coexistían dos culturas, la primera denominada Alto Egipto, ubicado en el sur, y la segunda en el Bajo Egipto, en el tercer milenio antes de nuestra era, bajo la autoridad de un solo monarca, que convirtió a Egipto faraónico en el imperio que ha perdurado durante un mayor lapso de tiempo en la historia de la humanidad".<sup>76</sup>

Para comprender esta civilización, hay que considerar su historia cronológica, aunque esta cultura no poseía un sistema cronológico único, ni continuo. Sin embargo, "los estudios realizados han permitido establecer que la historia egipcia se inicia hacia el año 3000 (final del periodo predinástico), con una primera dinastía de 2920 a 2770 a. J. C."<sup>77</sup>

En este periodo, la política fue dominante, retomó fuerza que consolidó el primer reino unificado del antiguo Egipto. La visión de la muerte y lo divino llevaron a que se construyeron dos de las estructuras funerarias más grandes en Sakkara y Abidos.



El Gran Templo de Abidos fue erigido a orillas del río Nilo, construido a principios del siglo XIII a.C.<sup>78</sup>

<sup>76</sup> Gallo Romo, Olga, *Avances de su Tesis de Maestría*. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

<sup>77</sup> Gallo Romo, Olga, *Avances de su Tesis de Maestría*. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

<sup>78</sup> "Gran Templo de Abidos", *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 99*. © 1993-1998 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

"En relación a la estructura social egipcia, el personaje que ocupaba el máximo rango social era el rey, quien era tenido por un 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 se usó para designar al rey hasta el primero 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>79</sup>

En esta civilización se percibió al rey o faraón como un ser superior al resto del pueblo, inclusive por encima del clero, el rey tenía el control absoluto, sólo así podía gobernar. En este sentido, la función del clero era asegurar el mantenimiento de la creación y el equilibrio universal, para alejar el caos y hacer 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>80</sup>

La creación del mundo es para las civilizaciones un tema complejo que a lo largo de la historia ha necesitado explicar; en esta civilización crearon una compleja red de divinidades a través de la primera cosmología (la del santuario de Heliópolis), elaborando un verdadero sistema teológico, que tuvo en el número nueve su

<sup>79</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría, Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

<sup>80</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría, Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

sistema de ordenación. Fue en este periodo que surgieron grandes ciudades y existieron un sin número de dioses.

Por lo anterior, se puede decir que para la civilización egipcia los principales referentes públicos eran: la religión, el culto a los muertos, un respeto irrefrenable a la muerte y hacia las divinidades, la belleza; el respeto al faraón que se convirtió en una verdadera institución de poder y el lenguaje, entre otros.

### 1.6.3. Historia de la Opinión Pública en el periodo Grecorromano

Se considera a Grecia y Roma cuna de la civilización, ya que son dos culturas que crecieron a la par. En cuanto a la emisión de expresiones de los seres humanos, se les cataloga como "opinión", pero no como público sino de las mayorías.

"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:

"La comunidad y los controles políticos descansan en un cuerpo compuesto por los ciudadanos adultos y responsables de la comunidad:

- "Estos adultos tienen el derecho y el deber de discutir los problemas políticos con la vista puesta en el bienestar de la comunidad
- "De esta discusión puede resultar cierto grado de acuerdo
- "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 protección".<sup>81</sup>

En esta etapa nace la democracia, Atenas es la primera en otorgar la ciudadanía a las clases bajas, mientras que en otras partes aún se sometía al pueblo a un

---

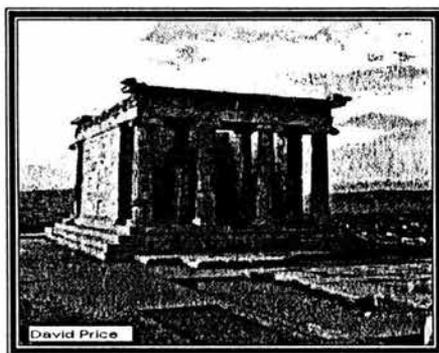
<sup>81</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría, Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

régimen riguroso y militarizado. Otro elemento que contribuyó a la democracia fue la intervención de Dracón (finales del siglo VII a. C.) al modificar las leyes y limitar el poder judicial de los nobles.

Fue en el periodo del político Clístenes de Sición que la democracia triunfó totalmente y sentó sus bases en la política, pero no sólo ésta fue beneficiada, el auge llegó hasta las formas de producción, comercio, arte y cultura intelectual.

Cabe destacar, que sólo las clases privilegiadas eran las que discutían las decisiones del gobierno, por lo tanto sólo un grupo selecto (que representaba al resto de la población, sin considerar a los esclavos) hacía válido su derecho a opinar en temas de interés común, dentro del nacimiento de la democracia.

"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- o también, en charlas informales de los ciudadanos reconocidos (líderes de opinión) en las diversas ágoras de la ciudad".<sup>82</sup>



El templo de Atenea Niké está en la Acrópolis de Atenas, erigido hacia el año 420 a.C.<sup>83</sup>

<sup>82</sup> Gallo Romo, Olga, *Avances de su Tesis de Maestría*, Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

<sup>83</sup> "Templo de Atenea Niké", *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 99*. © 1993-1998 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

Los referentes públicos para ambas civilizaciones fueron: la democracia, las diversas formas de gobierno, la guerra (a pesar de que eran pocos los que la ejercían) y el desarrollo del pensamiento filosófico.

#### 1.6.4. La Opinión Pública en la Edad Media

"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".<sup>84</sup>

Para la explicación del poder divino, la Iglesia manifiesta que Jesucristo en vida tenía el poder de su Padre, al morir lo delega a Pedro, a partir de él se establece que existirá un representante en la tierra, por lo que al morir Pedro transfiere el poder a otro hombre y así sucesivamente.

"De esta manera los reyes de la Edad Media legitiman el control absolutista del que hacían objeto a sus gobernados, aunado al poder político el poder religioso enviéndose de la divinidad transmitida por generaciones consiguiendo, así, dominar a pueblos enteros no sólo política, económica y bélicamente, sino también religiosamente sin ningún cargo de conciencia".<sup>85</sup>

---

<sup>84</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

<sup>85</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

El referente público recayó en la temática cultural y en lo religioso, un ejemplo de ello son las ideas plasmadas en la Biblia que presenta frases de trascendencia a través de la historia como la conocida hasta nuestros días: "bienaventurados los pobres porque de ellos será el reino de los cielos".

En esta época, en la que el poder de Dios se utilizó como regulador de la sociedad, comenzó con métodos de castigo, de tortura, (época de la Santa Inquisición) y violencia física que se hicieron manifiestas, pero sobre todo la moral.

El elemento ordenador del hombre y de la naturaleza era Dios, éste disponía a través de sus representantes en la tierra entre los Reyes o señores Feudales.

"Los siervos, y en general el grupo social, aceptaba y no replicaban: ¿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".<sup>86</sup>

Por lo anterior se puede observar que durante la dominación romana, el interés en lo político disminuyó notablemente, en cambio lo religioso se convirtió en el tema de Opinión Pública.

Para concluir, se pueden rescatar tres aspectos trascendentales de este periodo, que a continuación se describen:

- El referente más importante de la Edad Media era la Fe (en su ámbito religioso), que vista como institución es la que asegura la sobre vivencia eterna de los individuos en sí mismos.
- La expresión de la opinión puede tener otros referentes que no son políticos, siempre y cuando se traten de temas de interés del grupo social y

---

<sup>86</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría, Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

que entren en las categorías que se han señalado como asuntos de índole pública.

- Conocer la expresión de la Opinión Pública de un determinado grupo social no es garantía del saber verdadero o válido.

En el mundo occidental la Edad Media tiene su fin aproximadamente en el siglo XV, a partir de éste comienza la etapa que conocemos con el nombre de Renacimiento, el cual se describe en el siguiente apartado.

#### 1.6.5. La Opinión Pública en el Renacimiento

Se le conoce como Renacimiento al periodo comprendido en los siglos XV y XVI, aunque comenzó en Italia desde el siglo XIV y después se difundió por toda Europa. En esta etapa renacen las artes y la ciencia, es de esta forma que la Iglesia queda atrás y la sociedad se ve dominada progresivamente por instituciones políticas descentralizadas.

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 fundamenta sobre la idea del hombre como ser racional, plenamente capaz de alcanzar por sí mismo la verdad en el orden político, social y económico.

La libertad de 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 poder político descansa en los ciudadanos; a través de la expresión libre y organizada que implica necesariamente el ejercicio de la Opinión Pública.

En otras palabras, el poder de la democracia está sostenido por una moralidad de la comunidad.

---

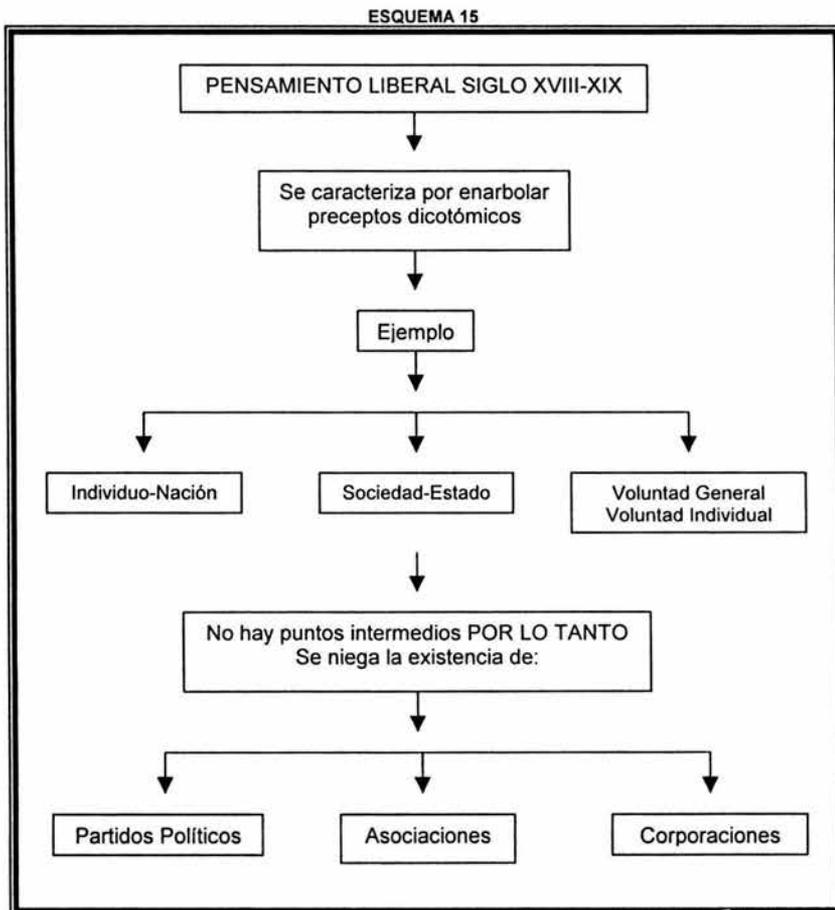
Es entonces cuando se vislumbra el establecimiento de nuevas formas de organización del Estado, en donde cede el derecho individual en busca del derecho social, en el cual todos los integrantes del grupo social están debidamente representados.

En el ámbito de la política se consideró al ejercicio de la Opinión Pública como un derecho y se le otorgó una importancia preponderante dentro de los regímenes democráticos ya que a través de ella podía ejercerse el concepto libre de expresión de ideas, que empezó a conceptuarse como tal en la Revolución Francesa y que posteriormente invadió al Nuevo Mundo con inclinaciones libertadoras, lo anterior implicó que se le valorara a la Opinión Pública como un objeto de estudio y no como un fenómeno.

La Opinión Pública cobra principalmente un matiz político, y a diferencia de cómo se percibió 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.

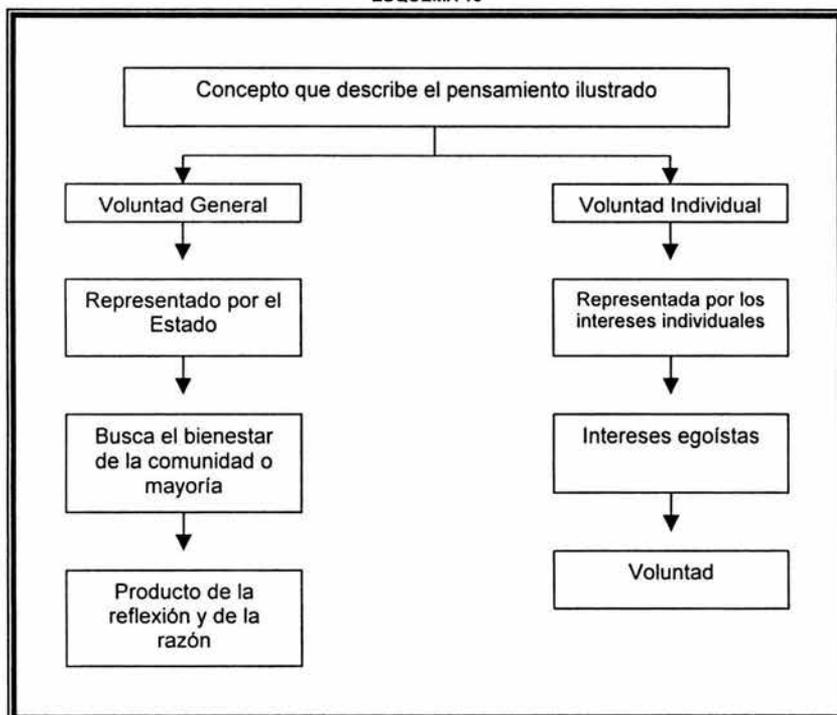
No se puede concebir a la Opinión Pública sin un referente histórico, es por ello que se estudian los cambios que el hombre sufre, principalmente en el orden social y político.

A partir de la llegada del Liberalismo se marca la participación de la sociedad a través de organismos mediadores entre el poder absoluto (Estado) y su voluntad individual. (Ver esquema 15)



El pensamiento está concentrado en el individuo, en esta etapa se representaba la voluntad individual a través de los ilustrados, los cuáles la transformaban en voluntad general. (Ver esquema 16)

ESQUEMA 16



El esquema 16 se basa en lo establecido por Rousseau en su Pacto Social, en el cual se “diferenciaba entre voluntad general y voluntad egoísta de los sujetos: si cada sujeto atendía a lo que su conciencia le dictaba como más idóneo para la comunidad, manifestaba una voluntad general; si por el contrario, acudía a su propio interés, expresaba una voluntad egoísta”.<sup>87</sup>

Se utiliza la razón y el conocimiento para anteponer la voluntad general a la voluntad individual. La Opinión Pública permite conocer que es lo que quieren los integrantes de un grupo, es decir, las demandas sociales. Una sociedad no puede regirse por egoísmos (voluntad individual). Sin embargo, cabe destacar que no cualquier individuo era portador de la voluntad general.

<sup>87</sup> Gallo Romo, Olga, *Avances de su Tesis de Maestría*. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

Lo anterior genera controversia, entre el conjunto de opiniones individuales y la opinión elaborada por individuos ilustrados, lo cual se traduce en dos cuestionamientos:

- ❖ ¿La Opinión Pública es un conjunto o suma de opiniones individuales?
- ❖ ¿La Opinión Pública es una reflexión elaborada por individuos ilustrados, racionales y conocedores del asunto público?

Se puede establecer que se toma en cuenta la Opinión Pública de los pueblos a través de los ilustrados que realizan una reflexión de los temas públicos. Por lo tanto existen los dos elementos, la *voluntad individual* y la *voluntad general*.(Ver esquema 17)

ESQUEMA 17



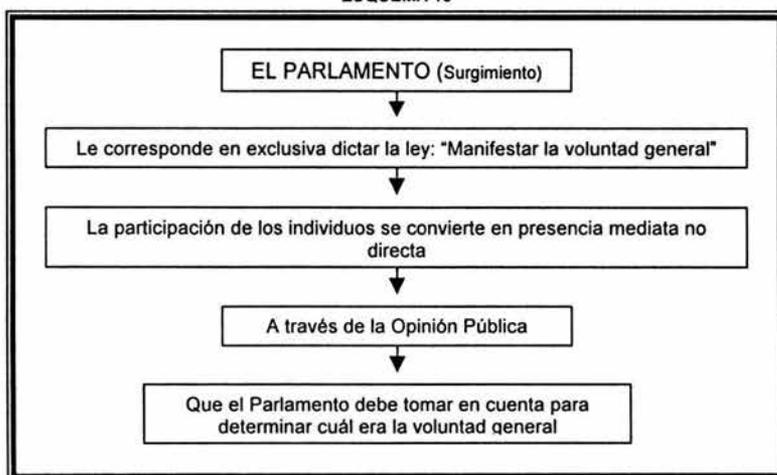
La Opinión Pública sirvió para legitimar al Estado, para establecer que el gobierno lo decide la sociedad y no existe autoritarismo. Se antepone la democracia del conjunto de voluntades individuales a través de la voluntad general.

La doctrina liberal negó la democracia directa y el sufragio universal porque el representante o gobernante manifestaba la voluntad de toda la nación y no la de un grupo social. La representación de la nación está dada por un ente abstracto y unitario, y no un número agregado de provincias o estamentos, el argumento fue que no todos los individuos pueden representar la voluntad general, por lo tanto no participan de las decisiones.

Se determina entonces al sufragio restringido como la selección de personas ilustradas preparadas capaces de renunciar a intereses personales por el bienestar y prosperidad de la nación, es decir, que sí representaban el interés general.

"La mal llamada democracia del liberalismo consistía en que sólo aquellas personas que no se pudieran corromper se podrían elegir, y éstas son las que defienden el interés de la nación, aunque esos intereses no sean los mismos de la gente del pueblo, ya que este tipo de personas son egoístas, pero son ellos quienes deben votar por quienes sí defienden los intereses de la nación, pero no los de los electores".<sup>88</sup> Es así como surge el Parlamento.(Ver esquema 18)

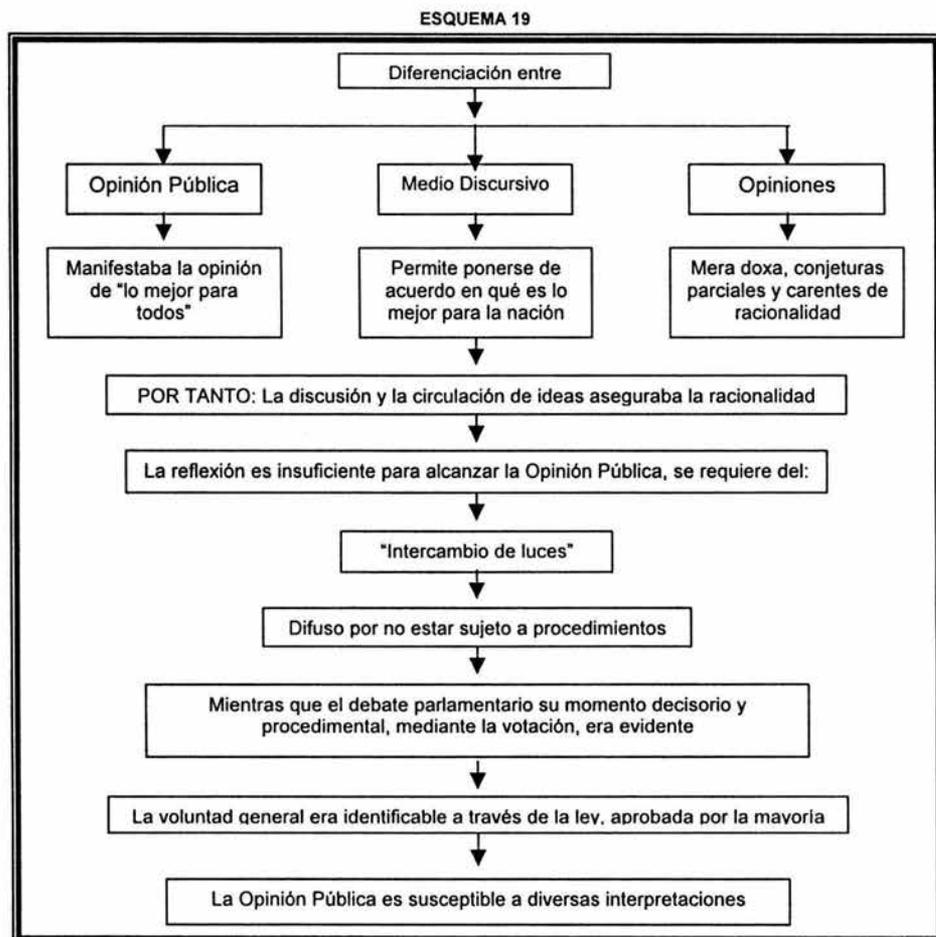
ESQUEMA 18



<sup>88</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

"De esta manera la distinción entre Opinión Pública y voluntad general supone la dicotomía entre sociedad y Estado. Sólo éste último podía expresar la voluntad general, pero la sociedad conservaba la posibilidad de expresarse colectivamente a través de la Opinión Pública".<sup>89</sup> Es fundamental diferenciar entre:(Ver esquema 19)

- Opinión Pública
- Medio Discursivo
- Opiniones



<sup>89</sup> Gallo Romo, Olga, *Avances de su Tesis de Maestría*. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

"En este planteamiento se puede observar una superación de las teorías cartesianas: la mera reflexión no resultaba suficiente para alcanzar la Opinión Pública, sino que esta nace de un "intercambio de luces". Sin embargo, este "intercambio de luces" era difuso porque se hallaba sujeto a un procedimiento. No debe olvidarse que la Opinión Pública se desarrollaba en el seno de la sociedad que era ajena a procedimientos reglados en aras de su diferenciación sistemática con el Estado. De hecho, aunque el debate social en cierta medida reproducía el debate parlamentario, éste último culminaba con un momento decisivo y procedimental, la votación ausente del discurso social".<sup>90</sup>

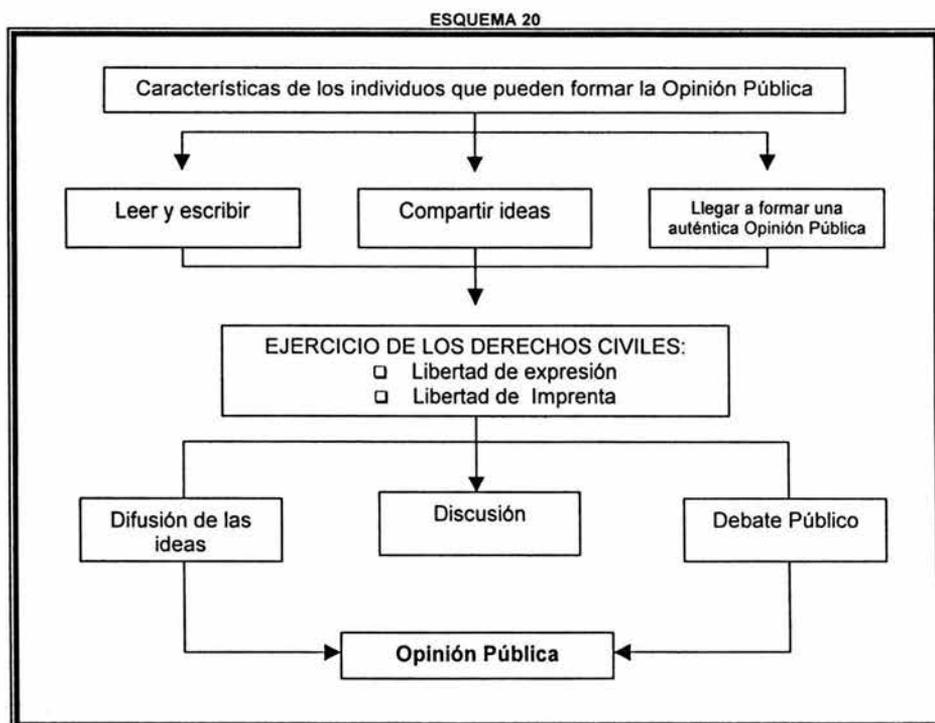
Se puede identificar a la voluntad general a través de la ley aprobada por la mayoría, mientras que la Opinión Pública esta cubierta, pues es susceptible a diversas interpretaciones.

En la etapa del liberalismo la Opinión Pública era concebida como un derecho civil ejecutado a través de la libertad de expresión y la libertad de imprenta. Ambas permitían la difusión de las ideas lo que generaba discusión y debate público, para obtener finalmente la Opinión Pública.

Se le otorgó especial atención a la libertad de imprenta porque ésta permitió reproducir en el ámbito social las restricciones que se aplican en la formulación de la voluntad general.(Ver esquema 20)

---

<sup>90</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.



Como se mencionó con anterioridad, en esta etapa la libertad de expresión y de imprenta fue trascendental, sin embargo, las publicaciones de periódicos y revistas que eran un medio de difusión de conocimientos reflexivos, estaban sometidos a una censura previa.

En el marco jurídico de la Ilustración, la Opinión Pública se sometió al proceso discursivo, en plena facultad de libertades, de “intercambio de luces” y la reflexión sobre puntos de vista propios y ajenos, que resaltaban en un acto de decisión manifestado por las mayorías y que determinaban la voluntad general.

Con el Liberalismo, como primera etapa del Renacimiento, el cual abarca la segunda mitad del siglo XVIII, se define al hombre como ser racional y libre, que busca el progreso y la felicidad universal. Cree en la armonía natural y social; tiene una visión individualista, pragmática y utilitaristas de la vida.

“Los liberales trasladan al terreno de la vida pública su idea de mercado y las leyes de la oferta y la demanda también regularán el intercambio de opiniones”.<sup>91</sup>

El mercado se transformó:

- El público y los productos por las opiniones
- El precio es el regateo anónimo de todas aquellas personas interesadas en un producto
- La Opinión Pública será el resultado del pensamiento de todos aquellos ciudadanos interesados en un tema común

“Al respecto, Habermas señala que la Revolución crea en Francia lo que en Inglaterra había necesitado una centuria: las instituciones que le faltaban al público racionante. Surgen los partidos y fracciones, se forma una prensa diaria política y los Estamentos generales dan a la publicidad los derechos parlamentarios a través del Journal des debates et des Decrets. Con la Revolución Francesa triunfa la libertad de expresión, la Opinión Pública no continúa exclusiva a los círculos ilustrados, llega a las calles aunque existieron opiniones contrarias a las de la propia Revolución.

“Valdría la pena señalar quienes eran los actores, los referentes y la forma de construir consensos en este periodo:

- a. “Actores: el estado, los senadores y en general el cuerpo legislativo, los ciudadanos, principalmente hombres sabios e ilustrados, quienes expresaban la voluntad colectiva.
- b. “Referentes: la política, el bienestar social, la democracia.
- c. “Consenso: la primera forma.- mediante la aplicación de la voluntad general, contraria a la voluntad individual, egoísta; la voluntad general estaba en manos de funcionarios públicos o del Estado, quienes argüían que en dicha voluntad general estaban representados los intereses de la mayoría. Segunda forma.- la

---

<sup>91</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

opinión pública se constituye para hacer contrapeso e incidir en la toma de decisiones políticas. Tercera forma.- se supuso que la voluntad general regia políticamente, debido a que se consideraba producto de la reflexión desinteresada y sobre todo porque provenía de la razón".<sup>92</sup>

Por lo anterior, se entiende que "la Opinión Pública es diversa, contradictoria, plural y persuasora sobre diversos temas que el grupo social considera atañen a la sobre-vivencia 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 grupos de la importancia de prever fenómenos".<sup>93</sup>

La verdad y la justicia ya no están sujetas al poder establecido sino corresponde a la sociedad, ya que ésta se ha convertido en un organismo de discusión libre en donde cada individuo puede opinar, escuchar, plantear problemas.

"En el modelo clásico de la Ilustración, la Opinión Pública resulta de la agregación de opiniones individuales, emitidas por ciudadanos informados que ocupan la esfera pública en calidad de iguales, todos ellos críticos, atentos al quehacer gubernamental, que generan agendas de discusión, debaten los asuntos de interés general y expresan sus pareceres en diarios, folletines, cafés, grupos de discusión, entre otros sitios públicos, con el supuesto de que terminará imponiéndose el mejor argumento".<sup>94</sup>

#### 1.6.6. La Opinión Pública en la Actualidad

"En la actualidad los estudios de opinión pública tienen dos vertientes:

<sup>92</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

<sup>93</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

<sup>94</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

- "Aquellos que tratan de conocer la Opinión Pública de algunos grupos sobre un tema específico".<sup>95</sup> 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.
- "Aquellos que tratan de hacer una teoría de la expresión de la Opinión Pública".<sup>96</sup> 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 a grandes rasgos la ontogenia comunicativa de la expresión de la opinión pública, la evolución histórica de sus referentes y la relación que guarda con los diferentes grupos sociales que componen a las sociedades complejas, vale la pena apuntar dos cuestiones más:

1. "El código empleado por los medios de comunicación masiva para incluir temas.
2. "La utilidad de los estudios de opinión pública que se realizan en los diferentes grupos sociales".<sup>97</sup>

Los medios de comunicación masiva emplean códigos en función de los siguientes referentes:

- ✓ Muerte
- ✓ Guerra
- ✓ Salud
- ✓ Religión
- ✓ Cultura
- ✓ Política
- ✓ Economía
- ✓ Educación
- ✓ Relaciones sociales

<sup>95</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

<sup>96</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

<sup>97</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

- ✓ Medios de Comunicación
- ✓ Emociones

Cada uno de los referentes cuenta con tres variables que son:

- 1) El grado de afectación
- 2) El número de afectados
- 3) La cercanía de los receptores

"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".<sup>98</sup>

"En un escrito de Guido Lara titulado ¿Existe la opinión pública? Se explica que al tratar de entender el concepto de opinión pública y su aplicación social y económica es indispensable diferenciar entre *opinión del público* y la *opinión publicada*:

"Mientras que la opinión publicada es aquella que se refleja en los medios de comunicación sobre un tema determinado, la opinión del público es el punto de vista, emociones y sensaciones de los ciudadanos sobre el asunto.

"Opinión publicada y opinión del público no son lo mismo, y afirmarlo implicaría suponer que las opiniones de todos los grupos sociales se reflejan equilibradamente (en cantidad y calidad) en los medios de comunicación, lo cual evidentemente es falso".<sup>99</sup> La diferencia se plantea a continuación:

---

<sup>98</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

<sup>99</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

- La Opinión Publicada: acerca de un tema publicado en los medios de comunicación.
- Opinión del Público: punto de vista de público sobre "x" tema.

Las personas que hablas por la opinión pública, deben:

- Conocer la opinión del público.
- No publicar lo que otros ya han publicado.
- Entrar en contacto con las personas.
- Conocer sus motivaciones, perjuicios y expectativas.

Entonces quienes son portavoces de la Opinión Pública debe tener un vínculo con el público para conocer sus pensamientos, intereses, motivaciones, expectativas, etc.

"Por su parte, Nicolás Loza hace algunas diferencias entre el modelo clásico (Ilustración) y la actualidad, con respecto a la temática de interés:

1. "En el modelo clásico de la Ilustración, la opinión pública resulta de la agregación de opiniones individuales, emitidas por ciudadanos informados que ocupan la esfera pública en calidad de iguales, todos ellos críticos, atentos al quehacer gubernamental, que general agendas de discusión, debaten los asuntos de interés general y expresan sus pareceres en diarios, folletines, cafés, grupos de discusión, entre otros sitios públicos, con el supuesto de que terminará imponiéndose el mejor argumento.
2. "En la actualidad la opinión pública se conoce por la mediación y exhibición de encuestas, en donde los individuos, en su mayoría, que no en u totalidad, están desinformados y desinteresados en la cosa pública, que no generan sino que absorben una agenda de discusión y expresan en sus repuestas en monosílabos a no complicas preguntas sobre circunstancias complejas de la marcha del país y de los asuntos de su administración.

3. "La dinámica actual de la opinión pública se da:
- a) "Actualmente quienes producen la opinión y establecen las agendas de discusión son un grupo minoritario que depende de los medios de comunicación masiva, sean escritos o electrónicos para que publiquen sus ideas. Es decir, su existencia depende de su visibilidad.
  - b) "Los asuntos de interés público presentan mayores complicaciones técnicas, que hacen de las opiniones un asunto de competencias especializadas.
  - c) "Los medios de comunicación masiva que hacen visibles a quienes dicen sustentar la opinión pública, devienen en verdaderos intermediarios, también con intereses propios, entre la clase política y quienes lo sustentan, y entre éstos y el gran público.
  - d) "La actual esfera pública está fragmentada. Por un lado, perduran los individuos semejantes al ciudadano clásico de la Ilustración, informados, interesados, orientados por el arquetipo racional y con acceso a los medios de comunicación, que participan de la discusión pública: son los periodistas, los expertos, los políticos, algunos empresarios y profesionistas, entre otros. En la otra esquina, casi como una muda audiencia, se amontona el público en su mayoría desinteresado y desinformado, o si se quiere, informado o interesado a medias".<sup>100</sup>
  - e) Por un lado se encuentran los de la esfera clásica que son aquellos que conocen del tema con cierta precisión y por otro lado, se ubica a los que emiten la opinión popular, es decir, que a pesar de no conocer el tema expresan lo que piensan por medio de encuestas.

---

<sup>100</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría. Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

- f) "Las encuestas imponen temas, formulan preguntas sobre aquello en que los individuos habitualmente no piensan, limitan opciones de respuesta; a lo más, registran lo que llama disposiciones discursivas, es decir, aquello que los individuos dicen, verbalmente, que harán o harían, prefieren o preferirían ante tal o cual circunstancia.
- g) "Las encuestas se hacen, se publican, se organizan, almacenan y se usan como anclas de verdad. Y a pesar de las peculiaridades de la opinión popular, dicho uso no resulta tan exagerado, pues su medición, cuando se hace con seriedad, registra con los márgenes de precisión y confianza que las técnicas probabilísticas permiten cuantificar las preferencias públicas con el acierto que la experiencia ha documentado sobradamente, más aún tratándose de cuestiones electorales en competencias democráticas".<sup>101</sup>
- h) Se podría pensar que durante la aplicación de encuestas, los informantes mienten o que las empresas de investigación fabrican resultados, sin embargo lo anterior carece de argumentos, ya que a través de buenos diseños técnicos se puede anticipar a que el encuestado exagere, minimice exhiba u oculte la información.
- i) En el campo de la política, el registro de una encuesta no agota el conocimiento de lo político, ya que éste es más complejo que los dichos de los individuos, pues se considera que la realidad social se estructura en tres momentos:
- El cultural: es el paraje de los significados sociales, debe entenderse mediante un esfuerzo hermenéutico.
  - El de la conciencia práctica: es el territorio para el trabajo antropológico o la investigación participante, que informa lo que hacen los grupos e individuos, y

---

<sup>101</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría, Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

cómo lo hacen, cuáles son sus usos y cuáles sus costumbres.

- El de la conciencia discursiva: es el campo de las entrevistas, estructuradas o no, el registro de mensajes y las técnicas de indagación propias.

Las encuestas en el campo político plantean de forma general la relación que existe entre las personas y el sistema político, sin embargo existen otros métodos de investigación. No por ello, las encuestas son inservibles, ya que los resultados que arrojan pueden aclarar interrogantes o desatar más temas de investigación.

"Una encuesta registra un dicho. El dicho sobre una preferencia o una posible acción. La encuesta electoral podría presentarse así: tal proporción de la población ha dicho que votará por un político y tal proporción que lo hará por su rival".<sup>102</sup>

#### 1.6.6.1. Aportaciones de la Investigación Norteamericana a los Estudios de Opinión Pública

La contribución a los estudios de Opinión Pública proviene en especial de investigadores norteamericanos, a continuación se enuncian algunos:

- La Oficina del Censo de Estados Unidos. Su aportación refiere al campo del muestreo y la recolección de datos. Realizó definiciones estandarizadas para muestreo y métodos para aplicar estas definiciones de campo.
- Paul F. Lazarsfeld. Considerado uno de los pioneros de la investigación por encuesta. En particular enfocó sus estudios a los fenómenos sociales relacionados con la comunicación política, desarrolló técnicas rigurosas para aplicar métodos empíricos a temas sociales. Entre sus aportaciones se encuentra el empleo de equipo mecanizado procesador de datos (utilizó las primeras tarjetas perforadoras, el contador de tarjetas y la computadora).

<sup>102</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría, Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

Además formalizó la lógica del análisis de encuestas a través de equipo mecanizado y finalmente creó el centro permanente de investigaciones de los métodos de encuestas en la Universidad de Columbia.

- Samuel A. Stouffer. Fue también uno de los pioneros, aplicó métodos empíricos de la ciencia social a problemas sociales, por ejemplo: analizó los efectos de la Depresión de los Estados Unidos, estudió la condición de los negros en la década de los treinta. Dirigió la rama de Información y Educación del Ejército de los E.U.A. durante la Segunda Guerra Mundial. Examinó los efectos de la cruzada anticomunista. En la actualidad se encuentra su legado en los diseños de estudio, como métodos de muestreo, diseños de cuestionario, lógica de análisis, etc.

Tanto Lazarsfeld como Stouffer contribuyeron a la formación de estudiosos de la Opinión Pública los cuales crearon instituciones como:

- ✓ El Centro Nacional de Investigación de la Opinión de la Universidad de Chicago
- ✓ El Centro de Investigación de Encuestas de la Universidad de Michigan
- ✓ El Centro de Investigación de Encuestas de la Universidad de California en Berkeley

Existen también institutos dedicados al desarrollo de los métodos de investigación por encuestas en países como Brasil y México.

Dentro del estudio para el aporte a la Opinión Pública se encuentran las asociaciones, las más importantes en los Estados Unidos son: la Asociación Sociológica Norteamericana, la Asociación Norteamericana de Ciencias Políticas, la Asociación Norteamericana para la Investigación de la Opinión Pública y el Public Opinion Quarterly.

Empresas como George Gallup, Elmo Roper y recientemente Louis Harris, han generado una fuente continua de fondos para apoyar la creación y el uso de

métodos de encuestas, especialmente en el campo del mercadeo de productos y encuestas políticas.

En la actualidad, la práctica de las encuestas requiere de una discusión teórica, enfocada principalmente a la naturaleza de los cuestionarios. Cómo elaborar las preguntas, quiénes deben ser los encargados de formularlas y a través de qué medios.

“Algunas de las virtudes de la investigación por encuesta son:

- “En la práctica los datos de las encuestas facilitan la aplicación cuidadosa del entendimiento lógico. Su formato a menudo permite el riguroso desarrollo paso a paso y la prueba de tales explicaciones lógicas. Mediante el examen de cientos y aún miles de interrogados en las encuestas, es posible, poner a prueba posiciones complejas que incluyan diversas variables de interacción simultánea.
- “Cada vez que el investigador por encuesta trata de explicar las razones y las fuentes de hechos observados, sus características y correlaciones, deben adoptar una actitud determinista. Y cada vez que el formato de la encuesta le permita hacer una elaboración clara y rigurosa de un modelo lógico, esto aclarará el sistema determinista de causa efecto”.<sup>103</sup>

Finalmente, los métodos de investigación por encuesta facilitan la apertura de la ciencia, ya que incluye la recolección y cuantificación de datos que, se convierten en fuente permanente de información.

### 1.7. Código de Ética de la AMAI

En la parte final de este primer capítulo se hace un apunte personal sobre el Código de Ética, el cual sirve para establecer relaciones entre el proveedor de un

---

<sup>103</sup> Gallo Romo, Olga, Avances de su Tesis de Maestría, Facultad de Ciencias Políticas, UNAM, 2003.

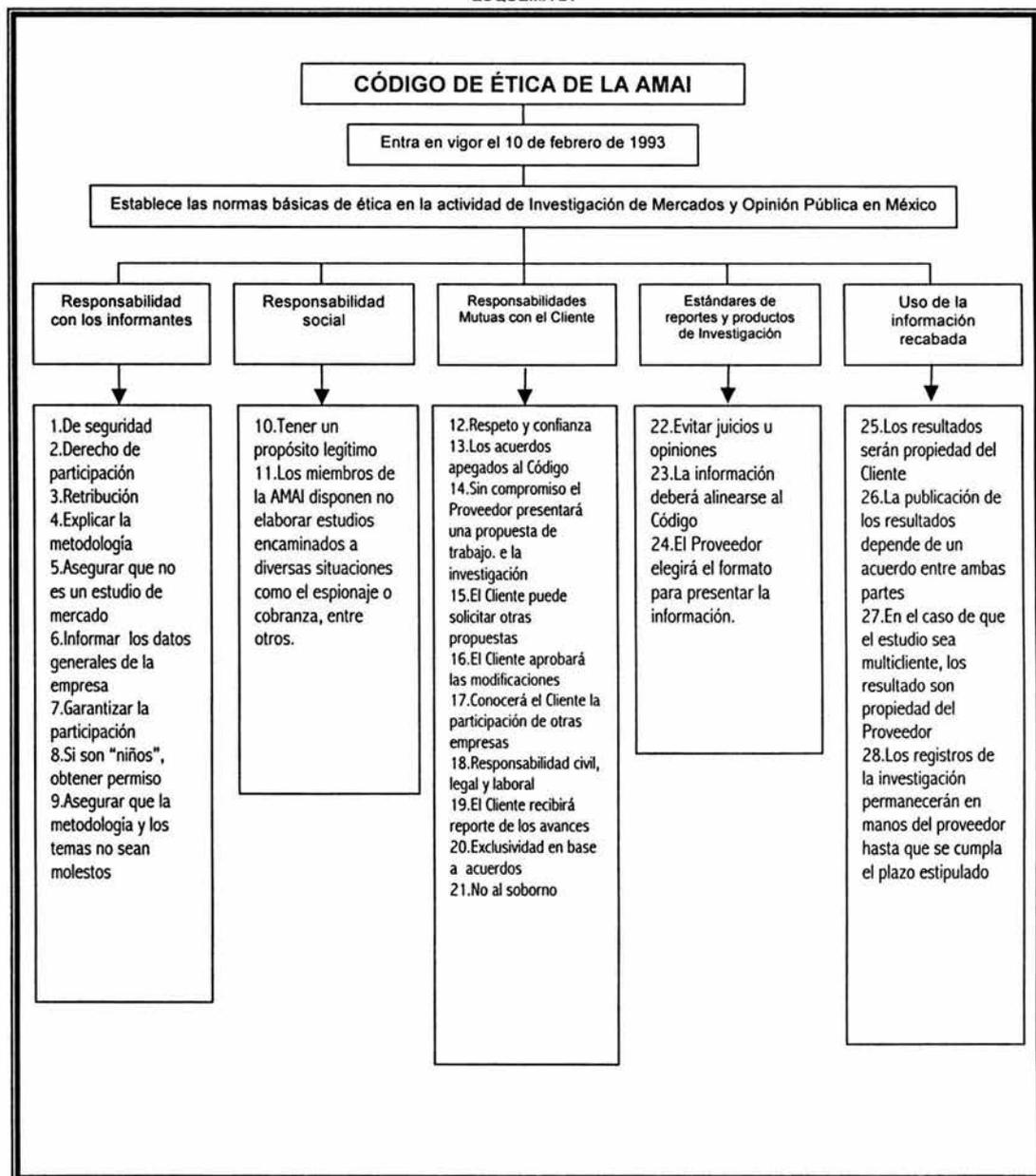
---

servicio (empresa), el solicitante del servicio (cliente) y los portadores de las expresiones (informantes).

Cabe destacar que este apartado es una aportación que de manera personal se incluye, y el cual no tiene más objeto que el de comprender la importancia de la normatividad regida en los estudios de Opinión Pública, ya que este trabajo de investigación refiere a dicho tema, por lo tanto debe contemplarla.

Enseguida se presenta un panorama general del Código de Ética que elaboró la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública, (Ver esquema 21) en el que se puede ubicar cada una de las normas que pretende mantener una buena relación de trabajo dentro de la empresa, con los clientes y con los informantes.

ESQUEMA 21



Un Código de Ética contiene la filosofía de la empresa, la cual pretende garantizar la calidad y profesionalismo de la misma y de sus miembros. Establece las normas básicas de ética que guían una investigación de mercados y Opinión Pública.

En este apartado se retoma el código de la AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública) en el que se establecen las normas básicas de ética que deberán guiar la actividad de Investigación de Mercados y Opinión Pública en México.

Este Código fue aprobado por la Asamblea de Asociados el día 10 de febrero de 1993, y es responsabilidad de cada uno de los miembros conocerlo, acatarlo y difundirlo entre sus empleados, contratados y Clientes, así como denunciar ante el Consejo Directivo de la Asociación a quien o quienes las violen.

Toda circunstancia no prevista por el siguiente Código será resuelta por la comisión de Honor, el consejo Directivo o la Asamblea de Asociados según lo determine el órgano consultado.

### **Responsabilidad con los informantes**

1. El informante de Estudios de Mercado y Opinión Pública deberá recibir seguridad, ya sea en forma escrita o verbal, que sus datos y respuestas:
  - A. Serán manejados en estricta confidencialidad, de tal modo que el/los receptor(es) de la Investigación sólo recibirán datos agregados sin personalizar nombres o Empresas participantes en el estudio.
  - B. No implicarán contactos posteriores salvo los necesarios que requiera el diseño de Investigación o los controles del mismo (como visitas de supervisión ya sea por parte del Cliente o de la Empresa de Investigación). Quien realice estos controles lo deberá hacer de forma absolutamente profesional, evitando que se hagan visitas múltiples para la validación, o bien alguna otra conducta que pudiera hostigar o avergonzar al informante.

- C. No se utilizarán los datos para actividad alguna que no sea la Investigación, tales como lista de correos, catálogos para ventas, directorios, etc.
2. Se deberá resguardar el derecho del informante a no participar en investigaciones o interrumpir su participación si así lo desea.
  3. Antes de que el informante participe en el estudio se le hará conocer la(s) retribución(es) que obtendrá en caso de haberla(s).
  4. Salvo en los casos estrictamente indispensables, en que la metodología utilizada lo requiera, a petición del informante, se le deberá advertir de antemano el tipo de observación o registro que se empleará para recabar sus respuestas.
  5. En todos los casos el informante debe tener la seguridad de que participa en una Investigación genuina, y no en algún otro tipo de actividad mercadotécnica (como promoción, venta directa, distribución, etc.)
  6. El informante deberá tener conocimiento previo del nombre de la Empresa de Investigación, y si así lo requiere, los datos generales de identificación de dicha Empresa de Investigación que se responsabiliza del estudio, asegurándole que recibirá atención en caso de queja.
  7. El investigador deberá tener plena seguridad que la participación del informante no implica riesgo o responsabilidad alguna, inmediata o posterior para su persona.
  8. Si el estudio requiere entrevistar niños, en el caso de una negativa por parte del padre/madre, tutor o algún adulto responsable, no se llevará a cabo la entrevista.
  9. La Empresa de Investigación deberá asegurarse que la metodología utilizada y los temas estudiados no provoquen hostigamiento y/o molestias en el informante. Así mismo, deberá exhortar a sus Clientes a que tomen en cuenta lo anterior al acordar el diseño de la metodología aplicable en cada caso, que responda a sus necesidades de información.

### **Responsabilidad social**

10. En todos los casos se deberá respaldar el propósito legítimo de la Investigación que es ayudar a los receptores de los estudios a conocer el estado y

avance de sus mercados y públicos, así como desarrollar estrategias que redunden en el bienestar de la sociedad en general.

11. Los miembros de la AMAI se comprometen a no llevar a cabo o participar en actividad alguna que confunda la Investigación de Mercados y de Opinión Pública con la recolección y uso de información para:

A. Conocer o evaluar la actuación personal del informante con fines legales, políticos, laborales, financieros, crediticios o de otra índole.

B. Formar listas, registros o bancos de datos con cualquier otro propósito que no sea la Investigación de Mercados y de Opinión Pública:

- ✓ Espionaje de cualquier tipo
- ✓ Cobranza de deudas
- ✓ Influir en actitudes o conductas del informante
- ✓ Intentos directos o indirectos de ventas de productos o servicios

### **Responsabilidades mutuas con Clientes y receptores de los Estudios**

12. Las relaciones entre una Empresa de Investigación de Mercados y Opinión Pública y los Clientes para los cuales se conducen estudios deben ser de tal naturaleza que generen confianza y respeto mutuo. Deben ser caracterizadas por su honestidad y confidencialidad.

13. El proveedor de Investigación y Cliente podrán establecer un acuerdo de trabajo en la forma en que mejor les convenga, siempre y cuando se asegure el cumplimiento de este Código.

14. Sin compromiso alguno de aceptación, el proveedor de Investigación presentará al Cliente que lo solicite una propuesta de trabajo que especifica claramente:

- ✓ Objetivos y propósitos del estudio
- ✓ La metodología que se recomienda
- ✓ El procedimiento de Investigación que se seguirá
- ✓ El tipo de producto que se ofrece entregar al término del proyecto
- ✓ El tiempo estimado para realizar el proyecto

- ✓ El costo de la Investigación y las condiciones de pago del mismo
15. El Cliente tiene el derecho de solicitar a varios proveedores propuestas diferentes al mismo proyecto, bajo la inteligencia de que ninguno de los concursantes conocerá el contenido de otra propuesta que no sea la propia ni antes ni después de asignado el proyecto.
16. El estudio deberá conducirse de acuerdo a la propuesta aprobada. Sin embargo, si en el transcurso del proyecto es notoria la necesidad de efectuar modificaciones, éstos deberán ser aprobados de común acuerdo entre Cliente y Empresa de Investigación.
17. En el caso de que el proyecto requiera la participación de Empresas subcontratadas (mexicanas o extranjeras), se hará del conocimiento del Cliente, si así lo requiere, los datos del subcontratado así como la(s) fase(s) del proyecto que realizarán. Aún así, toda la responsabilidad ante el Cliente será del proveedor final del proyecto.
18. El proveedor de Investigación asumirá por completo la responsabilidad civil, legal, laboral o de cualquier tipo de los recursos humanos y técnicos que emplee en la realización de la Investigación.
19. El Cliente tendrá derecho a recibir información sobre el progreso del proyecto, y a supervisar las fases que juzgue necesario, siempre y cuando no obstaculice el cumplimiento de la Investigación o ejerza acción que vaya en contra de alguna de las normas de este Código.
20. Salvo que exista un convenio escrito que indique lo contrario, el Cliente no tiene ningún derecho de exclusividad, total o parcial, sobre ninguna Empresa de Investigación.
21. Cualquier tipo de soborno, sin importar la cantidad, es inaceptable y es una violación a las obligaciones éticas fundamentales de las Empresas de Investigación. Las Empresas de Investigación y/o sus directivos y empleados, en ningún momento deberán dar y/o aceptar regalos en forma de dinero a/de sus Clientes.

## **Estándares de Reportes y Productos de Investigación**

22. Al proporcionar los productos del proyecto, cualquiera que sea su forma (escrito u oral), el investigador buscará distinguir aquello que corresponda a los resultados propiamente de la Investigación y sus juicios, opiniones o interpretaciones al respecto.

23. Salvo que se acuerde lo contrario entre el Cliente y la Empresa de Investigación, al proporcionar un producto de Investigación se deberá especificar la siguiente información:

A. La identidad del Cliente, el propósito y objetivos del estudio y los nombres de los subcontratistas o asesores externos que hayan colaborado en el proyecto.

B. La descripción conceptual y numérica de la muestra, tanto planeada como efectiva, y su cobertura geográfica. Cuando sea relevante, deberán agregarse los criterios de ponderación y expansión empleados en el cálculo de datos, así como los niveles de confiabilidad de los resultados y las fuentes posibles de sesgo estadístico.

C. Una descripción del método empleado para recabar la información, los controles seguidos para verificarla y validarla, y las fechas en que se hizo.

D. Si las hubiera, las fuentes de las que se obtuvieron datos secundarios para el proyecto.

E. Descripción y/o copia de los instrumentos de Investigación empleados para registrar los datos y respuestas de los informantes.

F. Los resultados obtenidos indicando la muestra o submuestra a que corresponden.

24. El proveedor de Investigación elegirá el formato más adecuado para presentar la información al Cliente, siempre y cuando no contradiga las normas de este Código.

## Uso de la información recabada

25. Los productos de Investigación tales como reportes, presentaciones, bases de datos u otro que se haya acordado serán propiedad del Cliente del estudio, bajo el entendido que no los podrá distribuir en ninguna forma a terceros no autorizados de común acuerdo con el proveedor de la Investigación.

26. Para la publicación de resultados deberá haber consentimiento mutuo del Cliente y el Proveedor de la Investigación, especificando de común acuerdo los detalles que se publicarán y los que se mantendrán en confidencialidad, tanto resultados como los nombres del Cliente y el Proveedor.

27. En el caso de estudios sindicados o multicliente, los receptores del estudio aceptarán la no-exclusividad de los resultados, y la propiedad de los mismos por parte del proveedor de la Investigación. Así mismo se les debe informar a cada uno de los Clientes involucrados acerca de la existencia de otros participantes pero no necesariamente su identidad.

28. Los registros que en cualquier formato se hayan empleado para recabar la información permanecerán en custodia del Proveedor de Investigación y/o sus subcontratados para ser destruidos una vez que se cumpla un plazo previamente estipulado.

### 1.7.1. Importancia de los Códigos de Ética

Como se ha percibido, a lo largo de la historia toda sociedad está regida por una ética, la cual se establece por medio de leyes o costumbres, es decir, la sobrevivencia de un grupo social depende de la normatividad. El equilibrio entre las acciones "buenas" o "malas" se encuentran establecidas, ya sea en un código (papel) o de forma cognitiva (se aprende por medio de la familia, instituciones, iglesia, entre otras).

Cabe recordar que tanto las empresas dedicadas a la investigación de mercados y Opinión Pública como los Clientes, están inmersos en una sociedad, la cual tiene códigos de ética y deben sujetarse a ellos.

Para las empresas que operan en la Investigación de Mercados y Opinión Pública en México es importante la existencia de una asociación, en este caso la AMAI, la cual regula y supervisa sus acciones. Esta importancia radica en que el proveedor del servicio de investigación tiene como objetivo recabar una serie de datos e información los cuales pueden incidir en las decisiones de un grupo de personas.

Como ya es de conocimiento, se cataloga a la información como sinónimo de "poder", entonces tanto el Proveedor como el Cliente tienen o tendrán en sus manos una herramienta valiosa la cual puede ser empleada en beneficio o perjuicio del mismo informante o de la sociedad en general. Un ejemplo claro de ello son las encuestas que se realizan para los partidos políticos, de las cuales los resultados pueden ser un factor de decisión en el voto de los electores, para inclinarse hacia el candidato que lleva el mayor porcentaje en las gráficas de la empresa que realizó el estudio, de la cual su reporte es "veraz" y se publica en diferentes medios de comunicación masiva.

De esta manera un Código de Ética que plantea una serie de restricciones y propone acuerdos preestablecidos, contará con un respaldo tanto para la propia empresa como para el cliente y el informante.

Los puntos que menciona la AMAI en su Código de Ética sirven como un primer paso en este negocio de las expresiones, sin embargo aún no precisa otros temas, entre ellos el de las sanciones para ambas partes (proveedor-cliente) si alguna de ellas no cumple con este Código. No se encuentran penalizaciones de tipo legal o económico.

Al igual, los miembros de la Asociación estipulan una serie de obligaciones para con el informante, pero no proponen castigos para la empresa o el cliente si el informante durante el proceso de la investigación o después de ella es agredido moral o físicamente, sólo se dictamina un respeto que puede ser cumplido o no, es entonces cuando el informante no tiene un verdadero respaldo en la confidencialidad de su opinión y de su identidad.

Dentro del Código de Ética se deben considerar:

- ✓ Honestidad
- ✓ Veracidad
- ✓ Honradez
- ✓ Confidencialidad
- ✓ Seguridad
- ✓ Respeto
- ✓ Puntualidad
- ✓ Cumplimiento

Además de estas características que la AMAI redacta en varios puntos y los relaciona con las tres partes que conforman los estudios de Opinión Pública, se podría pensar en realizar algunas reformas a la normatividad, pues en virtud de que existe una gran demanda de los servicios de las agencias de investigación, la regulación de los proveedores se convierte en fundamental.

En cuanto a los proveedores se podría considerar una suspensión de labores a todo aquel empleado que incumpla con el reglamento. En el rubro de los clientes, se podría estipular una sanción económica o reparación de daños con respecto a la empresa. Con referencia a los informantes se debe compartir responsabilidad entre proveedor y cliente, si es que así lo considera el Consejo de Honor.

Finalmente se puede establecer que el Código de Ética es positivo para toda aquella empresa que maneje el negocio de las expresiones como forma de producto y que el trabajo de investigación sea lo más cercano a la realidad para

que su prestigio valla en asenso. Creer en datos estadísticos que pueden ser inventados es una tarea difícil pero no imposible, como lo han demostrado algunas empresas que cuentan ya con cierto arraigo en nuestro país, como George Gallup.

**CAPÍTULO 2**  
**UBICACIÓN HISTÓRICA DEL DIARIO**  
**“8 COLUMNAS”**

---

## CAPÍTULO 2

### UBICACIÓN HISTÓRICA DEL DIARIO “8 COLUMNAS”

El proyecto de investigación, “La Opinión Pública de los suscriptores del diario ‘8 Columnas’ del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección ‘Valle Cuautitlán-Texcoco’”, contempla en este capítulo la historia de la Institución y la descripción del grupo social.

Como se hace mención, las siguientes páginas dan una breve semblanza del surgimiento del diario mexiquense, el origen, evolución, estructura de la institución, descripción de las funciones acorde con los diagramas de la organización.

Presenta el objetivo, ideología y misión de la empresa, planteados desde su fundación, así como la lucha por permanecer en circulación en el estado de México los avances técnicos y la renovación.

Además, la ilustración del formato del periódico, la explicación del contenido en las páginas que integran el referente público.

También presenta un apartado que desarrolla las características sociodemográficas de “el público”, al cual se le aplica el estudio de Opinión Pública.

#### **2.1. Origen**

Debido al crecimiento poblacional, económico y político de los diferentes Estados de la República Mexicana, surge la necesidad de contar con un mayor número de empresas interesadas en difundir los acontecimientos de cada entidad. En este

---

sentido, las radiodifusoras, televisoras y medios impresos, apostaron por la creación de medios informativos regionales.

En 1975 nace el diario "8 Columnas" en la capital del Estado de México, bajo la dirección del señor José Yamín Duarge, empresario mexiquense, de descendencia libanés, quien junto a sus dos hijos, Simón Yamín Sesín (finado) y José Yamín Sesín (actual Director General), asumen el Consejo directivo de la casa editorial y comienza la organización del periódico.

En este periodo la prensa crece y fija sus bases para convertirse en el cuarto poder, especialmente después de los acontecimientos de 1976, cuando el Gobierno Federal interviene en la problemática laboral del periódico "Excelsior".

Lo anterior marca un parte aguas en el ramo de los medios de comunicación masiva en México, por lo que algunos editores y periodistas deciden constituir nuevas instituciones informativas, así, "el número de publicaciones crece y en 1977 circulan 319 diarios y similares como semanarios y quincenarios, en todo el país".<sup>104</sup>

Bajo este contexto, los principales diarios nacionales ven una fuerte competencia con los nuevos medios independientes que se denominaron "prensa especializada" o que surgieron como "diarios locales".

En la misma década de los 70's, el "Sol de México" integra a sus filas el "Sol de Toluca". Otros medios informativos siguen su ejemplo e instalan sucursales en los principales Estados como: Guadalajara, Monterrey, Chihuahua, Guerrero, Oaxaca y por supuesto Estado de México, entre otros.

---

<sup>104</sup> [www.pulso.org/Espanol/Archivo/hemisphere.htm](http://www.pulso.org/Espanol/Archivo/hemisphere.htm)

---

Así, con un poco de liberación política, probablemente necesaria para que los medios independientes mexicanos sobrevivan y se fortalezcan, el medio impreso que del señor Yamín Duarge comienza su labor periodística.

La primera edición de este diario se publica el 6 de mayo de 1975, con dos secciones, la principal que abarca los municipios aledaños a Toluca y la del "Valle Cuautitlán-Texcoco".

Con todos los requisitos legales como los derechos de autor (159890), licitud de título (10269) y licitud de contenido (7198), el periódico inicia labores, conformado por un equipo de trabajo de aproximadamente 15 personas y establece sus oficinas en Avenida Hidalgo Poniente, número 901, colonia San Bernardino, Toluca, Estado de México.

Mientras que la Coordinación del "Valle Cuautitlán-Texcoco", tiene sus oficinas en la Avenida Gustavo Baz s/n, en el centro del municipio de Naucalpan; posteriormente trasladadas al inmueble ubicado en Colina de Dos Rocas, número 30, Boulevard, Satélite, en el mismo municipio.

## **2.2. Desarrollo**

A partir del número cero de su edición, el diario plantea el objetivo de trascender y permanecer en el gusto del público, a través de información honesta, veraz y oportuna que lo posicione como el número uno de los diarios locales.

Para el trabajo periodístico el Consejo Directivo traza la misión de ingresar a las colectividades y conocer los hechos; además de encontrar la esencia, entender la noticia y traducirla en un texto que el lector pudiera comprender.

Lo anterior, es la base que la familia Yamín inculca en la empresa informativa, y que la diferencia de otros medios de comunicación, catalogados como vehículos para el relato de sucesos.

El diario comienza su actividad en el Estado de México con seis páginas, divididas en dos secciones: la principal de Toluca con el 66% de espacio y el 34 % restante para la sección del "Valle Cuautitlán-Texcoco".

El diario "8 Columnas", en su inicio, sobrevive gracias al subsidio del gobierno estatal y de los Ayuntamientos que lo conforman.

El formato del periódico es "estándar" (149 x 78), impresión ofset blanco y negro, y dividido en ocho columnas. El contenido concentra notas informativas referentes a la vida política, económica e industrial, de los principales municipios del Estado de México.

Para competir en el negocio de la comunicación masiva, se integran a los rotativos, fotografías y el sello que caracteriza a cada uno de los periódicos, "la editorial". Con estos elementos, el Consejo Directivo crece y distribuye el material periodístico en las calles de Toluca y municipios aledaños.

En la zona del Valle Cuautitlán-Texcoco no incursiona a los puestos de revistas, ya que las negociaciones entre la empresa del señor Yamín Duarge y la Unión de Voceadores no logran concretarse. Los municipios que comprenden esta Coordinación, son:

- Atizapán de Zaragoza
- Coacalco
- Cuautitlán Izcalli
- Cuautitlán México
- Chalco

- Chimalhuacán
- Ecatepec
- Huixquilucan
- Ixtapaluca
- Los Reyes la Paz
- Melchor Ocampo
  
- Naucalpan
- Nezahualcóyotl
- Nicolás Romero
- Teoloyucan
- Tepotzotlán
- Texcoco
- Tlalnepantla
- Tultepec
- Tultitlán
- Valle de Chalco
- Zumpango

Así, el Consejo Directivo decide permanecer vigente en esa región, circula de lunes a sábado, y se difunde por medios propios a las dependencias gubernamentales de cada uno de los municipios e Institutos Políticos que lo conforman.

A través de los años, la institución adquiere prestigio y se posiciona entre los diarios de mayor importancia en la entidad mexiquense, suceso que provoca la atención de empresas locales.

Los empresarios y/o dueños de pequeños negocios, demandaron espacios comerciales en las páginas del "8 Columnas", lo que se traduce como una alternativa a los ingresos económicos de la casa editorial.

---

Lo anterior reafirma e incrementa el compromiso de la empresa, tener como prioridad a los lectores, transmitir información trascendente y por consecuencia la incorporación de los anunciantes al diario.

Posteriormente, la cantidad de información generada por el Estado de México y el impacto en la entidad, plantea la necesidad de incrementar el número de páginas del periódico, así como el ingreso de temas de interés público, como información internacional, deportiva, cultural y social.

La división definitiva entre la sección principal de Toluca y la del "Valle Cuautitlán- Texcoco", se presenta en esta etapa de desarrollo y evolución del diario "8 Columnas", en la que el número de páginas de cada una asciende a ocho. Lo anterior genera empleos, el crecimiento de cada sección requiere de más personal.

Ante los cambios tecnológicos e informativos, el Consejo Directivo incluye la modernidad en su desarrollo, e integra nuevas herramientas como computadoras, fax, servicios de Internet y Agencias Informativas.

En cuanto al contenido en sus páginas, se toma en cuenta temas especializados como finanzas, estados, nacional, deportes, cultura y sociedad.

A la postre, se agrega un suplemento cultural en la emisión dominical, que plasma la vida, tradiciones y costumbres de los mexiquenses; así como sitios turísticos o históricos. Retoma en su línea editorial el apoyo a los talentos y personalidades de la región, a través de semblanzas, reportajes o entrevistas.

El diario continua su trabajo a pesar de la devaluación del peso en 1994, que obliga el cierre de algunos periódicos, semanarios o revistas estatales y municipales; la situación económica del país orilla al Consejo Directivo a crear estrategias para permanecer en el mercado de la información.

Los últimos dos años y medio, la empresa vive aspectos positivos, se mantuvo en circulación, cuenta con el apoyo de los lectores y registra un incremento en su lista de anunciantes. Los empresarios, industriales, pequeños comerciantes e institutos políticos, buscan a la casa editorial para dar a conocer al público los productos o servicios que ofrecen.

El 2001 es un año especial para el señor Yamín Duarge, sus hijos y la empresa en general. Una de las organizaciones más importantes a nivel Nacional, dentro del periodismo regional de los diversos estados de la República Mexicana, la Asociación Mexicana de Editores (AME), reconoce los XXVI años de trabajo, lucha, constancia y honestidad del diario.

"La credibilidad en la información y con casi 30 años de permanecer como líder en el Estado de México, el periódico "8 Columnas" ingresó a la Asociación Mexicana de Editores (AME), compitiendo de esta forma con los mejores diarios del país".<sup>105</sup>

El 22 de noviembre del año 2001, el Presidente Editor del periódico, doctor José Yamín Sesín, asiste a la XVII Asamblea Nacional de la AME, celebrada en el Estado de Oaxaca, toma protesta como miembro activo de la organización que cuenta con 87 periódicos de mayor circulación, en sus respectivas localidades.

"El logro de incorporarse a la agrupación, se sustentó en la presencia del periódico en el Estado de México, su constancia, honestidad y credibilidad que ha llevado a esta empresa, formar parte del grupo de editores más importante del país".<sup>106</sup>

Cabe recordar que el uso del color llega a los medios impresos mexicanos en 1965, el primero medio impreso en emplearlo fue "El Sol de México"; sin embargo, la situación económica de la empresa, no permite la inversión en rotativas ofset a color, hasta el año 2002.

---

<sup>105</sup> "8 Columnas", Dir. Tomás Flores, N.E. 13309, Año XXVI, 27 de noviembre de 2001, p. 4-A.

<sup>106</sup> "8 Columnas", Dir. Tomás Flores, N.E. 13309, Año XXVI, 27 de noviembre de 2001, p. 4-A.

---

El Presidente Editor, José Yamín Duarge, concibe el ingreso del color al periódico, como un atractivo para el público o lector y no un elemento indispensable para la aceptación o incremento en el tiraje.

El primero número a color, es la edición 1334, Año XXVI del siete de enero del 2002. La portada y contraportada de la sección de Toluca, al igual que la del Valle Cuautitlán-Texcoco, cuentan a partir de ese número con los gráficos a color.

Surge una nueva sección de seis páginas, titulada "Política" para difundir las campañas políticas del 2002 que ya estaban en proceso, donde los candidatos a Presidentes municipales y Diputados locales, exponen sus propuestas de gobierno.

Esta sección continua su edición, en mayo del 2003 sufre algunos cambios, reduce el número de páginas a cuatro, incluye información de los procesos electorales en otras entidades y de los partidos políticos.

Los cambios no son suficientes, el objetivo de mantener el liderato, conduce al Consejo Directivo a adquirir medios de comunicación rápidos y eficientes, que funjan como una herramienta en la labor periodística, y los mantenga en contacto más cercano con los lectores.

Lo anterior se logra con la creación de la página web, a través de Internet, la dirección [www.8columnas.com.mx](http://www.8columnas.com.mx), proporciona información local, nacional, internacional, deportiva, cultural y de opinión, más importante.

Con la página web, los lectores cuentan con un medio de información disponible las 24 horas del día, permitiendo la retroalimentación lector-medio, al hacer contacto y sugerir u opinar en cuanto a los temas que se manejan en el diario o en su caso denunciar acontecimientos de importancia para la comunidad.

En demanda de las necesidades de los mexicanos, siguen las transformaciones; la más reciente, fue la creación independiente de la sección de sociales, apartado especial para los eventos de familiares, empresariales, artísticos y culturales.

Para el nombre de la sección, el editor, Mario García Murillo, realiza una consulta vía Internet, con el aporte de los participantes, decide titularla "Vida y Estilo", sale a circulación el 4 de julio de 2003, número de edición 10085, año XXVI.

### **2.3. Situación actual**

La restricción en los apoyos publicitarios y la situación económica del país, son motivo para que los medios informativos busquen alternativas para su sustento.

Tras los cambios políticos registrados a partir del 2 de julio del 2000, cuando el Partido Acción Nacional sube al poder y disminuye el subsidio a los medios de comunicación, principalmente a los impresos, la situación económica de las diferentes casas editoriales decae y son obligados a desaparecer, especialmente la prensa local.

En el caso del diario "8 Columnas", la aceptación de los lectores y mayor circulación en la entidad mexicana, incrementa el número de anunciantes, lo que permite mayores ingresos y seguir en circulación.

El cambio en el proceso democrático, incluye a los medios de comunicación masiva, generando la apertura crítica y despertando el interés de la sociedad en cuanto a lo que pasa a su alrededor, se informa y emite su opinión, de hecho, a partir de esa transición democrática, los medios impresos y electrónicos elaboran censos de Opinión Pública para hacer partícipe a la audiencia de los sucesos.

Con la reestructuración de una sociedad participativa que está al pendiente de su entorno, "8 Columnas" se mantiene a la vanguardia para competir y cumplir con cada una de las expectativas planteadas desde su fundación, las cuales fueron: ser informativo, veraz y oportuno.

"El doctor José Yamín Sesín informó que existe gran interés de fortalecer el trabajo que se viene desempeñando por esta casa editora, con la finalidad de permanecer activos, siempre con la credibilidad que le han caracterizado a lo largo de su trayectoria".<sup>107</sup>

#### **2.4. Funciones de la Organización**

La función de la empresa es informar de los sucesos, opiniones o demandas que generan los diversos grupos de la sociedad mexiquense. La tarea de transmitir es un cometido fundamental que a través de los años se ha transformado. Actualmente el periódico, además de informar, desempeña otras funciones que son: interpretar, servir y entretener.

Dentro de las funciones del medio impreso, destaca la de servicio, la cual se enfoca en tres vertientes:

- Servicio a la población: al vigilar el desempeño de los gobiernos y servicios que proporcionan.
- Servicio al lector: al suministrar información acerca de temas de interés general como la salud, educación, familia, entre otras.
- Servicio al anunciante: al lograr reunir al vendedor y al comprador a través de las columnas de anuncios, en los clasificados o desplegados.

---

<sup>107</sup> "8 Columnas", Dir. Tomás Flores, N.E. 13309 Año XXVI, 27 de noviembre de 2001, p. 4-A.

#### 2.4.1. Objetivo, Misión e Ideario del diario "8 Columnas"

La casa editorial es una empresa privada que tiene como objetivo, ser un periódico imparcial, exacto y con sentido de responsabilidad.

Los conceptos de imparcialidad, exactitud y responsabilidad, se ligan en el quehacer periodístico, este objetivo se cumple en la línea editorial y en el trabajo de los reporteros; es decir, el diario permite la publicación de información entre bandos opuestos a partir de hechos objetivos. El sentido de la responsabilidad se ejerce al momento de editar esa información.

La misión del diario "8 Columnas" se engloba en la siguiente frase: "La Nueva era del Periodismo", significa que la institución plantea en la línea editorial propuestas que la distinguan de otros medios impresos. Busca a través del grupo de trabajo, marcar una nueva forma de hacer periodismo en el Estado de México.

El ideal de este medio de información, es ser competitivo, permanecer en el gusto del público, consolidarse como el mejor periódico de la entidad mexiquense, y cumplir con cada una de las funciones establecidas.

La misión se materializa por medio de la información que se ha publicado durante más de 28 años, en este punto se conjugan el objetivo y los ideales de la empresa.

El Consejo Directivo percibe al diario como un medio de comunicación en crecimiento y expresa lo siguiente: "Continuamos por el camino ascendente que nos lleve a seguir cumpliendo nuestras metas y permanecer entre los primeros lugares del diarismo estatal".<sup>108</sup>

---

<sup>108</sup> "8 Columnas", Dir. Tomás Flores, N.E. 13309, Año XXVI, 27 de noviembre de 2001, p. 4-A.

Aunado a lo anterior, el diario adquiere “deberes”, entre ellos apoyar la cultura y el deporte, actividades que ayudan a la formación del ser humano, la integración de la familia y la convivencia en sociedad.

El Consejo Directivo considera que hasta la fecha, tanto el objetivo, la misión, e ideales se han cumplido y el resultado es la permanencia del periódico entre la sociedad mexiquense.

### **2.5. Organización del diario “8 Columnas”**

La organización del diario se establece en cuatro partes, la Ejecutiva, Editorial, Administrativa y Mecánica, a continuación se explica cada una:

- La Ejecutiva es la administración general de la compañía editora, en el caso de “8 Columnas”, cuenta con un Presidente-Editor, que es el doctor José Yamín Sesín.
- La Editorial es la división encargada de redactar el periódico, en todas sus partes, desde la editorial, las noticias, el material especial o suplementos y los gráficos.
- La Administrativa, es la que obtiene el dinero, cuida la circulación del diario y emprende actividades a favor de la empresa y del prestigio.
- La Mecánica, es la que maneja la composición del periódico y las rotativas.

En cuanto a ubicación geográfica, el periódico está dividido en dos oficinas: la central o matriz y la Coordinación del “Valle Cuautitlán-Texcoco”. La oficina central está ubicada en la Capital del Estado de México, concentra el Consejo Directivo, la administración general, los departamentos de redacción, información, agencias y los talleres e impresión.

La Coordinación del "Valle Cuautitlán-Texcoco" se localiza en el municipio Naucalpan, controla los 22 Ayuntamientos que lo conforman en cuanto a la información que generan. Supervisa el trabajo del departamento administrativo, de la jefatura de información y de los reporteros de las diferentes fuentes del área.

### 2.5.1. Organigrama General

ESQUEMA 22



## Descripción del Organigrama General

- Fundador, señor José Yamín Duarge; es dueño mayoritario del periódico, en la actualidad se encarga de supervisar el funcionamiento del periódico, preside el Consejo Directivo y tiene el voto definitivo en la toma de decisiones.
- Presidente Editor, doctor José Yamín Sesín; es socio del diario "8 Columnas", integrante del Consejo Directivo, es la persona que analiza la situación financiera e informativa de la empresa, aprueba los proyectos que se presentan en las juntas de trabajo para su discusión y ejecución.
- Director, Elías Jalil Dala; la persona de esta dirección tiene el compromiso de administrar con eficacia los ingresos y egresos. Su tarea es mantener el equilibrio financiero en la empresa, desde la contratación de los empleados hasta la adquisición de material para la oficina.
- Director General, Tomás Flores; mantienen las relaciones públicas con los representantes de los tres niveles de gobierno y de la Iniciativa Privada, es el mediador de los negocios y de los problemas que se generan con alguna institución. Dentro de la empresa tiene la responsabilidad de coordinar las áreas, como la Jefatura de Información, la mesa de Redacción, entre otras.
- Coordinador General del "Valle Cuautitlán-Texcoco", Jesús Reyes Fernández; es un enlace entre la sección y la dirección general del periódico, se encarga de dar un reporte de la situación financiera e informativa de la sección.

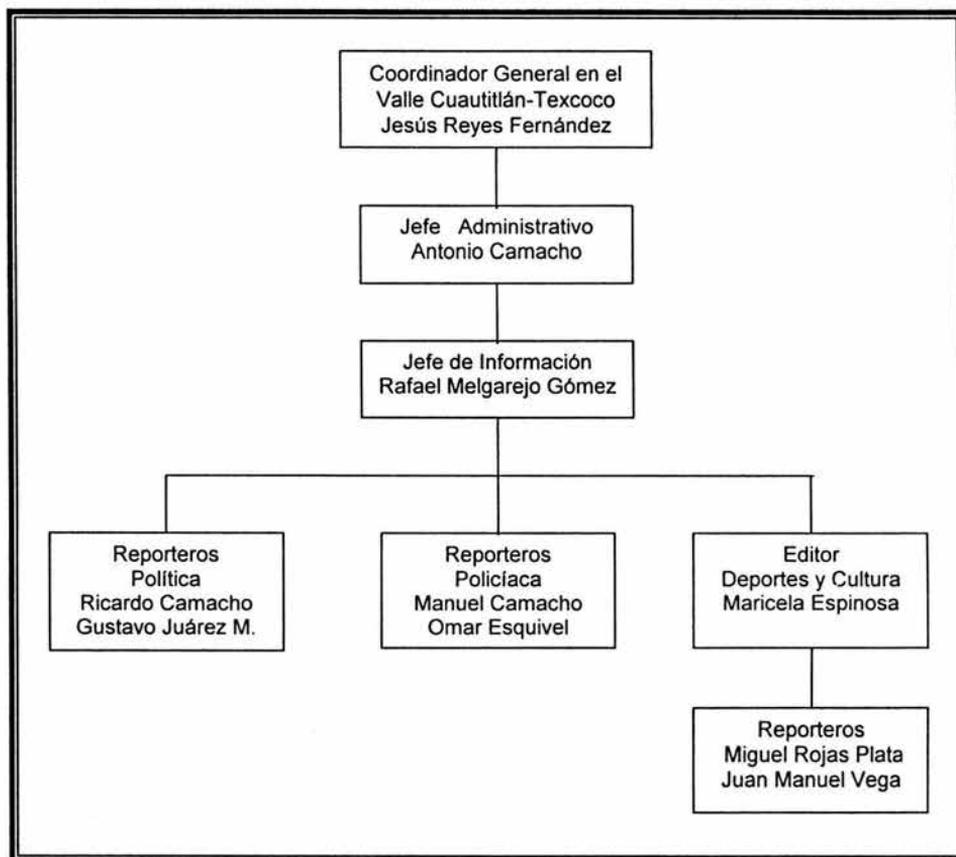
- Jefe de Información, Julio Aguirre; debe crear un directorio de las "fuentes" en orden de importancia, es decir, de los grupos que influyen en la vida social de los mexiquenses como: gobierno, institutos políticos, sector empresarial, sindicatos y la iglesia, los cuales requieren ser tratados con mayor atención.

El Jefe de Información, tiene que estar enterado de los acontecimientos de su mundo de trabajo y conocer los hechos de mayor trascendencia. Explora las cualidades de sus reporteros en base a capacidades.

- Director de Redacción, Ismael Alemán; es una parte importante dentro del periódico, tiene la tarea de revisar la información que se publicará en cada número. El director de redacción debe transmitir a la mesa de redacción creatividad y entusiasmo para proporcionar al lector textos fáciles de comprender.
- Agencia Informativa; este departamento está dentro de la Jefatura de Información, ya que el diario sólo cuenta con los servicios de la empresa Notimex, por lo tanto no se requiere más personal. Aquí se revisa la información internacional, nacional, deportiva, de espectáculos, cultural o política que sea de mayor importancia para ser difundida.
- Talleres; en este lugar se encuentran las máquinas offset que imprimen el periódico. El personal arma cada sección y el diario en su totalidad, se hace el conteo de los ejemplares, así como los paquetes para su distribución.

## 2.5.2. Organigrama de la Sección Valle Cuautitlán-Texcoco

ESQUEMA 23



### Descripción del Organigrama de la Sección "Valle Cuautitlán-Texcoco"

- Coordinador General del "Valle Cuautitlán-Texcoco", Jesús Reyes Fernández; como su nombre lo indica, se encarga de coordinar los 22 municipios que integran la sección, la información que se emite a diario y las relaciones públicas con los anunciantes. Mantiene contacto directo con el presidente del periódico y el director para la entrega de los

reportes trimestrales, en los cuales explica la situación de la Coordinación del Valle.

- Jefe Administrativo, Antonio Camacho: su función es mantener la administración que involucra todo lo relacionado con los municipios del Valle. Está en contacto con la oficina central para la recepción y emisión de documentos como facturas, memorandums y cartas. Realiza un informe de los gastos de servicios y recursos materiales para el coordinador.
- Jefe de Información, Rafael Melgarejo Gómez: la persona a cargo de esta jefatura ocupa otro rol dentro de la Coordinación, el de Jefe de Redacción. Controla las noticias y el material especial del periódico.

En la parte informativa, dirige la obtención de las noticias de los 22 municipios, su campo de trabajo se extiende más allá de los límites de circulación. Prepara la hoja de órdenes en la que asigna al reportero que zona cubrir, tiene el deber de evaluar la importancia de las noticias y de anteponer los acontecimientos del Valle de México.

Debido a las condiciones del diario, Rafael Melgarejo se encarga de diagramar la sección para enviarla a los talleres de impresión en Toluca.

- Editor de la Sección Deportiva y Cultural, Maricela Espinosa Trejo: la labor del editor es diseñar la plana con información de actualidad, contactar las fuentes y considerar como prioridad los eventos de los municipios que corresponden a la Coordinación.

Trabaja de forma independiente pero bajo la supervisión del Jefe de Información. Revisa, redacta y corrige la información a publicar. Asigna el trabajo a los reporteros de la sección, para llevar a los lectores las

diversas actividades que se realizan en el Valle de México, como parte del apoyo a la difusión y promoción del deporte y la cultura.

➤ Reporteros:

- ✓ Política, Ricardo Camacho y Gustavo Juárez; la fuente gubernamental es la más importante, ya que éste proporciona toda clase de noticias, rinde un informe público que es difundido por el reportero. En este caso, los Ayuntamientos e Institutos Políticos, así como otras dependencias, se convierten en el eje central de la información que el pueblo quiere conocer.

Los procesos electorales son parte de su trabajo, evalúa a los candidatos, sus discursos y personalidad; el reportero no puede editorializar, a menos de tener una trayectoria dentro de los medios de comunicación y una columna firmada, en el caso de la sección del "Valle Cuautitlán-Texcoco", Ricardo Camacho, reportero, tiene la columna denominada "Derechos".

- ✓ Policiaca, Manuel Camacho y Omar Esquivel: la fuente de los reporteros es la Procuraduría General de Justicia del Estado de México, oficinas de Policía y Tránsito en cada uno de los municipios, Ministerios Públicos y todo aquel lugar en el que ocurra un acontecimiento de tipo judicial.

En esta parte, el reportero debe tratar la información con cuidado, en algunas ocasiones se establece la información desde el número de una "acta". La nota roja, para algunos medios la principal atracción, para este diario es un complemento de los diversos temas que genera la propia sociedad.

Esta fuente es una de las que emite información relacionada con sucesos delictivos o accidentes de trascendencia, por lo que el reportero debe estar en el momento oportuno para obtener los datos concretos de los hechos.

- ✓ Deporte y Cultura, Miguel Rojas Plata y Juan Manuel Vega: la fuente como lo indica la plana, es especial para los acontecimientos deportivos y culturales, especialmente los locales, el diario se ocupa de apoyar a los habitantes de cada municipio, además de las personalidades que destacan a nivel estatal, nacional e internacional.

El reportero tiene un mayor margen de información, pues a diferencia de otras fuentes, ellos cuentan con la posibilidad de hacer notas previas a las competencias o eventos, ya que al público tiene interés esa información.

En esta fuente, el reportero no debe perder detalle de la competencia, encuentro o espectáculo, así como de los nombres y cifras que se manejan. Recurre a la crónica para dar una visión general de los hechos y los describe.

## **2.6. Características Sociodemográficas del universo a estudiar**

Para establecer cuales son las características sociodemográficas del "universo", se debe tomar en cuenta que el referente público, el diario "8 Columnas", se distribuye de manera personal a los 22 Ayuntamientos que conforman el Valle Cuautitlán-Texcoco.

Lo anterior se limita a las personas que laboran en los Ayuntamientos, dependencias de los mismos, Instituciones políticas y organizaciones con las que existe una relación laboral como clubes deportivos o culturales.

El proyecto de investigación determina que los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan, aproximadamente 45 personas, sean el "universo" a estudiar. A continuación se describe las características sociodemográficas:

- Sexo; el grupo social a estudiar se integra de hombres y mujeres.
- Edad; en este aspecto, el "universo" es variable, existen lectores de 20 hasta 60 años o más.
- Nivel de escolaridad; los lectores del diario son profesionistas, titulados o pasantes, estudiantes o personas con el nivel mínimo educativo.
- Estado Civil; la variable indica que pueden encontrarse personas solteras, casadas, divorciadas y/o viudas.
- Nivel económico; en este rubro, se medirá la condición económica con referencia al poder adquisitivo que tenga el "universo", es decir, si rentan la casa en donde viven, si tienen un crédito o si está completamente pagada.
- Rol familiar; dentro del grupo social existen personas que son jefes de familia, considerándolos papá o mamá e hijos de familia, entre los que se pueden ubicar como hijo mayor, hijo menor o hijo único.
- Afiliación política; el grupo social a investigar tienen una variedad de instituciones políticas con las cuales se puede identificar, los partidos con mayor influencia son: PAN, PRI, PRD, PVE y PT.

### 2.6.1. Universo

Se denomina "universo" al grupo de personas que son parte del estudio de Opinión Pública, el cual se describe a continuación:

Los suscriptores del diario son las personas que trabajan en las diferentes áreas del Ayuntamiento de Naucalpan y están registrados en una agenda elaborada por la Coordinación "Valle Cuautitlán-Texcoco".

En esta parte del "universo" los receptores del ejemplar del diario "8 Columnas" son los funcionarios como: directores, subdirectores, jefes de departamento, empleados, servidores públicos y en algunos casos los usuarios de los servicios que presta el Ayuntamiento. En el caso de los clubes deportivos e instituciones culturales, los directivos, empleados, entrenadores y/o profesores son parte del universo.

## **2.7. Problemáticas del Universo a estudiar**

La fecha programada para el levantamiento de datos, corresponde al tiempo en que el Ayuntamiento de Naucalpan cambia de Presidente Municipal, por lo que algunos empleados de confianza, funcionarios son destituidos de su cargo y puede modificarse la agenda ya establecida por la Coordinación.

## **2.8. Descripción de la temática a tratar**

En este apartado se describen las partes que conforman el diario "8 Columnas", así como un apartado que detalla el contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".

### **2.8.1. Diario "8 Columnas"**

En su totalidad el diario "8 Columnas" cuenta con cuatro secciones, la principal de Toluca (A), la del "Valle Cuautitlán-Texcoco" (B), la de "Política" (C) y el suplemento "Vida y Estilo" (D) que se edita los miércoles. La sección "A" y "B" cuentan con ocho páginas, mientras que la sección "C" y el suplemento tienen cuatro.

"8 Columnas" es una publicación que se emite diario, de formato estándar (149x78), a seis columnas, en la portada de cada sección se puede apreciar el cabezal que proporciona el nombre de la empresa, fundador del diario,

---

presidente, director, lugar en que se edita, fecha, año de publicación, número de edición, precio, página web y correo electrónico.

### 2.8.2. Diario "8 Columnas" de Toluca

El diario no sigue una línea específica para diagramar el contenido y los gráficos; sin embargo cuenta con un orden. Esta sección consta de Portada 1-A, Opinión 2-A, Información general 3-A, Política 4-A, Nacional 5-A, Pases e información general 6-A, Internacional 7-A y Gente de Hoy (Sociales) contraportada.

Cada una de ellas enlista la información de manera descendente, es decir, de lo más importante a lo menos trascendental. La portada, ofrece notas de las acciones del gobernador o si existe información de la comunidad con mayor peso, por ejemplo un desastre natural, se le da prioridad a esta noticia.

La primera plana publica, además de la nota principal, información de interés a la población, dedica un espacio a algunos apartados (Nacional, Internacional, Policía, etc.) de los cuales presenta la cabeza de la nota y un párrafo de introducción.

Aunado a lo anterior, en esta primera página se destaca todos los escritos de opinión como la columna o los artículos. Las fotografías también tienen una jerarquía y se diagraman según la importancia de mayor a menor espacio, en donde la que abarca tres columnas se destina a la nota principal.

### 2.8.3. Diario "8 Columnas" Sección "Valle Cuautitlán-Texcoco"

La sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" se conforma de tres páginas que son: la primera plana 1-B, Información general "Valle Cuautitlán-Texcoco" 2-B, Deportes "Valle Cuautitlán-Texcoco" 3-B y Cultura 3-B, Edictos y publicidad.

- a) **Portada:** la portada del diario contiene el cabezal, el cual cuenta con la información básica de un diario, en la parte izquierda el directorio con el nombre del fundador, director general y editor. En la parte derecha la fecha, número de edición, año, precio y pagina web. El logotipo del diario se ubica en la parte superior-centrado, arriba del logotipo se ubica el nombre del poblado en donde se edita que es: "Tollocan"; y el lema "La Nueva Era del periodismo" debajo del nombre. La portada se edita a color y la información que contiene se refiere a la política de los Ayuntamientos que pertenecen al Valle Cuautitlán-Texcoco. Contiene tres gráficos a color, relativos a los temas que se tratan en esta primera plana.(Ver ilustración A)

ILUSTRACIÓN A



- b) **Página 2-B:** esta página se edita a blanco y negro, contienen tres gráficos y notas que corresponden a la información general como las denuncias ciudadanas y la información oficial de los municipios, el espacio que se dedica a esta sección es el 80% de la plana. El 20% restante es para la información de la sección policíaca, en la cual se tratan los delitos como: asaltos, robo a casa habitación, narcotráfico, secuestro, entre otros. Todos los temas pertenecen a los municipios del Valle Cuautitlán- Texcoco. En esta página también se encuentra la columna titulada "Derechos", la cual es escrita por el periodista Ricardo Camacho, trata de los temas políticos de actualidad y una de sus características es que siempre está enmarcada y con fondo gris.(Ver ilustración B)

ILUSTRACIÓN B



- c) **Página 3-B:** esta página corresponde a la sección deportiva y cultural. La sección de deportes se edita de martes a sábado, entre los temas que se publican destaca el deporte aficionado que corresponde a todos aquellos deportistas que pertenecen a alguna liga o escuela deportiva, al deporte amateur y a los deportistas mexicanos que se han destacado en el extranjero. La sección cultural se publica una vez a la semana, con los eventos culturales del Valle de México y la zona conurbada, además de la cartelera cultural, algunos temas que aborda son: teatro, danza, cine, música, etc. Se integra con tres gráficos, en blanco y negro también, correspondientes a la información que se publica. (Ver ilustración C)

ILUSTRACIÓN C



**CAPITULO 3**  
**METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN**  
**DEL CUESTIONARIO**

### CAPÍTULO 3

## METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO

El tercer capítulo contempla la metodología empleada en el diseño del cuestionario, herramienta indispensable para recabar las expresiones de los suscriptores del diario "8 columnas", referente público de la presente investigación de Opinión Pública.

Para lograr la construcción del cuestionario se plantea la relación de los fundamentos teóricos con la Tabla de Especificaciones, el sistema hipotético, y las variables dependientes e independientes, correspondientes a este estudio.

La Tabla de Equivalencias, el Diagrama de Flujo y la Arboreación muestran el cuestionario piloto, aplicado a una muestra representativa del universo.

Asimismo, se presentan las tablas de resultados de la aplicación piloto, la identificación de los errores del cuestionario y la explicación de los cambios pertinentes para concluir con el cuestionario final.

### **3.1. Relación del Marco Teórico con la Tabla de Especificaciones**

En el capítulo 1, denominado Marco Teórico, subcapítulo 1.3.2. se define a la Opinión Pública como: "el conjunto de expresiones de los individuos de un grupo social que tienen un referente público, entendiendo como público a todo aquello que interese y/o afecte al grupo social a diferencia de el público que es el grupo social en sí mismo".<sup>109</sup>

La definición anterior condujo a diferenciar:

1. Las expresiones de los individuos de un grupo social.

---

<sup>109</sup> Seminario Taller Extracurricular, "La Opinión Pública", UNAM, ENEP Acatlán, 2003.

2. El referente público.
3. El grupo social en sí mismo.

En el mismo Marco Teórico se mencionó que los elementos del sistema comunicativo son:

1. Los actores
2. Los instrumentos
3. Las expresiones
4. Las representaciones

Asimismo se hizo la analogía entre:

1. Actores de la comunicación con individuos del grupo social.
2. Instrumentos de la comunicación con cuestionarios (en papel).
3. Las expresiones con el conjunto de expresiones del grupo social en donde se manifiestan los consensos y disensos.

Interesa resaltar que los actores de la comunicación pueden tener como referente de sus acciones a:

1. Lo que hacen (acciones ejecutivas).
2. A otras expresiones (ya enunciadas o por enunciar).
3. Al pensamiento (ya pensado o que se esté pensando).

En el presente trabajo, en el apartado 1.1.5. se indicó que hay varios sistemas y que uno de ellos es el de la Referencia [SR]. En este sistema se contempla todo aquello que es nombrado, es decir, aquellos referentes simbólicos que ya han sido nombrados y de los cuales los actores de la comunicación pueden (volver a) decir algo.

De tal forma que hay una diferencia entre:

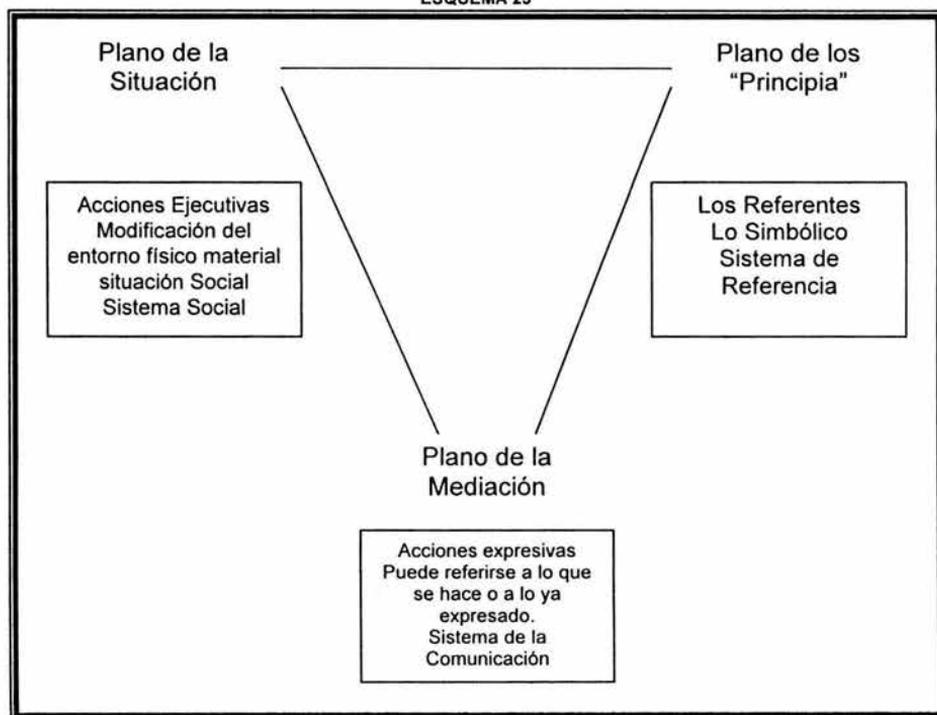
1. Lo que se hace (como acción ejecutiva).
2. Lo que se dice (como acción expresiva).

3. Lo que se dice que se hace (que es una expresión que tiene como referente a una acción ejecutiva).
4. Lo que se dice de lo que ya se ha dicho (que es una expresión que tiene como referente a lo simbólico).

Lo inmediato anterior se plasma en el siguiente esquema:

### MODELOS DE LA MEDIACIÓN

ESQUEMA 25



Si se considera la definición de Opinión Pública antes mencionada se tendría que aclarar que:

1. La indagación de la opinión de un grupo social no puede contrastarse con lo que realmente hacen los agentes sociales, pero sí que es necesario considerar los aspectos más importantes de los roles que desempeñan los

agentes sociales y que serían: el sexo, el estado civil, la edad, el nivel escolar, el nivel económico, el rol familiar y la afiliación política.

2. La indagación de la opinión de un grupo social no puede contrastarse con el Plano Simbólico [SR], pero si resulta pertinente que el investigador de la Opinión Pública indique un rango de credibilidad a cerca de lo que el grupo social conoce del referente, es decir, que se debe tener cierto grado de certeza del conocimiento de la temática con la finalidad de que lo expresado como opinión en el cuestionario diferencie a los actores que conocen o no al referente.
3. La indagación de lo que se expresa sobre lo que se hace y del Sistema Referencial es lo propio del investigador de la Opinión Pública pero hay que indicar que esta expresión (opinión) varía dependiendo de los roles que desempeña el agente social y del grado de conocimiento sobre la temática.

Conforme lo antes mencionado resulta imprescindible:

1. Considerar como variable de un estudio de Opinión Pública a los diferentes roles de los agentes sociales y que en la Tabla de Especificaciones se denominará bajo el **concepto sociodemográfico**.
2. Considerar como variable de un estudio de Opinión Pública al grado de conocimiento de la temática por parte de los Actores de la Comunicación y que en la Tabla de Especificaciones se denominará bajo el termino de **concepto conocer**.
3. Considerar como variable de un estudio de Opinión Pública a las valoraciones expresadas en un cuestionario (opiniones) por los actores (grupo social a investigar) sobre la temática y que en la Tabla de Especificaciones se denominará bajo el nombre de **concepto opinión**.

### 3.2. El Sistema Hipotético

Este Sistema Hipotético contempla una hipótesis nula y las hipótesis alternativas, en donde el criterio de validación de las mismas será de carácter estadístico en frecuencia del porcentaje de grado de conocimiento sobre la temática y en frecuencia de las opiniones de acuerdo a una escala estimativa con un rango de entre 1 y 5.

#### Hipótesis Nula

No se conoce la Opinión Pública de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".

#### Hipótesis Alternativas

Las hipótesis alternativas que se plantean a continuación dependen de las variables de conocimiento, opinión y sociodemográficas.

1. El conocimiento que tienen los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco", es del **80%**.
2. La opinión que tienen los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" es en una escala del 1 al 5 en **4**.
3. El sexo determina en un **40%** el conocimiento que tienen los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
4. El sexo determina en **2** la opinión de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".

5. La edad determina en un **80%** el conocimiento que tienen los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
6. La edad determina en **4** la opinión de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
7. La afiliación política determina en un **80%** el conocimiento que tienen los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
8. La afiliación política determina en **4** la opinión de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
9. El nivel escolar determina en un **60%** el conocimiento que tienen los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
10. El nivel escolar determina en **3** la opinión de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
11. El nivel económico determina en un **60%** el conocimiento que tienen los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
12. El nivel económico determina en **3** la opinión de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
13. El rol familiar determina en un **60%** el conocimiento que tienen los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
14. El rol familiar determina en **3** la opinión de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".

15. El estado civil determina en un **70%** el conocimiento que tienen los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
16. El estado civil determina en **3** la opinión de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".

### **3.3. Variables**

A continuación se enuncia las variables dependientes e independientes de este estudio, así como su relación con las hipótesis planteadas.

1. Con respecto a la hipótesis 3 la variable independiente es el sexo de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan y la variable dependiente es el conocimiento que tienen con relación al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
2. Con respecto a la hipótesis 4 la variable independiente es el sexo de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan y la variable dependiente es la opinión que tienen con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
3. Con respecto a la hipótesis 5 la variable independiente es la edad de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan y la variable dependiente es el conocimiento que tienen con relación al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
4. Con respecto a la hipótesis número 6 la variable independiente es la edad de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan y la variable dependiente es la opinión que tienen con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
5. Con respecto a la hipótesis 7 la variable independiente es la afiliación política de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de

- Naucalpan y la variable dependiente es el conocimiento que tienen con relación al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
6. Con respecto a la hipótesis 8 la variable independiente es la afiliación política de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan y la variable dependiente es la opinión que tienen con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
  7. Con respecto a la hipótesis 9 la variable independiente es el nivel escolar de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan y la variable dependiente es el conocimiento que tienen con relación al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
  8. Con respecto a la hipótesis 10 la variable independiente es el nivel escolar de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan y la variable dependiente es la opinión que tienen con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
  9. Con respecto a la hipótesis 11 la variable independiente es el nivel económico de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan y la variable dependiente es el conocimiento que tienen con relación al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
  10. Con respecto a la hipótesis 12 la variable independiente es el nivel económico de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan y la variable dependiente es la opinión que tienen con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
  11. Con respecto a la hipótesis número 13 la variable independiente es el rol familiar de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan y la variable dependiente es el conocimiento que tienen respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
  12. Con respecto a la hipótesis número 14 la variable independiente es el rol familiar de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan y la variable dependiente es la opinión que tienen con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".

13. Con respecto a la hipótesis número 15 la variable independiente es el estado civil de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan y la variable dependiente es el conocimiento que tienen respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
14. Con respecto a la hipótesis número 16 la variable independiente es el estado civil de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan y la variable dependiente es la opinión que tienen con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".

### 3.4. Tabla de Especificaciones

"La Tabla de Especificaciones es un instrumento metodológico que se utiliza para operacionalizar los conceptos que determinarán la construcción del cuestionario, considerando los conceptos y las variables dependientes e independientes manejadas en la hipótesis de esta investigación".<sup>110</sup>

La función de la Tabla de Especificaciones consiste en adoptar y ubicar los conceptos empleados en el Marco Teórico en términos de indicadores empíricos, acorde al contexto de la temática particular de la que trata esta investigación.

La Tabla de Especificaciones contiene cuatro columnas: en la primera se especifican los conceptos y se enumeran en orden progresivo con un dígito; en la segunda se anotan las categorías por concepto y se enumeran en orden progresivo con dos dígitos; en la tercera se anotan los indicadores por categoría y se enumeran en orden progresivo con tres dígitos; la cuarta columna contiene a los reactivos, uno por cada indicador y se enumera con el mismo número del indicador. Así la Tabla de Especificaciones contiene a los conceptos, a las categorías, a los indicadores y a los reactivos.

---

<sup>110</sup> Torres Lima, Héctor Jesús. "Módulo III, Seminario Taller Extracurricular de Titulación La Opinión Pública". México, ENEP Acatlán, Agosto 2003.

El término de "concepto" se refiere a una representación literaria que expresa un rasgo característico del fenómeno a estudiar, y que para el tema que nos ocupa son: conocimiento, opinión y datos sociodemográficos del grupo social a estudiar.

El término "categoría" es la dimensión del concepto, son las características que asumen en la realidad (temática a estudiar) el concepto.

El término "indicador" es la determinación de la categoría y se expresa como la medida única y unívoca que se presenta en la realidad social, en el caso particular de la temática a tratar.

"Se entenderá por reactivo a una pregunta (base del reactivo) con sus respectivas opciones (posibles respuestas a la base del reactivo y de las cuales, sólo una será válida)".<sup>111</sup>

En la redacción de los reactivos se deberá considerar los siguientes criterios:

1. Reactivos precisos.
2. Planteados de acuerdo al nivel de escolaridad de la muestra.
3. Planteados de acuerdo al vocabulario de los encuestados.
4. Deben posibilitar una sola respuesta.
5. En caso, de ser de opción múltiple deben ser ordenadas las opciones de la de menor extensión a la mayor.
6. No deben sugerir respuestas.
7. Deben referirse a un solo tema y una sola persona.
8. Deben ser pertinentes al tema.

La Tabla de especificaciones se lee en forma horizontal y de arriba hacia abajo. A continuación se presenta la Tabla de Especificaciones.

---

<sup>111</sup> Ibidem(110)

Tabla de Especificaciones

CONCEPTO	CATEGORIAS	INDICADORES	REACTIVOS
1. Conocimiento	1.1. Formato	1.1.1. Logotipo del diario	1.1.1. El nombre del diario, en la primer página, se encuentra ubicado en: a) Parte superior-derecha b) Parte superior-centrado c) Parte superior-izquierda
		1.1.2. Ubicación del lema del diario	1.1.2. El lema del diario Tollocan a "8 Columnas" se encuentra en: a) Arriba del nombre del periódico b) Debajo del nombre del periódico c) En medio del nombre del periódico
		1.1.3. Ubicación de la Columna "Derechos"	1.1.3. La Columna titulada "Derechos" se encuentra en: a) Página 1-B b) Página 2-B c) Página 3-B
		1.1.4. Número de páginas que integran la Sección "Valle Cuautitlán- Texcoco"	1.1.4. El número de páginas que integran la Sección "Valle Cuautitlán- Texcoco" del diario es: a) 3 páginas b) 6 páginas c) 9 páginas
	1.2. Contenido	1.2.1. Información de la Sección Política	1.2.1. La información de la Sección de política se refiere al Gobierno: a) Local b) Estatal c) Municipal
		1.2.2. Información General	1.2.2. Los temas que aborda la información general del diario corresponden a los problemas: a) Locales b) Estatales c) Municipales
		1.2.3. Información de la Sección Policiaca	1.2.3. La Sección policiaca contiene información de delitos: a) Locales b) Estatales c) Municipales
		1.2.4. Información de la Sección Deportiva	1.2.4. La información de la Sección de deportes se refiere a: a) Deporte local, nacional y profesional b) Deporte amateur, estatal y profesional c) Deporte aficionado, amateur y nacional

		1.2.5. Información de la Sección Cultural	1.2.5. La información cultural corresponde a eventos de: a) La localidad y los estados b) Los estados y zona conurbada c) Los municipios y zona conurbada
2. Opinión	2.1. Formato	2.1.1. Ubicación del nombre del diario en primera plana	2.1.1. ¿Qué tan adecuado considera que está ubicado el nombre del diario en la primera página? 1 2 3 4 5
		2.1.2. Tamaño del logotipo	2.1.2. ¿Qué tan adecuado considera que es el tamaño del nombre del diario? 1 2 3 4 5
		2.1.3. Tipo de letra del logotipo	2.1.3. ¿Qué tan atractiva es la letra del nombre del diario? 1 2 3 4 5
		2.1.4. Ubicación del lema del diario	2.1.4. ¿Qué tan adecuado es la ubicación del lema del diario "La nueva Era del periodismo"? 1 2 3 4 5
		2.1.5. Tamaño del lema del diario	2.1.5. ¿Qué tan adecuado es el tamaño del lema del diario? 1 2 3 4 5

		<p>2.1.6. Tipo de letra del lema del diario</p> <p>2.1.6. ¿Qué tan atractivo es el tipo de letra del lema del diario?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1</li> <li>2</li> <li>3</li> <li>4</li> <li>5</li> </ol> <p>2.1.7. Ubicación de la columna "Derechos" en la página 2-B</p> <p>2.1.7. ¿Qué tanto le agrada que aparezca la columna "Derechos" en la página 2-B?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1</li> <li>2</li> <li>3</li> <li>4</li> <li>5</li> </ol> <p>2.1.8. Espacio de la columna "Derechos"</p> <p>2.1.8. ¿Qué tan suficiente considera el tamaño de la columna "Derechos"?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1</li> <li>2</li> <li>3</li> <li>4</li> <li>5</li> </ol> <p>2.1.9. Pantalla color gris en la columna "Derechos"</p> <p>2.1.9. ¿Qué tan atractivo es el fondo de color gris que aparece en la columna "Derechos"?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1</li> <li>2</li> <li>3</li> <li>4</li> <li>5</li> </ol> <p>2.1.10. Tres páginas integran la Sección "Valle Cuautitlán- Texcoco"</p> <p>2.1.10. ¿El número de páginas que integra la Sección "Valle Cuautitlán- Texcoco", lo considera suficiente?</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1</li> <li>2</li> <li>3</li> <li>4</li> <li>5</li> </ol>
--	--	--

		<p>2.1.11. Página principal a color</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>2.1.12. Página 2-B y 3-B impresa en blanco y negro</p> <p>1 2 3 4 5</p>	<p>2.1.11. ¿Qué tan atractiva es la impresión a color de la página principal?</p> <p>2.1.12. ¿Qué tan atractiva es la impresión en blanco y negro de las páginas 2-B y 3-B?</p>
	<p>2.2. Contenido</p>	<p>2.2.1. La información de la Sección de política es de actualidad</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>2.2.2. Información de los gobiernos municipales</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>2.2.3. No existen pases a interiores</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>2.2.4. La información general ocupa el 80% de la página 2-B</p> <p>1 2 3 4 5</p>	<p>2.2.1. ¿Qué tan actual es la información de la Sección de política?</p> <p>2.2.2. ¿Qué tan interesante es la información política que se publica de los gobiernos municipales del Valle Cuautitlán- Texcoco?</p> <p>2.2.3. ¿Qué tanto le agrada leer la noticia completa en la página principal?</p> <p>2.2.4. ¿Qué tan suficiente es el espacio que ocupa la información general?</p>

	<p>2.2.5. Información oficial de los Ayuntamientos</p> <p>2.2.6. Denuncia ciudadana</p> <p>2.2.7. La Sección policiaca ocupa el 20% de la página 2-B</p> <p>2.2.8. Información de los municipios que integran el "Valle Cuautitlán- Texcoco"</p> <p>2.2.9. Información de asaltos</p> <p>2.2.10. Información del deporte amateur</p>	<p>2.2.5. ¿Qué tan actual es la información oficial de los Ayuntamientos?</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5</p> <p>2.2.6. ¿Qué tanto le interesa la publicación de las denuncias ciudadanas?</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5</p> <p>2.2.7. ¿Qué tan suficiente es el espacio que ocupa la Sección policiaca?</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5</p> <p>2.2.8. ¿Qué tan actual es la información policiaca de los municipios del Valle Cuautitlán- Texcoco?</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5</p> <p>2.2.9. ¿Qué tan importante es informarse de los asaltos?</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5</p> <p>2.2.10. ¿Qué tan importante es la publicación de la actividad deportiva amateur?</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p> <p>4</p> <p>5</p>
--	--	---

		<p>2.2.11. Información del deporte-aficionado en el "Valle Cuautitlán- Texcoco"</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>2.2.11. ¿Qué tan actual es la información de la Sección de deportes?</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>2.2.12. Resultados y estadísticas</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>2.2.12. ¿Qué tanto le interesa la publicación de resultados y estadísticas deportivas?</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>2.2.13. Información cultural del valle de México y zona conurbada</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>2.2.13. ¿Qué tan actual es la información cultural del Valle de México y la zona conurbada?</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>2.2.14. Información de teatro</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>2.2.14. ¿Qué tanto le interesa la publicación de temas como el teatro?</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>2.2.15. Presentación de cartelera</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>2.2.15. ¿Qué tan importante considera la publicación de la cartelera cultural?</p> <p>1 2 3 4 5</p>
--	--	--

3. Datos Sociodemográficos	3.1. Sexo	3.1.1. Sexo de los suscriptores del diario	3.1.1. Menciones su sexo a) Masculino b) Femenino
	3.2. Edad	3.2.1. Edad de los suscriptores del diario	3.2.1. Subraye el inciso que corresponda con su edad a) 20 a 30 años b) 31 a 40 años c) 41 a 50 años d) 51 a 60 años e) Más de 61 años
	3.3. Afiliación política	3.3.1. Afiliación política de los suscriptores del diario	3.3.1. El partido con el cual se identifica es: a) PT b) PRI c) PRD d) PAN e) PVEM
	3.4. Nivel escolar	3.4.1. Nivel de escolaridad de los suscriptores	3.4.1. Mencione su nivel de escolaridad a) Primaria b) Secundaria c) Preparatoria d) Licenciatura e) Maestría f) Doctorado
	3.5. Nivel económico	3.5.1. Casa	3.5.1. La casa en donde vive es: a) Renta de casa b) Propia-pagada c) Propia en proceso de pago
	3.6. Rol familiar	3.6.1. Rol familiar de los suscriptores del diario	3.6.1. Mencione el rol familiar que tiene actualmente a) Hijo único b) Hijo mayor c) Hijo menor d) Jefe de familia (papá o mamá)
		3.6.2. Estado civil de los suscriptores del diario	3.6.2. Mencione su estado civil a) Viudo (a) b) Soltero (a) c) Unión libre d) Casado (a) e) Divorciado (a)

### **3.5. Arboreación**

Los lineamientos para ordenar los reactivos en el cuestionario serán:

1. Se colocarán en primer lugar los reactivos que midan los aspectos más generales y posteriormente los reactivos más específicos.
2. Se colocarán en primer lugar aquellos reactivos que hayan sido elaborados de manera más sencilla y posteriormente los más complejos.
3. Se colocarán en primer lugar los reactivos correspondientes al concepto 3 de Datos Sociodemográficos, debido a que no afectan las respuestas de los reactivos posteriores.
4. Se colocarán los reactivos del concepto 1 Conocimiento, ya que de esta forma se podrá detectar y dividir en primera instancia a los encuestados en dos grupos, el que conoce el medio informativo y los que no lo conocen, además de evitar la inducción de respuesta al intercalarlas con las preguntas del concepto 2 Opinión.
5. Se colocarán los reactivos del concepto 2 Opinión, agrupados de acuerdo a cada una de las cualidades que se quiere medir, independientemente de la categoría a la que correspondan, con esta estructura se simplificará la redacción de las preguntas y las instrucciones para los encuestados.

#### 3.5.1. Criterios de Arboreación

La arboreación es una técnica que permite establecer el orden en que aparecerán los reactivos en el cuestionario. Para ello, se establecerán los criterios, una Tabla de Equivalencias entre el número del reactivo en el cuestionario y el número del reactivo en la Tabla de Especificaciones; y el Diagrama de Flujo que indicará cómo deberá ser contestado el cuestionario.

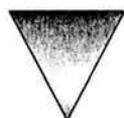
**3.5.2. Tabla de Equivalencias**

<b>REACTIVOS DEL CUESTIONARIO</b>	<b>REACTIVO DE LA TABLA DE ESPECIFICACIONES</b>
1	3.1.1.
2	3.6.2.
3	3.2.1
4	3.6. 1
5	3.4.1.
6	3.5.1.
7	3.3.1.
8	1.1.4.
9	1.1.1
10	1.1.2.
11	1.2.1.
12	1.1.3.
13	1.2.3.
14	1.2.4.
15	1.2.2.
16	1.2.5.
17	2.1.10.
18	2.1.8.
19	2.2.4.
20	2.2.7.
21	2.1.1.
22	2.1.2.
23	2.1.4.
24	2.1.5.
25	2.1.3.
26	2.1.6.
27	2.1.11.
28	2.1.12.
29	2.1.9.
30	2.2.1.
31	2.2.5.
32	2.2.8.
33	2.2.11.

34	2.2.13.
35	2.2.3.
36	2.1.7.
37	2.2.2.
38	2.2.6.
39	2.2.12.
40	2.2.14.
41	2.2.9.
42	2.2.10.
43	2.2.15

### 3.5.3. Diagrama de Flujo de la Arboreación

En el Diagrama de Flujo se utilizarán los siguientes símbolos:



= Inicio de cuestionario



= Continuación obligatoria



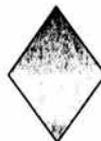
= Fin del cuestionario



= Continuación opcional

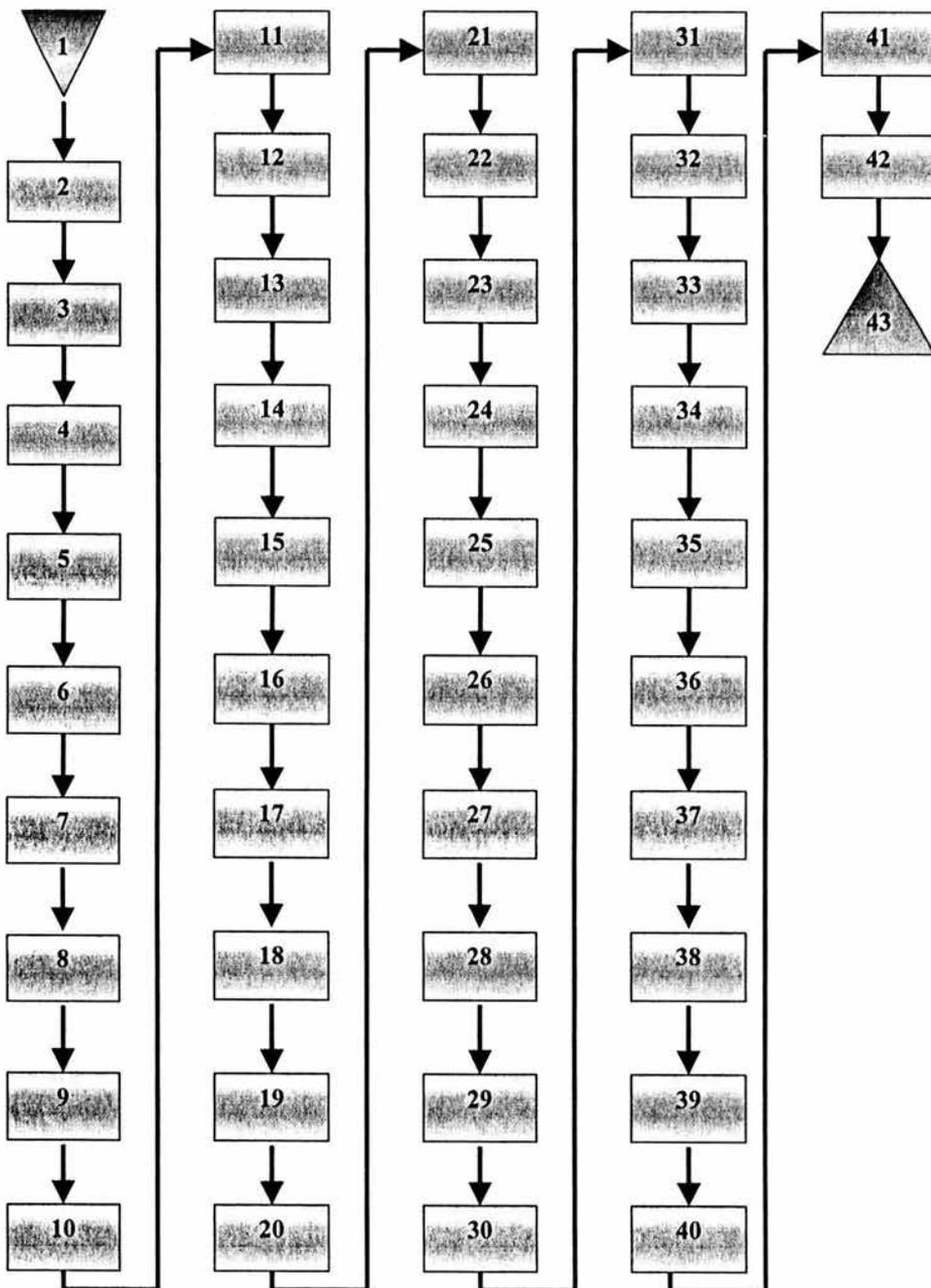


= Pregunta obligatoria



= Pregunta opcional

## Diagrama de Flujo



### 3.6. Cuestionario Piloto

## Universidad Nacional Autónoma de México Campus Acatlán

### Seminario Taller Extracurricular de Titulación "La Opinión Pública"

Este cuestionario tiene la finalidad de conocer su opinión acerca del contenido y el formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", para mejorar los servicios que este medio de comunicación ofrece. Mucho le agradeceremos que conteste con la mayor veracidad posible. Los resultados serán tratados estadísticamente y con estricta confidencialidad; en caso de que usted desee conocer los resultados obtenidos tenga la amabilidad de comunicarse con: Maricela Espinosa Trejo al teléfono 53 43 04 06.

**INSTRUCCIONES:** le solicitamos lea las siguientes preguntas y coloque una "X" en la celda que usted considere. Es importante aclarar que no hay respuestas buenas o malas, por lo que trate de no modificar las respuestas que ya haya anotado. Escriba con pluma.

1.- Menciones su sexo

- a) Masculino ( )
- b) Femenino ( )

2.- Mencione su estado civil

- a) Viudo (a) ( )
- b) Soltero (a) ( )
- c) Unión libre ( )
- d) Casado (a) ( )
- e) Divorciado (a) ( )

3.- Subraye el inciso que corresponda con su edad

- a) 20 a 29 años ( )
- b) 30 a 39 años ( )
- c) 40 a 49 años ( )
- d) 50 a 59 años ( )
- e) Más de 60 años ( )

4.- Mencione el rol familiar que tiene actualmente

- a) Padre ( )
- b) Madre ( )
- c) Esposo(a) ( )

- d) Hijo único ( )
- e) Hijo mayor ( )
- f) Hijo menor ( )

5.- Mencione su nivel de escolaridad

- a) Primaria ( )
- b) Secundaria ( )
- c) Preparatoria ( )
- d) Licenciatura ( )
- e) Maestría ( )
- f) Doctorado ( )

6.- La casa en donde vive es:

- a) Renta de casa ( )
- b) Propia-pagada ( )
- c) Propia, en proceso de pago ( )

7.- Sus hijos asisten a escuela:

- a) Pública ( )
- b) Particular ( )

8.- El partido con el cual se identifica es:

- a) PT ( )
- b) PRI ( )
- c) PRD ( )
- d) PAN ( )
- e) PVEM ( )

9.- El número de páginas que integran la Sección Valle Cuautitlán-Texcoco del diario es:

- a) 3 páginas ( )
- b) 6 páginas ( )
- c) 9 páginas ( )

10.- El nombre del diario, en la primer página, se encuentra ubicado en:

- a) Parte superior-centrado ( )
- b) Parte superior-derecha ( )
- c) Parte superior-izquierda ( )

11.- El lema del diario Tollocan a "8 Columnas" se encuentra en:

- a) Arriba del nombre del periódico ( )
- b) Debajo del nombre del periódico ( )
- c) En medio del nombre del periódico ( )

- 12.- La información de la Sección de política se refiere al Gobierno:
- Local ( )
  - Estatal ( )
  - Municipal ( )
- 13.- La Columna titulada "Derechos" se encuentra en:
- Página 1-B ( )
  - Página 2-B ( )
  - Página 3-B ( )
- 14.- La Sección policiaca contiene información de delitos:
- Locales ( )
  - Estatales ( )
  - Municipales ( )
- 15.- La información de la Sección de deportes se refiere a:
- Deporte local, nacional y profesional ( )
  - Deporte amateur, estatal y profesional ( )
  - Deporte aficionado, amateur y nacional ( )
- 16.- Los temas que aborda la información general del diario corresponden a los problemas:
- Locales ( )
  - Estatales ( )
  - Municipales ( )
- 17.- La información cultural corresponde a eventos de:
- La localidad y los estados ( )
  - Los estados y zona conurbada ( )
  - Los municipios y zona conurbada ( )

Indique que tan <b>SUFICIENTE</b> considera los siguientes puntos en escala de 1 a 5, en donde 1 es lo mínimo y 5 es lo máximo						
18.-El número de páginas que integra la Sección "Valle Cuautitlán-Texcoco"	1	2	3	4	5	( )
19.- El tamaño de la columna "Derechos"	1	2	3	4	5	( )
20.- El espacio que ocupa la información general	1	2	3	4	5	( )
21.- El espacio que ocupa la Sección policiaca	1	2	3	4	5	( )

Indique que tan <u>ADECUADO</u> considera los siguientes puntos en escala de 1 a 5, en donde 1 es lo mínimo y 5 es lo máximo						
22.- La ubicación del nombre del diario en la primera página	1	2	3	4	5	( )
23.- El tamaño del nombre del diario	1	2	3	4	5	( )
24.- La ubicación del lema del diario "La nueva Era del periodismo"	1	2	3	4	5	( )
25.- El tamaño del lema del diario	1	2	3	4	5	( )

Indique que tan <u>ATRACTIVO</u> considera los siguientes puntos en escala de 1 a 5, en donde 1 es lo mínimo y 5 es lo máximo						
26.- La letra del nombre del diario	1	2	3	4	5	( )
27.- El tipo de letra del lema del diario	1	2	3	4	5	( )
28.- La impresión a color de la página principal	1	2	3	4	5	( )
29.- La impresión en blanco y negro de las páginas 2-B y 3-B	1	2	3	4	5	( )
30.- El fondo de color gris que aparece en la columna "Derechos"	1	2	3	4	5	( )

Indique que tan <u>ACTUAL</u> considera la información del diario en escala de 1 a 5, en donde 1 es lo mínimo y 5 es lo máximo						
31.- De la Sección de política	1	2	3	4	5	( )
32.- La información oficial de los Ayuntamientos	1	2	3	4	5	( )
33.- De la Sección policiaca	1	2	3	4	5	( )
34.- De la Sección deportiva	1	2	3	4	5	( )
35.- La información cultural	1	2	3	4	5	( )

Indique que tanto le <u>AGRADA</u> los siguientes puntos en escala de 1 a 5, en donde 1 es lo mínimo y 5 es lo máximo						
36.- Leer la noticia completa en la página principal	1	2	3	4	5	( )
37.- Que aparezca la columna "Derechos" en la página 2-B	1	2	3	4	5	( )

Indique que tanto le <b>INTERESA</b> los siguientes puntos en escala de 1 a 5, en donde 1 es lo mínimo y 5 es lo máximo						
38.- La información política de los gobiernos municipales del "Valle Cuautitlán-Texcoco"	1	2	3	4	5	( )
39.- La publicación de denuncias ciudadanas	1	2	3	4	5	( )
40.- La publicación de resultados y estadísticas deportivas	1	2	3	4	5	( )
41.- La publicación de temas como el teatro	1	2	3	4	5	( )

Indique que tan <b>IMPORTANTE</b> considera los siguientes puntos en escala de 1 a 5, en donde 1 es lo mínimo y 5 es lo máximo						
42.- Informarse de los asaltos	1	2	3	4	5	( )
43.- La publicación de la actividad deportiva amateur	1	2	3	4	5	( )
44.- La publicación de la cartelera cultural	1	2	3	4	5	( )

### 3.6.1. Procedimiento de aplicación del Cuestionario

El cuestionario piloto se aplicó a diez individuos del grupo social, los cuales fueron previamente identificados y se nombraron "sujeto", enumerados de uno a diez, respectivamente. La recopilación de datos fue realizada por la titular de esta investigación los días 8 y 9 de septiembre del 2003, en horarios diversos.

Dentro de la aplicación del cuestionario se observó que el 60% de los encuestados, que conocen a la encuestadora aceptaron de inmediato contestar las preguntas y entregaron el mismo día el cuestionario, sin embargo se notó una tendencia favorable en las respuestas de opinión, por lo que se hace la observación para aplicar el cuestionario final con otra persona, es decir, un encuestador que su presencia no influya en el grupo social.

Mientras que el 40% de la población encuestada que no tiene un lazo afectivo o de conocimiento con la encuestadora, contestó de una manera objetiva y pidió se le dejara el cuestionario para contestarlo en casa por la tarde, por lo que se invirtieron dos días en dos cuestionarios.

Otro de los puntos, fue que uno de los encuestados primero leyó el cuestionario y después aceptó contestarlo, para este sujeto se invirtieron más de 20 minutos.

### **Correcciones al Cuestionario Piloto**

En materia del cuestionario, dos preguntas causaron problema en los encuestados, ambas corresponden al Concepto 3 Sociodemográfico; la primera pertenece al REACTIVO DE CUESTIONARIO 4 en el que se pregunta sobre el rol familiar y se enumeran seis opciones, en ella se puede anotar si es papá, mamá, esposo(a), hijo único, hijo mayor o menor. En más de cinco casos manifestaron ser esposo y padre, madre y esposa, etc. Por lo tanto se tendrán que modificar las alternativas de respuesta.

La segunda que se ubica como el REACTIVO DE CUESTIONARIO 7, en la cual se pregunta la institución educativa a la cual asisten sus hijos, y las alternativas son dos: a) pública y b) privada, sólo dos personas contestaron, los demás manifestaron tener hijos de meses o ya laborando.

Aunado a lo anterior el cliente pidió se eliminara esta pregunta ya que la considera como una invasión a la intimidad del grupo social.

### **3.7. Resultado del piloteo**

A continuación se presentan las graficas que corresponden a los resultados de la aplicación de la encuesta piloto.

En primero lugar se presenta la base de datos que contienen la información por cada uno de los reactivos que se elaboraron en la Tabla de Especificaciones, y por la condición, SI CONOCE y NO CONOCE.(Ver anexo 1, en el CD adjunto)

Se elaboró una tabla general de conocimiento por cada categoría, es decir una por Formato y otra por Contenido, y finalmente se presentan los datos procesados por cada una de las variables sociodemográficas en las tablas de resultados generales. (Ver anexo 1, en el CD adjunto)

**RESULTADO 1**  
**TABLA POR CATEGORÍA 1.1. FORMATO**

REACTIVO	CONDICIÓN	PROMEDIO DE OPINIÓN POR INDICADOR	PROMEDIO DE OPINIÓN POR CATEGORÍA
2.1.1.	SI CONOCE frec. = 10 = 100%	5	1.1. = 4.1
	NO CONOCE		1.1. = 3.9
2.1.2.	SI CONOCE	4.90	NOTA: ES EL PROMEDIO DE TODOS LOS INDICADORES
	NO CONOCE		
2.1.3.	SI CONOCE	4.20	
	NO CONOCE		
2.1.4.	SI CONOCE frec. = 5 = 50%	4.20	
	NO CONOCE frec.=5 = 50%	4	
2.1.5.	SI CONOCE	3.60	
	NO CONOCE	4.60	
2.1.6.	SI CONOCE	4	
	NO CONOCE	4.20	
2.1.7.	SI CONOCE frec. = 9 = 90%	4.5	
	NO CONOCE frec. = 1 = 10%	2	
2.1.8.	SI CONOCE	3.6	
	NO CONOCE	2	
2.1.9.	SI CONOCE	3.8	
	NO CONOCE	5	
2.1.10.	SI CONOCE frec.= 9 = 90%	3.3	
	NO CONOCE frec. = 1 = 10%	5	
2.1.11.	SI CONOCE	4.6	
	NO CONOCE	4	
2.1.12.	SI CONOCE	3.8	
	NO CONOCE	5	

**RESULTADO 2**  
**TABLA POR CATEGORÍA 1.2. CONTENIDO**

REACTIVO	CONDICIÓN	PROMEDIO DE OPINIÓN POR INDICADOR	PROMEDIO DE OPINIÓN POR CATEGORÍA
2.2.1.	SI CONOCE frec. = 8 = 80%	4.12	1.2.1 = 4.1
	NO CONOCE frec. = 2 = 20%	4.5	1.2.1 = 4.1
2.2.2.	SI CONOCE	4.5	NOTA: ES EL PROMEDIO DE TODOS LOS INDICADORES
	NO CONOCE	3.5	
2.2.3	SI CONOCE	4.62	
	NO CONOCE	3	
2.2.4.	SI CONOCE frec. = 7 = 70%	4.14	
	NO CONOCE frec.=3 = 30%	3	
2.2.5.	SI CONOCE	4.42	
	NO CONOCE	4.33	
2.2.6.	SI CONOCE	4.42	
	NO CONOCE	3.66	
2.2.7.	SI CONOCE frec. = 8 = 80%	3.12	
	NO CONOCE frec. = 2 = 20%	3	
2.2.8.	SI CONOCE	4.25	
	NO CONOCE	4.5	
2.2.9.	SI CONOCE	3.62	
	NO CONOCE	4.5	
2.2.10.	SI CONOCE frec.= 7 = 70%	4	
	NO CONOCE frec. = 3 = 30%	4.33	
2.1.11.	SI CONOCE	4.28	
	NO CONOCE	4.66	
2.1.12.	SI CONOCE	4.28	
	NO CONOCE	4.33	
2.2.13	SI CONOCE frec. =9 =90%	4.11	
	NO CONOCE frec. = 1 =10%	5	
2.2.14.	SI CONOCE	3.88	
	NO CONOCE	5	
2.2.15.	SI CONOCE	4	

### 3.8. Cuestionario final

## Universidad Nacional Autónoma de México

### Campus Acatlán

#### Seminario Taller Extracurricular de Titulación "La Opinión Pública"

Este cuestionario tiene la finalidad de conocer su opinión acerca del contenido y el formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", para mejorar los servicios que este medio de comunicación ofrece. Mucho le agradeceremos que conteste con la mayor veracidad posible. Los resultados serán tratados estadísticamente y con estricta confidencialidad; en caso de que usted desee conocer los resultados obtenidos tenga la amabilidad de comunicarse con: Maricela Espinosa Trejo al teléfono 53 43 04 06.

INSTRUCCIONES: le solicitamos lea las siguientes preguntas y coloque una "X" en la celda que usted considere. Es importante aclarar que no hay respuestas buenas o malas, por lo que trate de no modificar las respuestas que ya haya anotado. Escriba con pluma.

1.- Menciones su sexo

- a) Masculino ( )
- b) Femenino ( )

2.- Mencione su estado civil

- a) Viudo (a) ( )
- b) Soltero (a) ( )
- c) Unión libre ( )
- d) Casado (a) ( )
- e) Divorciado (a) ( )

3.- Subraye el inciso que corresponda con su edad

- a) 20 a 29 años ( )
- b) 30 a 39 años ( )
- c) 40 a 49 años ( )
- d) 50 a 59 años ( )
- e) Más de 60 años ( )

4.- Mencione el rol familiar que tiene actualmente

- a) Hijo único ( )
- b) Hijo mayor ( )
- c) Hijo menor ( )
- d) Jefe de familia (papá o mamá) ( )

5.- Mencione su nivel de escolaridad

- a) Primaria ( )
- b) Secundaria ( )
- c) Preparatoria ( )
- d) Licenciatura ( )
- e) Maestría ( )
- f) Doctorado ( )

6.- La casa en donde vive es:

- a) Renta de casa ( )
- b) Propia-pagada ( )
- c) Propia, en proceso de pago ( )

7.- El partido con el cual se identifica es:

- a) PT ( )
- b) PRI ( )
- c) PRD ( )
- d) PAN ( )
- e) PVEM ( )

8.- El número de páginas que integran la Sección Valle Cuautitlán- Texcoco del diario es:

- a) 3 páginas ( )
- b) 6 páginas ( )
- c) 9 páginas ( )

9.- El nombre del diario, en la primer página, se encuentra ubicado en:

- a) Parte superior-centrado ( )
- b) Parte superior-derecha ( )
- c) Parte superior-izquierda ( )

10.- El lema del diario Tollocan a "8 Columnas" se encuentra en:

- a) Arriba del nombre del periódico ( )
- b) Debajo del nombre del periódico ( )
- c) En medio del nombre del periódico ( )

11.- La información de la Sección de política se refiere al Gobierno:

- a) Local ( )
- b) Estatal ( )
- c) Municipal ( )

12.- La Columna titulada "Derechos" se encuentra en:

- a) Página 1-B ( )
- b) Página 2-B ( )
- c) Página 3-B ( )

13.- La Sección policiaca contiene información de delitos:

- a) Locales ( )  
 b) Estatales ( )  
 c) Municipales ( )

14.- La información de la Sección de deportes se refiere a:

- a) Deporte local, nacional y profesional ( )  
 b) Deporte amateur, estatal y profesional ( )  
 c) Deporte aficionado, amateur y nacional ( )

15.- Los temas que aborda la información general del diario corresponden a los problemas:

- a) Locales ( )  
 b) Estatales ( )  
 c) Municipales ( )

16.- La información cultural corresponde a eventos de:

- a) La localidad y los estados ( )  
 b) Los estados y zona conurbada ( )  
 c) Los municipios y zona conurbada ( )

Indique que tan <u>SUFICIENTE</u> considera los siguientes puntos en escala de 1 a 5, en donde 1 es lo mínimo y 5 es lo máximo						
17.-El número de páginas que integra la Sección Valle Cuautitlán- Texcoco	1	2	3	4	5	( )
18.- El tamaño de la columna "Derechos"	1	2	3	4	5	( )
19.- El espacio que ocupa la información general	1	2	3	4	5	( )
20.- El espacio que ocupa la Sección policiaca	1	2	3	4	5	( )

Indique que tan <u>ADECUADO</u> considera los siguientes puntos en escala de 1 a 5, en donde 1 es lo mínimo y 5 es lo máximo						
21.- La ubicación del nombre del diario en la primera página	1	2	3	4	5	( )
22.- El tamaño del nombre del diario	1	2	3	4	5	( )
23.- La ubicación del lema del diario "La nueva Era del periodismo"	1	2	3	4	5	( )
24.- El tamaño del lema del diario	1	2	3	4	5	( )

Indique que tan <b>ATRACTIVO</b> considera los siguientes puntos en escala de 1 a 5, en donde 1 es lo mínimo y 5 es lo máximo						
25.- La letra del nombre del diario	1	2	3	4	5	( )
26.- El tipo de letra del lema del diario	1	2	3	4	5	( )
27.- La impresión a color de la página principal	1	2	3	4	5	( )
28.- La impresión en blanco y negro de las páginas 2-B y 3-B	1	2	3	4	5	( )
29.- El fondo de color gris que aparece en la columna "Derechos"	1	2	3	4	5	( )

Indique que tan <b>ACTUAL</b> considera la información del diario en escala de 1 a 5, en donde 1 es lo mínimo y 5 es lo máximo						
30.- De la Sección de política	1	2	3	4	5	( )
31.- La información oficial de los Ayuntamientos	1	2	3	4	5	( )
32.- De la Sección policiaca	1	2	3	4	5	( )
33.- De la Sección deportiva	1	2	3	4	5	( )
34.- La información cultural	1	2	3	4	5	( )

Indique que tanto le <b>AGRADA</b> los siguientes puntos en escala de 1 a 5, en donde 1 es lo mínimo y 5 es lo máximo						
35.- Leer la noticia completa en la página principal	1	2	3	4	5	( )
36.- Que aparezca la columna "Derechos" en la página 2-B	1	2	3	4	5	( )

Indique que tanto le <b>INTERESA</b> los siguientes puntos en escala de 1 a 5, en donde 1 es lo mínimo y 5 es lo máximo						
37.- La información política de los gobiernos municipales del Valle Cuautitlán-Texcoco	1	2	3	4	5	( )
38.- La publicación de denuncias ciudadanas	1	2	3	4	5	( )
39.- La publicación de resultados y estadísticas deportivas	1	2	3	4	5	( )
40.- La publicación de temas como el teatro	1	2	3	4	5	( )

Indique que tan <u>IMPORTANTE</u> considera los siguientes puntos en escala de 1 a 5, en donde 1 es lo mínimo y 5 es lo máximo						
41.- Informarse de los asaltos	1	2	3	4	5	( )
42.- La publicación de la actividad deportiva amateur	1	2	3	4	5	( )
43.- La publicación de la cartelera cultural	1	2	3	4	5	( )

**CAPÍTULO 4**  
**LEVANTAMIENTO DE DATOS**

---

## CAPÍTULO 4

### LEVANTAMIENTO DE DATOS

Este capítulo presenta los elementos necesarios para realizar el levantamiento de datos que requiere el Estudio de Opinión Pública. Define el concepto Población y explica porqué el Censo es el diseño idóneo para el estudio de Opinión Pública.

Identifica a la población y describe sus características. El cronograma registra las actividades en la aplicación del cuestionario.

El reporte del proceso de Levantamiento de Datos detalla la reacción de respuesta y la participación del grupo social.

La información obtenida de la aplicación del cuestionario está en una Base de Datos en hojas de cálculo Excel 2000, el cruce de los mismos arrojó resultados en frecuencia, porcentaje y promedio.

El objetivo de la investigación fue obtener la opinión de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan, respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán- Texcoco"; esa opinión se visualiza en los resultados generales, por indicador y por variable sociodemográfica, redactados en este capítulo y plasmados en Tablas word, en el Anexo 2, dentro del CD adjunto.

#### 4.1. Características de la población

Para conocer las características de la **Población**, primero se define al concepto como "el conjunto de todos los elementos que comparten un grupo en común de

características y forman el universo para el propósito del problema de investigación".<sup>112</sup>

El tema del presente trabajo es: la Opinión Pública de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan con respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".

La palabra suscriptor, según la Real Academia de la lengua, es quien *suscribe*. Suscribir significa abonarse para recibir alguna publicación periódica.

En este estudio de investigación se entiende la palabra **suscriptor** como el conjunto de elementos que tienen características en común y que conforman la población a estudiar. En este caso los suscriptores son todas las personas que laboran en el Ayuntamiento de Naucalpan que están registrados en una agenda elaborada por la Coordinación "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", los cuales reciben la publicación de lunes a sábado.

El *universo* son los receptores del ejemplar del diario "8 Columnas" y corresponde a algunos funcionarios, directores, subdirectores, jefes de departamento, empleados, servidores públicos, entrenadores y/o profesores del Ayuntamiento.

Cabe señalar que "el término universo se entiende como el conjunto de elementos a los cuales se desea extrapolar los resultados de la muestra. Todos los elementos del universo son homogéneos en cuanto a su definición".<sup>113</sup> Por ejemplo universo de estudio son todos los habitantes de una ciudad o población en edad de votar de la republica mexicana o las amas de casa usuarias de un producto determinado.

---

<sup>112</sup> GONZÁLEZ Morales, Laura. "Módulo IV. Seminario Taller Extracurricular de Titulación La Opinión Pública". México, ENEP, Acatlán, Septiembre 2003.

<sup>113</sup> GONZÁLEZ Morales, Laura. "Módulo IV. Seminario Taller Extracurricular de Titulación La Opinión Pública". México, ENEP, Acatlán, Septiembre 2003.

“Una muestra es la parte o fracción representativa de un conjunto, de la población de un universo, ha sido seleccionada con el propósito de establecer los pasos determinados a través de los cuales sea posible hacer generalizaciones sobre una población”.<sup>114</sup>

Las características de la población son las siguientes:

- El 84% de los suscriptores laboran en el Ayuntamiento de Naucalpan
- El 16% de los suscriptores cuentan con oficinas cercanas al Ayuntamiento de Naucalpan
- Son de sexo femenino y masculino
- La edad oscila de 20 años hasta más de 60 años
- El estado civil varía entre la población, soltero, casado, divorciado y/o viudo
- Debido a los diversos puestos en los que se encuentran, desde la Presidencia Municipal, integrantes de Cabildo, directores, subdirectores, empleados de confianza y sindicalizados, el nivel económico es una variable también.
- En su mayoría, la población pertenece o simpatiza con el Partido Acción Nacional, sin embargo, existen elementos de la población que tienen afinidad con otros grupos como el PRI, PRD, PVE y PT.

Para la aplicación de un censo es indispensable contar con un marco muestral, es decir, conocer a cada elemento de la población, identificarla y ubicarla (geográficamente), para ello se ha retomado una agenda elaborada por la Coordinación del “Valle Cuautitlán-Texcoco” corresponde a un total de 45 elementos.

La importancia de esta agenda radica en el contacto telefónico con cada uno de los elementos de la población.

---

<sup>114</sup> GONZÁLEZ Morales, Laura. “Módulo IV, Seminario Taller Extracurricular de Titulación La Opinión Pública”. México, ENEP, Acatlán, Septiembre 2003.

La población a estudiar se ubica en las diferentes áreas del Ayuntamiento de Naucalpan como: Presidencia Municipal, Cabildo, Seguridad Pública y Tránsito Municipal, Desarrollo Social y Comunicación Social.

#### 4.2. Tipo de Levantamiento de Datos

Este Trabajo de Opinión Pública tiene como objetivo conocer las expresiones de un grupo determinado, para cumplirlo es indispensable elegir un Diseño de Levantamiento de Datos, el cual se adecua a las necesidades, circunstancias y presupuesto.

Por lo tanto, se ha determinado que la mejor opción es el **Censo**, y se define como "el proceso que consiste en examinar a cada miembro de una determinada población, es decir, contar y recabar información sobre las características de toda la población en un momento específico"<sup>115</sup>, decisión que se sustenta a continuación:

- El Censo se aplica a todos los elementos que integran el Universo, en este trabajo de Investigación el Universo es de 45 elementos.
- El encuestador debe asistir con el encuestado las veces que sea necesario para obtener la contestación, en este caso, el 84% del Universo se concentra en un mismo lugar de trabajo, es decir, en el Ayuntamiento de Naucalpan y su alrededor.
- El 16% restante del Universo se ubica en dos instituciones dentro del mismo municipio y que están a un tiempo de 10 minutos del Palacio Municipal.
- El presupuesto para la elaboración de este Censo es de aproximadamente \$1000.00 pesos.

---

<sup>115</sup> GONZÁLEZ Morales, Laura. "Módulo IV. Seminario Taller Extracurricular de Titulación La Opinión Pública". México, ENEP, Acatlán, Septiembre 2003.

- Se empleará un encuestador, ya que el número de suscriptores así lo permite, sin embargo, se capacitará a un encuestador que podrá ser empleado en caso de algún contratiempo.
- El segundo encuestador tuvo una preparación de dos días, conoció el Estudio de Opinión Pública, su objetivo y la confidencialidad de los datos, así como el uso de la información. La forma de presentación ante cada suscriptor o elemento de la población. Se le explicó cada una de las preguntas y la intención con que fueron elaboradas, para que tuviera los conocimientos suficientes del tema y contestara cualquier pregunta o duda del encuestado.

#### **4.3. Criterios para el Levantamiento de Datos**

- El levantamiento de datos se realizará del 6 al 11 de octubre del año en curso.
- Los horarios idóneos para aplicar la encuesta es de las 11:00 a las 13:00 horas y de las 16:00 a las 18:00 horas.
- Se visitará al encuestado un máximo de tres veces.
- El encuestador preguntará la disponibilidad de tiempo por parte del encuestado, un mínimo de 10 minutos y un máximo de 15 minutos.
- Se hará la presentación formal del cuestionario y se explicará el objetivo de dicho trabajo al encuestado, en el mismo discurso se pedirá que no dejen una sola pregunta sin contestar.
- El cuestionario será contestado por cada uno de los elementos de la población de propia mano.
- El Levantamiento de Datos se iniciará en el H. Ayuntamiento de Naucalpan con los integrantes de Cabildo, después de la cesión que celebran cada Lunes, pues en ésta se encuentra todos reunidos.
- Se visitará a los suscriptores que pertenecen a las direcciones o departamentos correspondientes, en un recorrido descendente, es decir del segundo piso a la planta baja. Se ha realizado una hoja de registro

en la cual se anota la ausencia del elemento o su negativa a contestar, en el primer caso se visitará nuevamente al elemento y en el segundo caso se pedirá una cita para detallar los motivos de la investigación y obtener la participación del elemento.

- Tanto la Subdirección de Fomento Deportivo como la Casa de Cultura serán visitadas el mismo día, ya que se encuentran a pocos metros de distancia, una de la otra y en fin de semana ya que son los días en que tienen actividad.

#### **4.4. Reporte de Levantamiento de Datos**

- El Levantamiento de Datos no se culminó en la fecha programada por problemas con los registros en el Marco Muestral, ya que la agenda de la Coordinación "Valle Cuautitlán-Texcoco" realizó una revisión del listado de suscriptores, nombres, puestos y teléfonos ante la llegada de la nueva administración del H. Ayuntamiento de Naucalpan 2003-2006. La culminación se efectuó el 12 de octubre el año en curso con el 100% de los cuestionarios contestados.
- Durante la aplicación del cuestionario en campo se registró una cooperación total por parte de los suscriptores, en el 84% de los casos se recolectaron el mismo día, sólo el 16% requirió de una segunda visita.
- El tiempo invertido en el levantamiento de datos se redujo ya que se aplicaron más de un cuestionario en zonas de trabajo que contaron con dos, tres y hasta cuatro suscriptores al mismo tiempo.
- La estrategia de aplicación fue por lugar de trabajo y horario laboral.
- Cada uno de los elementos de la población elaboró el cuestionario de propia mano.
- Al llegar al 50% del total de los cuestionario, se realizó un cambio de encuestador debido a un problema de salud del titular.

BITÁCORA DE GASTOS		
30 de Septiembre de 2003	Fotocopiado	\$68.75
3 de Octubre de 2003	Papelería (plumas)	\$25.00
6 de Octubre de 2003	Levantamiento de Datos Cabildo (pasajes)	\$8.00
7 de Octubre de 2003	Levantamiento de Datos Cabildo (pasajes)	\$8.00
8 de Octubre de 2003	Levantamiento de Datos Ayuntamiento (pasajes)	\$8.00
9 de Octubre de 2003	Levantamiento de Datos Ayuntamiento (pasajes)	\$8.00
10 de Octubre de 2003	Levantamiento de Datos Subdirección de Fomento Deportivo y Casa de Cultura	\$20.00
12 de Octubre de 2003	Pago de encuestadores	\$200.00
TOTAL		\$345.70

#### 4.5. Lectura de Datos

En este apartado se describirá el proceso de la lectura de los resultados empleado para la presente investigación, éstos se describirán por medio de enunciados, los cuales contienen los datos más importantes arrojados durante el proceso.

Ya levantados los datos a través del cuestionario se procedió a su lectura, para ello se realizaron los siguientes pasos:

1. Se elaboró una base de datos en hojas de cálculo Excel 2000, con el objetivo de capturar las 43 respuestas del mismo número de reactivos de los 45 cuestionarios.
2. Se supervisó cada uno de los cuestionarios según su folio y sus resultados, con el propósito de garantizar la adecuada captura.
3. Ya capturados los datos de la población a estudiar, se realizó el cruce de datos por medio de Filtros, de lo cual se obtuvo:
  - Resultados generales de conocimiento y opinión.

- Resultados de acuerdo a los indicadores y las variables sociodemográficas: sexo, estado civil, edad, rol familiar, nivel escolar, nivel económico, afiliación política
- Resultados por categoría, mismos que validan las hipótesis alternativas, formuladas en el capítulo tres de esta investigación.

#### 4.5.1. Resultados Generales por Indicador

De acuerdo al procedimiento antes mencionado se obtuvieron los resultados de condición sí conoce y no conoce por indicador, en donde las cantidades que se muestran son los porcentajes de la opinión de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".

Cabe aclarar que el conocimiento de la población se cuantifica del 1 al 100, así como la opinión se mide en una escala del 1 al 5, donde 1 es el valor mínimo y 5 el máximo, lo anterior se presenta:

El 89% de la población que conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página, cuantifica en 4.73 respecto a que tan adecuado considera la ubicación del nombre; mientras el 11% que no conoce tiene una opinión de 5.

El 89% de la población que conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página, cuantifica en 4.1 respecto a que tan adecuado considera el tamaño del nombre del diario; mientras el 11% que no conoce tiene una opinión de 4.6.

El 89% de la población que conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página, cuantifica en 4.73 respecto a que tan atractiva es la letra del nombre del diario; mientras el 11% que no conoce tiene una opinión de 5.

El 40% de la población que conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas", cuantifica en 3.89 respecto a que tan adecuada es la ubicación del lema del diario "La nueva Era del Periodismo"; mientras que el 60% que no conoce tiene una opinión de 3.67.

El 40% de la población que conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas", cuantifica en 2.56 respecto a que tan adecuado es el tamaño del lema del diario; mientras que el 60% que no conoce tiene una opinión de 2.78.

El 40% de la población que conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas", cuantifica en 3.67 respecto a que tan atractivo es el tipo de letra del lema del diario; mientras que el 60% que no conoce tiene una opinión de 3.81.

El 82% de la población que conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos", cuantifica en 3.86 respecto a que tan agradable es la aparición de la columna en la página 2-B; mientras que el 18% que no conoce tiene una opinión de 4.

El 82% de la población que conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos", cuantifica en 4 respecto a que tan suficiente es el tamaño de la columna; mientras que el 18% que no conoce tiene una opinión de 4.25.

El 82% de la población que conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos", cuantifica en 3.46 respecto a que tan atractivo es el fondo de color gris que aparece en la columna; mientras que el 18% que no conoce tiene una opinión de 3.63.

El 67% de la población que conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" cuantifica en 3 respecto a que tan suficiente es el número de páginas; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 3.07.

El 67% de la población que conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" cuantifica en 4.77 respecto a que tan atractiva es la impresión a color de la página principal; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 4.87.

El 67% de la población que conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" cuantifica en 2.2 respecto a que tan atractiva es la impresión en blanco y negro de las páginas 2-B y 3-B; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 2.53.

El 78% de la población que conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política, cuantifica en 4.31 respecto a la actualidad de la información; mientras que el 22% que no conoce tiene una opinión de 4.1.

El 78% de la población que conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política, cuantifica en 4.54 respecto a que tanto le interesa la publicación de la información; mientras que el 22% que no conoce tiene una opinión de 4.3.

El 78% de la población que conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política, cuantifica en 3.77 respecto a que tanto le agrada leer la noticia completa en la página principal; mientras que el 22% que no conoce tiene una opinión de 3.5.

El 78% de la población que conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario, cuantifica en 2.86 respecto a que tan suficiente es el espacio que ocupa; mientras que el 22% que no conoce tiene una opinión de 2.4.

El 78% de la población que conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario, cuantifica en 4.73 respecto a

que tan actual es la información oficial de los Ayuntamientos; mientras que el 22% que no conoce tiene una opinión de 4.1.

El 78% de la población que conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario, cuantifica en 4.06 respecto a que tanto le interesa la publicación de denuncias ciudadanas; mientras que el 22% que no conoce tiene una opinión de 3.9.

El 84% de la población que conoce a que tipo de delitos corresponde la información policiaca, cuantifica en 2.76 respecto a que tan suficiente es el espacio que ocupa; mientras que el 16% que no conoce tiene una opinión de 2.86.

El 84% de la población que conoce a que tipo de delitos corresponde la información policiaca, cuantifica en 3.74 respecto a que tan actual es la información policiaca de los municipios del "Valle Cuautitlán-Texcoco"; mientras que el 16% que no conoce tiene una opinión de 3.57.

El 84% de la población que conoce a que tipo de delitos corresponde la información policiaca, cuantifica en 4.08 respecto a la importancia de informarse de los asaltos; mientras que el 16% que no conoce tiene una opinión de 3.71.

El 40% de la población que conoce la información de la sección de deportes, cuantifica en 4.39 respecto a la importancia de la publicación de la actividad deportiva amateur; mientras que el 60% que no conoce tiene una opinión de 3.26.

El 40% de la población que conoce la información de la sección de deportes, cuantifica en 4.22 respecto a que tan actual es la información; mientras que el 60% que no conoce tiene una opinión de 3.52.

El 40% de la población que conoce la información de la sección de deportes, cuantifica en 4.39 respecto al interés de la publicación de resultados y estadísticas deportivas; mientras que el 60% que no conoce tiene una opinión de 3.22.

El 47% de la población que conoce a que tipo de eventos corresponde la información cultural, cuantifica en 3.67 respecto a la actualidad de la información del Valle de México y zona conurbada; mientras que el 53% que no conoce opina en 3.08.

El 47% de la población que conoce a que tipo de eventos corresponde la información cultural, cuantifica en 4.05 respecto al interés de la publicación de temas como el teatro; mientras que el 53% que no conoce opina en 2.83.

El 47% de la población que conoce a que tipo de eventos corresponde la información cultural, cuantifica en 4 respecto a la importancia de la publicación de la cartelera cultural; mientras que el 53% que no conoce opina en 2.83.

#### **4.5.2. Resultados Generales por Categoría**

La población que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.75; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.93. (Ver tabla 1)

Tabla 1:  
TABLA GENERAL POR CATEGORÍA 1.1. FORMATO

REACTIVO	CONDICIÓN	PROMEDIO DE OPINIÓN POR INDICADOR	PROMEDIO DE OPINIÓN POR CATEGORÍA
2.1.1.	SI CONOCE frec.= 40 = 89%	4.73	<b>1.1. = 3.75</b>
	NO CONOCE frec.= 5 = 11%	5	
2.1.2.	SI CONOCE	4.1	NOTA: ES EL PROMEDIO DE TODOS LOS INDICADORES
	NO CONOCE	4.6	
2.1.3.	SI CONOCE	4.73	
	NO CONOCE	5	
2.1.4.	SI CONOCE frec.= 18 = 4%	3.89	
	NO CONOCE frec.= 27 = 6%	3.67	
2.1.5.	SI CONOCE	2.56	
	NO CONOCE	2.78	
2.1.6.	SI CONOCE	3.67	
	NO CONOCE	3.81	
2.1.7.	SI CONOCE frec.= 37 = 82%	3.86	
	NO CONOCE frec.= 8 = 18%	4	
2.1.8.	SI CONOCE	4	
	NO CONOCE	4.25	
2.1.9.	SI CONOCE	3.46	
	NO CONOCE	3.63	
2.1.10.	SI CONOCE frec.= 30 = 67%	3	
	NO CONOCE frec.= 15 = 33%	3.07	
2.1.11.	SI CONOCE	4.77	
	NO CONOCE	4.87	
2.1.12.	SI CONOCE	2.2	
	NO CONOCE	2.53	

La población que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.95; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.41. (Ver tabla 2)

Tabla 2  
TABLA GENERAL POR CATEGORÍA 1.2. CONTENIDO

REACTIVO	CONDICIÓN	PROMEDIO DE OPINIÓN POR INDICADOR	PROMEDIO DE OPINIÓN POR CATEGORÍA
2.2.1.	SI CONOCE frec. = 10 = 22 %	4.31	<del>1.2.</del> = 3.95
	NO CONOCE frec. = 35 = 78%	4.1	<del>1.2.</del> = 3.41
2.2.2.	SI CONOCE	4.54	NOTA: ES EL PROMEDIO DE TODOS LOS INDICADORES
	NO CONOCE	4.3	
2.2.3.	SI CONOCE	3.77	
	NO CONOCE	3.5	
2.2.4.	SI CONOCE frec. = 10 = 22%	2.86	
	NO CONOCE frec. = 35 = 78%	2.4	
2.2.5.	SI CONOCE	4.37	
	NO CONOCE	4.1	
2.2.6.	SI CONOCE	4.06	
	NO CONOCE	3.9	
2.2.7.	SI CONOCE frec. = 38 = 84%	2.76	
	NO CONOCE frec. = 7 = 16%	2.86	
2.2.8.	SI CONOCE	3.74	
	NO CONOCE	3.57	
2.2.9.	SI CONOCE	4.08	
	NO CONOCE	3.71	
2.2.10.	SI CONOCE frec. = 18 = 4%	4.39	
	NO CONOCE frec. = 27 = 6%	3.26	
2.1.11.	SI CONOCE	4.22	
	NO CONOCE	3.52	
2.1.12.	SI CONOCE	4.39	
	NO CONOCE	3.22	
2.2.13.	SI CONOCE frec. = 21 = 47%	3.67	
	NO CONOCE frec. = 24 = 53%	3.08	
2.2.14.	SI CONOCE	4.05	
	NO CONOCE	2.83	
2.2.15.	SI CONOCE	4	
	NO CONOCE	2.83	

#### 4.5.3. Resultados Específicos por Indicador-Variable Sociodemográfica

Debido al espacio y cantidad de resultados que arrojó la investigación, este apartado presenta los veinte primeros, obtenidos del cruce de datos en el programa computacional Excel 2000 por indicador y variable sociodemográfica, la información completa se encuentra en el Anexo 3 dentro del CD integrado al trabajo.

##### **4.5.3.1. Variable: Sexo**

1. El 90% de la población del sexo femenino que conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página, cuantifica en 4.58 respecto a que tan adecuado considera la ubicación del nombre; mientras el 10% que no conoce tiene una opinión de 5.
2. El 90% de la población del sexo femenino que conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página, cuantifica en 3.95 respecto a que tan adecuado considera el tamaño del nombre del diario; mientras el 10% que no conoce tiene una opinión de 4.
3. El 90% de la población del sexo femenino que conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página, cuantifica en 4.63 respecto a que tan atractiva es la letra del nombre del diario; mientras el 10% que no conoce tiene una opinión de 5.
4. El 37% de la población del sexo femenino que conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas", cuantifica en 3.14 respecto a que tan adecuada es la ubicación del lema del diario "La nueva Era del Periodismo"; mientras que el 63% que no conoce tiene una opinión de 3.57.

5. El 37% de la población del sexo femenino que conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas", cuantifica en 2.14 respecto a que tan adecuado es el tamaño del lema del diario; mientras que el 63% que no conoce tiene una opinión de 2.57.
6. El 37% de la población del sexo femenino que conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas", cuantifica en 3.14 respecto a que tan atractivo es el tipo de letra del lema del diario; mientras que el 63% que no conoce tiene una opinión de 3.29.
7. El 81% de la población del sexo femenino que conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos", cuantifica en 4.06 respecto a que tan agradable es la aparición de la columna en la página 2-B; mientras que el 19% que no conoce tiene una opinión de 3.25.
8. El 81% de la población del sexo femenino que conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos", cuantifica en 3.94 respecto a que tan suficiente es el tamaño de la columna; mientras que el 19% que no conoce tiene una opinión de 4.
9. El 81% de la población del sexo femenino que conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos", cuantifica en 3.41 respecto a que tan atractivo es el fondo de color gris que aparece en la columna; mientras que el 19% que no conoce tiene una opinión de 3.25.
10. El 62% de la población del sexo femenino que conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" cuantifica en 3.15 respecto a que tan suficiente es el número de páginas; mientras que el 38% que no conoce tiene una opinión de 2.88.

- 11.El 62% de la población del sexo femenino que conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco", cuantifica en 4.54 respecto a que tan atractiva es la impresión a color de la página principal; mientras que el 38% que no conoce tiene una opinión de 5.
- 12.El 62% de la población del sexo femenino que conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco", cuantifica en 1.85 respecto a que tan atractiva es la impresión en blanco y negro de las páginas 2-B y 3-B; mientras que el 38% que no conoce tiene una opinión de 2.63.
- 13.El 71% de la población del sexo femenino que conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política, cuantifica en 4.4 respecto a la actualidad de la información; mientras que el 229% que no conoce tiene una opinión de 4.5.
- 14.El 71% de la población del sexo femenino que conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política, cuantifica en 4.47 respecto a que tanto le interesa la publicación de la información; mientras que el 29% que no conoce tiene una opinión de 4.5
- 15.El 71% de la población del sexo femenino que conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política, cuantifica en 3.53 respecto a que tanto le agrada leer la noticia completa en la página principal; mientras que el 29% que no conoce tiene una opinión de 3.5.
- 16.El 76% de la población del sexo femenino que conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario, cuantifica en 2.75 respecto a que tan suficiente es el espacio que ocupa; mientras que el 24% que no conoce tiene una opinión de 2.2.

17. El 76% de la población del sexo femenino que conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario, cuantifica en 4.44 respecto a que tan actual es la información oficial de los Ayuntamientos; mientras que el 24% que no conoce tiene una opinión de 4.4.
  
18. El 76% de la población que del sexo femenino conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario, cuantifica en 3.94 respecto a que tanto le interesa la publicación de denuncias ciudadanas; mientras que el 24% que no conoce tiene una opinión de 4.2.
  
19. El 81% de la población del sexo femenino que conoce a que tipo de delitos corresponde la información policiaca, cuantifica en 3.06 respecto a que tan suficiente es el espacio que ocupa; mientras que el 19% que no conoce tiene una opinión de 3.25.
  
20. El 81% de la población del sexo femenino que conoce a que tipo de delitos corresponde la información policiaca, cuantifica en 3.59 respecto a que tan actual es la información policiaca de los municipios del "Valle Cuautitlán- Texcoco"; mientras que el 19% que no conoce tiene una opinión de 3.5.

#### **4.5.3.2. Variable: Estado Civil**

1. El 100% de la población en estado civil viudo(a), conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página y cuantifica en 5 respecto a que tan adecuado considera la ubicación del nombre.
  
2. El 100% de la población en estado civil viudo(a), conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página y cuantifica en 3.5 respecto a que tan adecuado considera el tamaño del nombre del diario.

3. El 100% de la población en estado civil viudo(a), conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página y cuantifica en 5 respecto a que tan atractiva es la letra del nombre del diario.
4. El 100% de la población en estado civil viudo(a), no conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas" y cuantifica en 4.5 respecto a que tan adecuada es la ubicación del lema del diario "La nueva Era del Periodismo".
5. El 100% de la población en estado civil viudo(a), no conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas" y cuantifica en 4 respecto a que tan adecuado es el tamaño del lema del diario.
6. El 100% de la población en estado civil viudo(a), no conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas" y cuantifica en 4 respecto a que tan atractivo es el tipo de letra del lema del diario.
7. El 100% de la población en estado civil viudo(a), conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos" y cuantifica en 3.5 respecto a que tan agradable es la aparición de la columna en la página 2-B.
8. El 100% de la población en estado civil viudo(a), conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos" y cuantifica en 2.5 respecto a que tan suficiente es el tamaño de la columna.
9. El 100% de la población en estado civil viudo(a), conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos" y cuantifica en 3.5 respecto a que tan atractivo es el fondo de color gris que aparece en la columna.

10. El 100% de la población en estado civil viudo(a), no conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" y cuantifica en 4.5 respecto a que tan suficiente es el número de páginas.
11. El 100% de la población en estado civil viudo(a), no conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" y cuantifica en 5 respecto a que tan atractiva es la impresión a color de la página principal.
12. El 100% de la población en estado civil viudo(a), no conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" y cuantifica en 2.5 respecto a que tan atractiva es la impresión en blanco y negro de las páginas 2-B y 3-B.
13. El 50% de la población en estado civil viudo(a), que conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política, cuantifica en 4 respecto a la actualidad de la información; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 5.
14. El 50% de la población en estado civil viudo(a), que conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política, cuantifica en 5 respecto a que tanto le interesa la publicación de la información; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 5.
15. El 50% de la población en estado civil viudo(a), que conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política, cuantifica en 3 respecto a que tanto le agrada leer la noticia completa en la página principal; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 2.
16. El 100% de la población en estado civil viudo(a), conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del

diario y cuantifica en 3 respecto a que tan suficiente es el espacio que ocupa.

17.El 100% de la población en estado civil viudo(a), conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario y cuantifica en 4.5 respecto a que tan actual es la información oficial de los Ayuntamientos.

18.El 100% de la población en estado civil viudo(a), conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario y cuantifica en 4 respecto a que tanto le interesa la publicación de denuncias ciudadanas.

19.El 100% de la población en estado civil viudo(a), conoce a que tipo de delitos corresponde la información policiaca y cuantifica en 2 respecto a que tan suficiente es el espacio que ocupa.

20.El 100% de la población en estado civil viudo(a), conoce a que tipo de delitos corresponde la información policiaca y cuantifica en 3.5 respecto a que tan actual es la información policiaca de los municipios del "Valle Cuautitlán-Texcoco".

#### **4.5.3.3. Variable: Edad**

1. El 73% de la población en edad de 20 a 29 años, que conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página, cuantifica en 4.63 respecto a que tan adecuado considera la ubicación del nombre; mientras el 27% que no conoce tiene una opinión de 5.
2. El 73% de la población en edad de 20 a 29 años, que conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página, cuantifica en

- 4.25 respecto a que tan adecuado considera el tamaño del nombre del diario; mientras el 27% que no conoce tiene una opinión de 4.33.
3. El 73% de la población en edad de 20 a 29 años, que conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página, cuantifica en 4.75 respecto a que tan atractiva es la letra del nombre del diario; mientras el 27% que no conoce tiene una opinión de 5.
  4. El 45% de la población en edad de 20 a 29 años, que conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas", cuantifica en 3 respecto a que tan adecuada es la ubicación del lema del diario "La nueva Era del Periodismo"; mientras que el 55% que no conoce tiene una opinión de 3.
  5. El 45% de la población en edad de 20 a 29 años, que conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas", cuantifica en 2.4 respecto a que tan adecuado es el tamaño del lema del diario; mientras que el 55% que no conoce tiene una opinión de 1.83.
  6. El 45% de la población en edad de 20 a 29 años, que conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas", cuantifica en 3.8 respecto a que tan atractivo es el tipo de letra del lema del diario; mientras que el 55% que no conoce tiene una opinión de 3.17.
  7. El 91% de la población en edad de 20 a 29 años, que conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos", cuantifica en 3.7 respecto a que tan agradable es la aparición de la columna en la página 2-B; mientras que el 9% que no conoce tiene una opinión de 5.
  8. El 91% de la población en edad de 20 a 29 años, que conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos", cuantifica en 4.5 respecto a que tan

- suficiente es el tamaño de la columna; mientras que el 9% que no conoce tiene una opinión de 5.
9. El 91% de la población en edad de 20 a 29 años, que conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos", cuantifica en 3.3 respecto a que tan atractivo es el fondo de color gris que aparece en la columna; mientras que el 9% que no conoce tiene una opinión de 3.
  10. El 82% de la población en edad de 20 a 29 años, que conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco", cuantifica en 2.67 respecto a que tan suficiente es el número de páginas; mientras que el 18% que no conoce tiene una opinión de 2.5.
  11. El 82% de la población en edad de 20 a 29 años, que conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco", cuantifica en 4.89 respecto a que tan atractiva es la impresión a color de la página principal; mientras que el 18% que no conoce tiene una opinión de 4.5.
  12. El 82% de la población en edad de 20 a 29 años, que conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco", cuantifica en 2.11 respecto a que tan atractiva es la impresión en blanco y negro de las páginas 2-B y 3-B; mientras que el 18% que no conoce tiene una opinión de 3.
  13. El 64% de la población en edad de 20 a 29 años, que conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política, cuantifica en 4.14 respecto a la actualidad de la información; mientras que el 36% que no conoce tiene una opinión de 4.
  14. El 64% de la población en edad de 20 a 29 años, que conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política, cuantifica en

- 4.43 respecto a que tanto le interesa la publicación de la información; mientras que el 36% que no conoce tiene una opinión de 4.25.
15. El 64% de la población en edad de 20 a 29 años, que conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política, cuantifica en 3.86 respecto a que tanto le agrada leer la noticia completa en la página principal; mientras que el 36% que no conoce tiene una opinión de 3.25.
16. El 91% de la población en edad de 20 a 29 años, que conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario, cuantifica en 2.4 respecto a que tan suficiente es el espacio que ocupa; mientras que el 9% que no conoce tiene una opinión de 2.
17. El 91% de la población en edad de 20 a 29 años, que conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario, cuantifica en 4 respecto a que tan actual es la información oficial de los Ayuntamientos; mientras que el 9% que no conoce tiene una opinión de 4.
18. El 91% de la población en edad de 20 a 29 años, que conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario, cuantifica en 3.8 respecto a que tanto le interesa la publicación de denuncias ciudadanas; mientras que el 9% que no conoce tiene una opinión de 4.
19. El 82% de la población en edad de 20 a 29 años, que conoce a que tipo de delitos corresponde la información policíaca, cuantifica en 2.33 respecto a que tan suficiente es el espacio que ocupa; mientras que el 18% que no conoce tiene una opinión de 4.5.

20. El 82% de la población en edad de 20 a 29 años, que conoce a que tipo de delitos corresponde la información policiaca, cuantifica en 3.67 respecto a que tan actual es la información policiaca de los municipios del "Valle Cuautitlán-Texcoco"; mientras que el 18% que no conoce tiene una opinión de 3.5.

#### **4.5.3.4. Variable: Rol Familiar**

1. El 100% de la población con el rol familiar de hijo único, conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página y cuantifica en 4.5 respecto a que tan adecuado considera la ubicación del nombre.
2. El 100% de la población con el rol familiar de hijo único, conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página y cuantifica en 4 respecto a que tan adecuado considera el tamaño del nombre del diario.
3. El 100% de la población con el rol familiar de hijo único, conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página y cuantifica en 5 respecto a que tan atractiva es la letra del nombre del diario.
4. El 100% de la población con el rol familiar de hijo único, conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas" y cuantifica en 3.5 respecto a que tan adecuada es la ubicación del lema del diario "La nueva Era del Periodismo".
5. El 100% de la población con el rol familiar de hijo único, conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas" y cuantifica en 3 respecto a que tan adecuado es el tamaño del lema del diario.

6. El 100% de la población con el rol familiar de hijo único, conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas", cuantifica en 4.5 respecto a que tan atractivo es el tipo de letra del lema del diario.
7. El 100% de la población con el rol familiar de hijo único, conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos" y cuantifica en 4 respecto a que tan agradable es la aparición de la columna en la página 2-B.
8. El 100% de la población con el rol familiar de hijo único, conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos", cuantifica en 4 respecto a que tan suficiente es el tamaño de la columna.
9. El 100% de la población con el rol familiar de hijo único, conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos", cuantifica en 3.5 respecto a que tan atractivo es el fondo de color gris que aparece en la columna.
10. El 50% de la población con el rol familiar de hijo único, que conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán- Texcoco", cuantifica en 4 respecto a que tan suficiente es el número de páginas; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 4.
11. El 50% de la población con el rol familiar de hijo único, que conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán- Texcoco", cuantifica en 5 respecto a que tan atractiva es la impresión a color de la página principal; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 4.
12. El 50% de la población con el rol familiar de hijo único, que conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán- Texcoco", cuantifica en 2 respecto a que tan atractiva es la impresión en blanco y

negro de las páginas 2-B y 3-B; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 3.

13. El 50% de la población con el rol familiar de hijo único, que conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política, cuantifica en 3 respecto a la actualidad de la información; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 3.
14. El 50% de la población con el rol familiar de hijo único, que conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política, cuantifica en 4 respecto a que tanto le interesa la publicación de la información; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 4.
15. El 50% de la población con el rol familiar de hijo único, que conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política, cuantifica en 5 respecto a que tanto le agrada leer la noticia completa en la página principal; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 5.
16. El 100% de la población con el rol familiar de hijo único, conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario y cuantifica en 2 respecto a que tan suficiente es el espacio que ocupa.
17. El 100% de la población con el rol familiar de hijo único, conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario y cuantifica en 3.5 respecto a que tan actual es la información oficial de los Ayuntamientos.
18. El 100% de la población con el rol familiar de hijo único, conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general

del diario y cuantifica en 4 respecto a que tanto le interesa la publicación de denuncias ciudadanas.

19. El 100% de la población con el rol familiar de hijo único, que conoce a que tipo de delitos corresponde la información policiaca y cuantifica en 1.5 respecto a que tan suficiente es el espacio que ocupa.
20. El 100% de la población con el rol familiar de hijo único, conoce a que tipo de delitos corresponde la información policiaca, cuantifica en 4 respecto a que tan actual es la información policiaca de los municipios del "Valle Cuautitlán-Texcoco".

#### **4.5.3.5. Variable: Nivel Escolar**

1. El 67% de la población de nivel escolar primaria, que conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página, cuantifica en 5 respecto a que tan adecuado considera la ubicación del nombre; mientras el 33% que no conoce tiene una opinión de 5.
2. El 67% de la población de nivel escolar primaria, que conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página, cuantifica en 3.5 respecto a que tan adecuado considera el tamaño del nombre del diario; mientras el 33% que no conoce tiene una opinión de 5.
3. El 67% de la población de nivel escolar primaria, que conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página, cuantifica en 5 respecto a que tan atractiva es la letra del nombre del diario; mientras el 33% que no conoce tiene una opinión de 5.
4. El 100% de la población de nivel escolar primaria, no conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas" y cuantifica en 3 respecto a que

tan adecuada es la ubicación del lema del diario "La nueva Era del Periodismo".

5. El 100% de la población de nivel escolar primaria, no conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas" y cuantifica en 2.5 respecto a que tan adecuado es el tamaño del lema del diario.
6. El 100% de la población de nivel escolar primaria, no conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas" y cuantifica en 3.5 respecto a que tan atractivo es el tipo de letra del lema del diario.
7. El 100% de la población de nivel escolar primaria, conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos" y cuantifica en 4 respecto a que tan agradable es la aparición de la columna en la página 2-B.
8. El 100% de la población de nivel escolar primaria, conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos" y cuantifica en 4.33 respecto a que tan suficiente es el tamaño de la columna.
9. El 100% de la población de nivel escolar primaria, conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos" y cuantifica en 4 respecto a que tan atractivo es el fondo de color gris que aparece en la columna.
10. El 67% de la población de nivel escolar primaria, que conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco", cuantifica en 3 respecto a que tan suficiente es el número de páginas; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 5.
11. El 67% de la población de nivel escolar primaria, que conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco", cuantifica en 5

respecto a que tan atractiva es la impresión a color de la página principal; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 5.

12. El 67% de la población de nivel escolar primaria, que conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco", cuantifica en 3 respecto a que tan atractiva es la impresión en blanco y negro de las páginas 2-B y 3-B; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 3.
13. El 100% de la población de nivel escolar primaria, conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política y cuantifica en 4.33 respecto a la actualidad de la información.
14. El 100% de la población de nivel escolar primaria, conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política y cuantifica en 5 respecto a que tanto le interesa la publicación de la información.
15. El 100% de la población de nivel escolar primaria, conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política y cuantifica en 3.67 respecto a que tanto le agrada leer la noticia completa en la página principal.
16. El 67% de la población de nivel escolar primaria, que conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario, cuantifica en 4 respecto a que tan suficiente es el espacio que ocupa; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 1.
17. El 67% de la población de nivel escolar primaria, que conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario, cuantifica en 5 respecto a que tan actual es la información oficial de

los Ayuntamientos; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 4.

18. El 67% de la población de nivel escolar primaria, que conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario, cuantifica en 3.5 respecto a que tanto le interesa la publicación de denuncias ciudadanas; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 5.

19. El 100% de la población de nivel escolar primaria, conoce a que tipo de delitos corresponde la información policíaca y cuantifica en 1.67 respecto a que tan suficiente es el espacio que ocupa.

20. El 100% de la población de nivel escolar primaria, conoce a que tipo de delitos corresponde la información policíaca y cuantifica en 4.33 respecto a que tan actual es la información policíaca de los municipios del "Valle Cuautitlán-Texcoco".

#### **4.5.3.6. Variable: Nivel Económico**

1. El 100% de la población de nivel económico renta casa, que conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página, cuantifica en 4.45 respecto a que tan adecuado considera la ubicación del nombre.
2. El 100% de la población de nivel económico renta casa, que conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página, cuantifica en 3.64 respecto a que tan adecuado considera el tamaño del nombre del diario.

3. El 100% de la población de nivel económico renta casa, que conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página, cuantifica en 4.82 respecto a que tan atractiva es la letra del nombre del diario.
4. El 27% de la población de nivel económico renta casa, que conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas", cuantifica en 3 respecto a que tan adecuada es la ubicación del lema del diario "La nueva Era del Periodismo". Mientras que el 73% que no conoce tiene una opinión de 3.75.
5. El 27% de la población de nivel económico renta casa, que conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas", cuantifica en 2 respecto a que tan adecuado es el tamaño del lema del diario; mientras que el 73% que no conoce tiene una opinión de 2.5.
6. El 27% de la población de nivel económico renta casa, que conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas", cuantifica en 3.33 respecto a que tan atractivo es el tipo de letra del lema del diario; mientras que el 73% que no conoce tiene una opinión de 3.5.
7. El 82% de la población de nivel económico renta casa, que conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos", cuantifica en 3.44 respecto a que tan agradable es la aparición de la columna en la página 2-B; mientras que el 18% que no conoce tiene una opinión de 4.
8. El 82% de la población de nivel económico renta casa, que conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos", cuantifica en 3.22 respecto a que tan suficiente es el tamaño de la columna; mientras que el 18% que no conoce tiene una opinión de 3.5.

9. El 82% de la población de nivel económico renta casa, que conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos", cuantifica en 3.67 respecto a que tan atractivo es el fondo de color gris que aparece en la columna; mientras que el 18% que no conoce tiene una opinión de 3.
10. El 64% de la población de nivel económico renta casa, que conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" cuantifica en 3.57 respecto a que tan suficiente es el número de páginas; mientras que el 36% que no conoce tiene una opinión de 2.5.
11. El 64% de la población de nivel económico renta casa, que conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" cuantifica en 4.71 respecto a que tan atractiva es la impresión a color de la página principal; mientras que el 36% que no conoce tiene una opinión de 4.5.
12. El 64% de la población de nivel económico renta casa, que conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" cuantifica en 2.243 respecto a que tan atractiva es la impresión en blanco y negro de las páginas 2-B y 3-B; mientras que el 36% que no conoce tiene una opinión de 2.5.
13. El 64% de la población de nivel económico renta casa, que conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política, cuantifica en 4.29 respecto a la actualidad de la información; mientras que el 36% que no conoce tiene una opinión de 4.
14. El 64% de la población de nivel económico renta casa, que conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política, cuantifica en 4.14 respecto a que tanto le interesa la publicación de la información; mientras que el 36% que no conoce tiene una opinión de 4.5.

15. El 64% de la población de nivel económico renta casa, que conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política, cuantifica en 3.14 respecto a que tanto le agrada leer la noticia completa en la página principal; mientras que el 36% que no conoce tiene una opinión de 3.
16. El 73% de la población de nivel económico renta casa, que conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario, cuantifica en 3.5 respecto a que tan suficiente es el espacio que ocupa; mientras que el 27% que no conoce tiene una opinión de 2.67.
17. El 73% de la población de nivel económico renta casa, que conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario, cuantifica en 4 respecto a que tan actual es la información oficial de los Ayuntamientos; mientras que el 27% que no conoce tiene una opinión de 4.33.
18. El 73% de la población de nivel económico renta casa, que conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario, cuantifica en 3.75 respecto a que tanto le interesa la publicación de denuncias ciudadanas; mientras que el 27% que no conoce tiene una opinión de 3.67.
19. El 82% de la población de nivel económico renta casa, que conoce a que tipo de delitos corresponde la información policíaca, cuantifica en 3 respecto a que tan suficiente es el espacio que ocupa; mientras que el 18% que no conoce tiene una opinión de 3.5.
20. El 82% de la población de nivel económico renta casa, que conoce a que tipo de delitos corresponde la información policíaca, cuantifica en 3.44

respecto a que tan actual es la información policiaca de los municipios del "Valle Cuautitlán-Texcoco"; mientras que el 18% que no conoce tiene una opinión de 2.5.

#### **4.5.3.7. Variable: Afiliación Política**

1. El 100% de la población con afiliación política al PT(Partido del Trabajo), conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página y cuantifica en 5 respecto a que tan adecuado considera la ubicación del nombre.
2. El 100% de la población con afiliación política al PT(Partido del Trabajo), conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página y cuantifica en 5 respecto a que tan adecuado considera el tamaño del nombre del diario.
3. El 100% de la población con afiliación política al PT(Partido del Trabajo), conoce dónde se encuentra ubicado el nombre del diario en la primera página y cuantifica en 5 respecto a que tan atractiva es la letra del nombre del diario.
4. El 100% de la población con afiliación política al PT(Partido del Trabajo), conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas" y cuantifica en 4 respecto a que tan adecuada es la ubicación del lema del diario "La nueva Era del Periodismo".
5. El 100% de la población con afiliación política al PT(Partido del Trabajo), conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas" y cuantifica en 3 respecto a que tan adecuado es el tamaño del lema del diario.

6. El 100% de la población con afiliación política al PT(Partido del Trabajo), conoce la ubicación del lema del diario Tollocan a "8 Columnas" y cuantifica en 4 respecto a que tan atractivo es el tipo de letra del lema del diario.
7. El 100% de la población con afiliación política al PT(Partido del Trabajo), conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos" y cuantifica en 2 respecto a que tan agradable es la aparición de la columna en la página 2-B.
8. El 100% de la población con afiliación política al PT(Partido del Trabajo), conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos" y cuantifica en 3 respecto a que tan suficiente es el tamaño de la columna.
9. El 100% de la población con afiliación política al PT(Partido del Trabajo), conoce la ubicación de la columna titulada "Derechos" y cuantifica en 4 respecto a que tan atractivo es el fondo de color gris que aparece en la columna.
- 10.El 100% de la población con afiliación política al PT(Partido del Trabajo), conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán- Texcoco" y cuantifica en 4 respecto a que tan suficiente es el número de páginas.
- 11.El 100% de la población con afiliación política al PT(Partido del Trabajo), conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán- Texcoco" y cuantifica en 5 respecto a que tan atractiva es la impresión a color de la página principal.
- 12.El 100% de la población con afiliación política al PT(Partido del Trabajo), conoce el número de páginas que integra la sección "Valle Cuautitlán-

Texcoco" y cuantifica en 4 respecto a que tan atractiva es la impresión en blanco y negro de las páginas 2-B y 3-B.

13. El 100% de la población con afiliación política al PT (Partido del Trabajo), conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política y cuantifica en 5 respecto a la actualidad de la información.
14. El 100% de la población con afiliación política al PT (Partido del Trabajo), conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política y cuantifica en 5 respecto a que tanto le interesa la publicación de la información.
15. El 100% de la población con afiliación política al PT (Partido del Trabajo), conoce a que tipo de Gobierno se refiere la información de la sección de política y cuantifica en 4 respecto a que tanto le agrada leer la noticia completa en la página principal.
16. El 100% de la población con afiliación política al PT (Partido del Trabajo), conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario y cuantifica en 4 respecto a que tan suficiente es el espacio que ocupa.
17. El 100% de la población con afiliación política al PT (Partido del Trabajo), conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario y cuantifica en 5 respecto a que tan actual es la información oficial de los Ayuntamientos.
18. El 100% de la población con afiliación política al PT (Partido del Trabajo), conoce a que tipo de problemas corresponden los temas que aborda la información general del diario y cuantifica en 5 respecto a que tanto le interesa la publicación de denuncias ciudadanas.

- 19.El 100% de la población con afiliación política al PT(Partido del Trabajo), conoce a que tipo de delitos corresponde la información policiaca y cuantifica en 5 respecto a que tan suficiente es el espacio que ocupa.
- 20.El 100% de la población con afiliación política al PT(Partido del Trabajo), que conoce a que tipo de delitos corresponde la información policiaca y cuantifica en 3 respecto a que tan actual es la información policiaca de los municipios del "Valle Cuautitlán-Texcoco".

#### **4.5.4.Resultados Específicos por Categoría-Variable Sociodemográfica**

La lectura de los resultados específicos por categoría en cada una de las variables sociodemográficas se encuentra a continuación. (Ver tablas de resultados en el anexo 2 dentro del CD integrado al trabajo)

##### **4.5.4.1. Variable: Sexo**

La población del sexo femenino que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.54; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.7.

La población del sexo femenino que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.93; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.55.

La población del sexo masculino que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.89; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 4.15.

La población del sexo masculino que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.94; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.25.

#### **4.5.4.2. Variable: Estado Civil**

La población en estado civil viudo(a), que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.83; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 4.08.

La población en estado civil viudo(a), que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.67; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.11.

La población en estado civil soltero(a), que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.61; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.7.

La población en estado civil soltero(a), que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.91; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.61.

La población en estado civil casado(a), que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.83; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.98.

La población en estado civil casado(a), que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.95; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.38.

La población en estado civil divorciado(a), que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.92; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 4.56.

La población en estado civil divorciado(a), que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 4.17; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 2.89.

#### **4.5.4.3. Variable: Edad**

La población en edad de 20 a 29 años, que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.67; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.78.

La población en edad de 20 a 29 años, que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.92; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.61.

La población en edad de 30 a 39 años, que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.72; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.31.

La población en edad de 30 a 39 años, que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.78; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.3.

La población en edad de 40 a 49 años, que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.72; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 4.04.

La población en edad de 40 a 49 años, que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 4.02; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.67.

La población en edad de 50 a 59 años, que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.88; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 4.4.

La población en edad de 50 a 59 años, que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 4.17; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 2.92.

La población en edad de más de 60 años, que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.89; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 4.17.

La población en edad de más de 60 años, que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.89; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 2.

#### **4.5.4.4. Variable: Rol Familiar**

La población con rol familiar hijo único, que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.92; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.67.

La población con rol familiar hijo único, que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.73; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.67.

La población con rol familiar hijo mayor, que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.62; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.78.

La población con rol familiar hijo mayor, que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.92; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.53.

La población con rol familiar hijo menor, que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.4; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.67.

La población con rol familiar hijo menor, que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.87; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.8.

La población con rol familiar jefe de familia, que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.82; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 4.08.

La población con rol familiar jefe de familia, que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.96; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.25.

#### **4.5.4.5. Variable: Nivel Escolar**

La población con nivel escolar primaria, que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 4.09; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 4.11.

---

La población con nivel escolar primaria, que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.76; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 2.81.

La población con nivel escolar secundaria, que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.67; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.33.

La población con nivel escolar secundaria, que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 4.03; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 2.8.

La población con nivel escolar preparatoria, que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.51; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.62.

La población con nivel escolar preparatoria, que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.84; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.62.

La población con nivel escolar licenciatura, que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.84; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.85.

La población con nivel escolar licenciatura, que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.93; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.41.

La población con nivel escolar maestría, que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.77; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 4.38.

---

La población con nivel escolar maestría, que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 4.14; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.44.

#### **4.5.4.6. Variable: Nivel Económico**

La población con nivel económico renta casa, que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.52; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.31.

La población con nivel económico renta casa, que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.77; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.38.

La población con nivel económico casa propia, que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.78; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 4.03.

La población con nivel económico casa propia, que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.99; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.34.

La población con nivel económico en proceso de pago, que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 4.3; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.68.

La población con nivel económico en proceso de pago, que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 4; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.6.

#### **4.5.4.7. Variable: Afiliación Política**

La población con afiliación política al PT(Partido del Trabajo), que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 4.33; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.67.

La población con afiliación política al PT(Partido del Trabajo), que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 4; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.33.

La población con afiliación política al PRI(Partido Revolucionario Institucional), que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.64; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.92.

La población con afiliación política al PRI(Partido Revolucionario institucional), que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.91; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.5.

La población con afiliación política al PRD(Partido de la Revolución Democrática), que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 4.13; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 4.44.

La población con afiliación política al PRD(Partido de la Revolución Democrática), que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.71; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.

---

La población con afiliación política al PAN(Partido Acción Nacional), que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.84; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 4.04.

La población con afiliación política al PAN(Partido Acción Nacional), que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.98; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.36.

La población con afiliación política al PVEM(Partido Verde Ecologista de México), que conoce el Formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.42; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.7.

La población con afiliación política al PVEM(Partido Verde Ecologista de México), que conoce el Contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" del diario "8 Columnas", cuantifica en 3.9; mientras la población que no conoce tiene una opinión de 3.58.

## **CONCLUSIONES**

---

---

## CONCLUSIONES

En la presente investigación se ofrecen tres tipos de conclusiones: Teórico-Metodológicas, Técnicas y Temáticas.

Como conclusiones Teórico-Metodológicas tenemos que:

1. La Teoría General de Sistemas aportó un análisis sistémico, gracias al cual, se ubicó a la Naturaleza Comunicativa de la Opinión Pública y su relación con el Sistema Comunicativo, concluyendo que la Opinión Pública es un subsistema del sistema comunicativo porque cumple con los parámetros establecidos en cuanto a identificación, relación y selección de sus componentes.
2. La Opinión Pública comparte los elementos estructurales del Sistema Comunicativo: actores, instrumentos, expresiones y representaciones contenidos en el Modelo Dialéctico de la Comunicación.
3. La Teoría General de Sistemas permitió además ubicar histórica, cultural y socialmente a la empresa periodística "8 Columnas" sobre la que se basó el estudio de Opinión; así como a los elementos de la Opinión Pública: actores (suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan); instrumentos (la encuesta como herramienta de la Opinión Pública); expresiones (expresiones respecto al formato y contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco") y representaciones (como el conjunto de datos de referencia contenidos en las expresiones del grupo social y que tienen un significado para alguien), del formato y contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco".
4. Se concluye además que son las expresiones las que permiten colocar a la Opinión Pública, "tema central del presente estudio", en el ámbito comunicativo, ya que son precisamente las expresiones emitidas por un grupo social lo que importa a la Opinión Pública.

5. Así, las expresiones de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan respecto al formato y contenido de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" permitieron ubicar el presente estudio de Opinión Pública dentro del ámbito comunicativo.
6. Para definir y construir la Tabla de Especificaciones fue necesario establecer la relación entre la Teoría General de Sistemas, de Manuel Martín Serrano, Naturaleza Comunicativa de la Opinión Pública, planteada en el capítulo 1; y el capítulo 2 titulado "Ubicación histórica del diario '8 Columnas'", en el que se desarrollaron las características del formato y contenido de la sección Valle Cuautitlán-Texcoco, que constituyeron las categorías de la Tabla de Especificaciones.
7. La construcción de la Tabla de Especificaciones sirvió para operacionalizar los conceptos de conocimiento, opinión y variable sociodemográfica; para la elaboración de un Diagrama de Arboreación, una lista de equivalencias entre los indicadores y los reactivos y la construcción de un cuestionario piloto.
8. Se concluye que el procedimiento de la prueba piloto sirvió para identificar los errores en la pertinencia de los sujetos encuestados, el levantamiento de datos y la estructura de los reactivos del cuestionario final.
9. El método que se empleó es cuantitativo en el que se obtuvieron resultados basados en frecuencias, porcentajes y promedio.

Como conclusiones Técnicas tenemos:

1. El procedimiento de levantamiento de datos sirvió para comprender las características de la población, el tipo de levantamiento de datos, criterios de recolección de información y el reporte del levantamiento de datos, en donde se definió que:
  - Las características de la población permitieron encuestar al 100% de los integrantes.
  - En esta investigación se llevó a cabo un censo, ya que el número de elementos que componen la población es de 45 sujetos.

2. La técnica para la recolección de información empleada fue de manera personal y el cuestionario impreso.
3. Para el cruce de datos se empleó como herramienta los filtros que sirvieron para cuantificar los resultados. Esto permitió el cruce de datos entre los indicadores y las variable sociodemográficas; las categorías y las variables sociodemográficas, y sirvieron para probar o disprobar las hipótesis alternativas. Tomando en consideración como variables independientes las variables sociodemográficas(sexo, estado civil, edad, rol familiar, nivel escolar, nivel económico y afiliación políticas), así como variables dependientes los conceptos de conocimiento y opinión.

#### Conclusiones Temáticas:

La cuantificación de los resultados de los filtros permitió validar las hipótesis alternativas, consideradas en el capítulo 3 en el apartado 3.2., concluyendo que:

- El conocimiento que tienen los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco", no es del **80%** sino del **55%**.
- La opinión que tienen los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco" no es en una escala del 1 al 5 en **4**, sino de **3.85**.
- El sexo no determina en un **40%** el conocimiento que tienen los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco", sino en **67%**.
- El sexo no determina en **2** la opinión de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco", sino en **3.82**.
- La edad no determina en un **80%** el conocimiento que tienen los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan

- respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán- Texcoco", sino en **69%**.
- La edad no determina en **4** la opinión de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán- Texcoco", sino en **3.86**.
  - La afiliación política no determina en un **80%** el conocimiento que tienen los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán- Texcoco", sino en **66%**.
  - La afiliación política no determina en **4** la opinión de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán- Texcoco", sino en **3.88**.
  - El nivel escolar no determina en un **60%** el conocimiento que tienen los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán- Texcoco", sino en **69%**.
  - El nivel escolar no determina en **3** la opinión de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán- Texcoco", sino en **3.85**.
  - El nivel económico no determina en un **60%** el conocimiento que tienen los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán- Texcoco", sino en **62%**.
  - El nivel económico no determina en **3** la opinión de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán- Texcoco", sino en **3.89**.
  - El rol familiar no determina en un **60%** el conocimiento que tienen los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán- Texcoco", sino en **74%**.

- 
- El rol familiar no determina en **3** la opinión de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán-Texcoco", sino en **3.78**.
  - El estado civil no determina en un **70%** el conocimiento que tienen los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán- Texcoco", sino en **63%**.
  - El estado civil no determina en **3** la opinión de los suscriptores del diario "8 Columnas" del municipio de Naucalpan respecto al contenido y formato de la sección "Valle Cuautitlán- Texcoco", sino en **3.86**.

## **FUENTES DE CONSULTA**

## FUENTES DE CONSULTA

### Bibliográficas

1. ARMENTA Fraga, María Venus, Análisis de las Representaciones Contenidas en las Expresiones de Perceptores de Televisión. Tesis de Licenciatura, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1992.
2. BAENA Paz, Guillermina. Instrumentos de la Investigación: Tesis Profesionales y Trabajos Académicos. 13ª edición, México, Editores Mexicanos Unidos, 1986, 134 p.
3. GALLO Romo, Olga, Avances de la Tesis de Maestría. UNAM, Facultad de Ciencias Políticas, 2003.
4. GONZÁLEZ Llaca, Edmundo. La Opinión Pública. Bases preliminares para el Estudio de la Propaganda Política. México, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas, 1977, 69 p.
5. GONZÁLEZ Morales, Laura. "Módulo IV, Seminario Taller Extracurricular de Titulación La Opinión Pública". México, ENEP, Acatlán, Septiembre 2003.
6. HABERMAS, Jürgen. Historia y crítica de la Opinión Pública: La Transformación Estructural de la vida Pública. México, G. Gili, 1994, 337 p.
7. MARTÍN Serrano, Manuel. La Mediación Social. Madrid, Akal, 1977, 217 p.
8. MARTÍN Serrano, Manuel, Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia, UNAM, ENEP Acatlán, México, 1993.
9. MÉNDEZ Ramírez, Ignacio. El Protocolo de la investigación: lineamientos para su elaboración y análisis. México, Trillas, 1984, 210 p.
10. ROJAS Soriano, Raúl. Guía para realizar Investigaciones Sociales. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 13ª edición, México, UNAM, Plaza y Valdés S.A., 1994, 286 p.
11. Seminario Taller Extracurricular. La Opinión Pública, UNAM, ENEP Acatlán, 2003.
12. TORRES Lima, Héctor Jesús, La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y Áreas de Trabajo. Tesis de Maestría en Pedagogía, UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, 1994.

13. TORRES Lima, Héctor Jesús. "Módulo III, Seminario Taller Extracurricular de Titulación La Opinión Pública". México, ENEP Acatlán, Agosto 2003.

### **Electrónicas**

14. *Enciclopedia Microsoft® Encarta® 99*. © 1993-1998 Microsoft Corporation.  
Reservados todos los derechos.
15. [www.pulso.org/Espanol/Archivo/hemisphere.ht](http://www.pulso.org/Espanol/Archivo/hemisphere.ht)

### **Hemerográficas**

16. "8 Columnas", Director Tomás Flores, N.E. 13309, Año XXVI, 27 de noviembre de 2001.