



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN**

**Consejo Editorial del periódico REFORMA:
Estudio de Opinión Pública**

**SEMINARIO TALLER EXTRACURRICULAR
DE TITULACIÓN "LA OPINIÓN PÚBLICA"
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN PERIODISMO Y
COMUNICACIÓN COLECTIVA**

P R E S E N T A

JUAN ADOLFO CORONA LEÓN

ASESORA: LIC. OLGA GALLO ROMO

NOVIEMBRE, 2005

m350483



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico o impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: José Adolfo
Cardona León

FECHA: 29 Noviembre 2005

FIRMA: P.A. Nelly Liz Saguro

AGRADECIMIENTOS

A Dios

Por permitirme disfrutar de este momento tan importante en mi vida, porque nunca me abandonaste y porque me guiaste por el camino correcto.

A mi mamá

Por ser mi mayor inspiración y ejemplo en la vida, porque en los momentos difíciles siempre estuviste a mi lado y nunca perdiste la fe en mí. Con nada podré agradecerte todo el esfuerzo que hiciste por sacarnos adelante. Este trabajo está dedicado a ti, eres una mujer admirable, te quiero mucho.

A mi esposa

Por compartir la vida con una mujer extraordinaria, que me ha brindado amor, pasión, confianza, seguridad y felicidad; lo único que tengo para agradecerte es mi corazón, y te lo entregue desde que te conocí. Recuerda que mis triunfos siempre serán tuyos, te amo, nunca lo olvides.

A mi papá

El apoyo incondicional y los consejos que me diste fueron muy valiosos, nunca los olvidaré, eso me ayudó a llegar hasta este punto de mi vida, siempre lo llevaré en mi mente y en mi corazón.

A Ivonne

Tus palabras de aliento en los momentos más difíciles me dieron la fortaleza para seguir adelante, siempre estuviste a mi lado cuando más lo necesité y eso no sabes cuánto lo valoro, hermana, te quiero.

A Israel

Por compartir momentos inolvidables desde que éramos niños; siempre recordaré nuestras pláticas que me hacían reflexionar, sin tu apoyo no hubiera llegado hasta aquí, te quiero, hermano.

A Karen Fernanda

Desde que naciste cambiaste la vida de la familia por completo, llegaste en el momento oportuno y eso nos ayudó a todos a salir adelante, recuerda que siempre contarás conmigo, te quiero.

A mi familia

A todos ustedes que en diferentes momentos de mi existencia me apoyaron en este largo camino, les agradezco infinitamente, fueron parte esencial en mi formación.

A la familia Pérez Salguero

Por el apoyo y la confianza que en todo momento me brindaron, no sólo en la escuela sino también en mi vida personal sin importar las condiciones, muchas gracias.

A mis amigos de Acatlán

Convivir con amigos como ustedes fue el complemento ideal de mi estancia en Acatlán; compartimos situaciones extraordinarias que no se repetirán, ¿se acuerdan? Nunca los olvidaré, siempre tendrán un lugar muy especial en mi corazón.

A Olga Gallo

A usted maestra, por su apoyo desde que ingresé a Acatlán y por dedicar parte de su tiempo a este trabajo. Mi primera clase de géneros periodísticos la tomé con usted y desde ese momento me enamoré de la carrera, gracias por sus enseñanzas.

A mis maestros de Acatlán

Sin ustedes hubiera sido imposible llegar hasta aquí, a todos los profesores con los que tuve la oportunidad de tomar clase les estaré eternamente agradecido por mi formación y por lo que soy, me siento muy orgullosos de haber estudiado en la UNAM.

A mis compañeros del periódico REFORMA

A Ricardo Elizondo, director editorial de REFORMA, por aprobar esta investigación; a Francisco Almaraz, director del periódico METRO, por el apoyo que me brindó para realizar este trabajo; a Pedro Terán, editor de la sección Justicia de REFORMA, por tenerme confianza al brindarme la primera oportunidad de trabajar como reportero en uno de los diarios más importantes de México, y a todos mis compañeros, reporteros, fotógrafos, editores y diseñadores, con los que conviví durante mi estancia en el periódico.

Gracias a todas las personas que se hayan interesado, por la razón que sea, en leer este trabajo.

ÍNDICE

	Página
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1. BASES TEÓRICAS	7
1.1. Teoría General de Sistemas	7
1.2. El Sistema Comunicativo	16
1.3. El subsistema Opinión Pública	20
1.4. Teoría de la Mediación Social	24
1.5. Naturaleza comunicativa de la Opinión Pública	30
1.6. Historia de la Opinión Pública	31
1.7. Código de Ética	77
CAPÍTULO 2. REFORMA Y EL CONSEJO EDITORIAL DE JUSTICIA	89
2.1. Origen del GRUPO REFORMA	89
2.2. Desarrollo del GRUPO REFORMA	90
2.3. Situación actual	95
2.4. Organización del GRUPO REFORMA	96
2.5. Características del universo a estudiar	109
2.6. La Sección Justicia	115
CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO	123
3.1. Relación del Marco Teórico con la Tabla de Especificaciones	123
3.2. Sistema Hipotético	126
3.3. Variables	129
3.4. Tabla de Especificaciones	131
3.5. Arboreación	141
3.6. Cuestionario Piloto	145
3.7. Reporte del Cuestionario Piloto	148

3.8. Resultados del piloteo	149
3.9. Correcciones al cuestionario piloto	153
3.10. Cuestionario final	154
CAPÍTULO 4. LEVANTAMIENTO DE DATOS	157
4.1. Características de la población	157
4.2. Tipo de levantamiento de datos	160
4.3. Criterios para el levantamiento de datos	160
4.4. Reporte de levantamiento de datos	162
4.5. Lectura de datos	163
CONCLUSIONES	199
FUENTES DE CONSULTA	206
Anexos (consultar CD adjunto)	

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

*"El periodista tiene la obligación de agarrar la realidad,
soltarla en el papel y decírsela al lector,
de tal forma que le quede la impresión de haber estado ahí".*

Gabriel García Márquez

La información publicada en la prensa nacional tendría que basarse en los hechos y temas de interés para sus lectores; sin embargo, en muchos casos, lo que se presenta responde a intereses de índole político o económico.

Durante mucho tiempo decenas de diarios, hoy extintos e incluso otros que aún circulan, han recibido dádivas de grupos hegemónicos para beneficiarse de la coyuntura que se vive en determinados momentos de la vida nacional.

En los últimos años, el control de la información, pareciera que se ejerce desde los medios de información. Éstos deciden cuáles son los temas que debe consumir el público.

De acuerdo con algunos autores de la teoría funcionalista, un medio de comunicación como el periódico, tiene la tarea de hacer que la información se publique de manera veraz y oportuna para el lector.

Dichos teóricos aseguran que cuando se selecciona la información que va a circular a través de los medios de comunicación se les denomina reguladores, no sólo por el manejo que tienen sobre la información que publican sino por la calidad, temáticas y los tratamientos de los datos, por lo que a éstos se les considera como los principales organizadores del flujo de temas que se vierten a la sociedad.

Lo anterior permite afirmar que los medios de información son fundamentales para el desarrollo de México; sin embargo, existen algunos empresarios que interponen sus intereses antes que los de la colectividad.

Pero, ¿y los lectores?, ¿en dónde se ubican?, ¿se tienen que conformar con lo que publican los diarios?, ¿y el derecho a la libertad de expresión que se consigna en la Constitución mexicana, dónde queda?

Ante esta sequía de espacios, en la mayoría de los diarios de México, los lectores se pueden expresar de manera personal o a nombre de un grupo a través de cartas, teléfono, correos electrónicos y faxes, entre otras formas.

Hasta el momento, no existe alguna área en las empresas periodísticas que incluya en su organización a un cierto número de lectores o suscriptores para que sugieran temas o inquietudes sobre el contenido de los diarios.

No obstante, el Grupo REFORMA, en 1991 en la ciudad de Monterrey, fue pionero en la creación de lo que denominan Consejos Editoriales, ya que no hay precedente de este tipo de organismos en la estructura de algún periódico en América Latina. Su principal objetivo es la retroalimentación entre la empresa y una parte de sus lectores para mejorar el contenido de sus publicaciones.

La organización está integrada por los periódicos REFORMA, en la Ciudad de México; EL NORTE, en Monterrey; MURAL, en Guadalajara y PALABRA en Coahuila, entre otras publicaciones.

Cada uno de estos periódicos cuenta con una serie de Consejos Editoriales para las secciones y suplementos, y tienen como una de sus prioridades conocer los puntos de vista de sus lectores respecto a lo que se publica, con el fin de mejorar los contenidos y ofrecer un mejor diario.

Los grupos de trabajo se conforman en promedio por 12 ó 14 suscriptores y son seleccionados a partir de los siguientes criterios:

- a) Ser líderes en el ámbito en que se desarrollan, empresarios, amas de casa, representantes de colonias, comerciantes, profesionistas, etcétera.
- b) Personas de diferente nivel socioeconómico.
- c) De simpatía o militancia política diversa, entre otras características.

Los consejeros se reúnen una vez por quincena durante un lapso de nueve meses para dar sus opiniones o propuestas sobre la información que se podría emplear en las secciones y suplementos. La finalidad de las sesiones es mejorar el contenido que se maneja en el periódico para que se apegue más a los intereses de los lectores.

La organización de los Consejos Editoriales está a cargo de un coordinador por cada una de las secciones y suplementos; en el primer mes de cada año se contacta con los suscriptores que reúnan el perfil para formar parte del grupo; una vez seleccionados se les cita a mediados de febrero para darles la bienvenida con una cena e iniciar el periodo de sesiones.

El presente estudio es de carácter exploratorio, y su objetivo general es conocer la opinión pública del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA respecto al contenido de la misma, por lo que su importancia radica en saber qué tanto conocen los consejeros sobre la sección.

Por lo tanto, la opinión pública de un grupo social se puede conocer mediante la aplicación de una encuesta y se plantea la siguiente hipótesis nula: no se sabe cuál es la opinión pública del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA respecto al contenido de la misma.

La hipótesis general alternativa sostiene: las características sociodemográficas,

sexo, edad, rol familiar, nivel escolar, lugar donde vive y posición política. son variables que determinan la opinión pública del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA respecto al contenido de la misma.

El aporte teórico del presente estudio se encuentra en el Capítulo 1, donde se aborda a la opinión pública desde el ámbito comunicativo, al ubicar su origen a partir de las primeras civilizaciones, aparejada al surgimiento de la comunicación (naturaleza comunicativa).

Se da un repaso general al proceso histórico de la opinión pública, que comprende: la comunidad primitiva, Egipto, Grecia, Roma y la Edad Media, lapso en donde la opinión pública se genera como fenómeno social al interior de los grupos.

Es hasta el período de la Ilustración que a la opinión pública se le considerada como un objeto de estudio.

Además, sitúa a la opinión pública como parte del Sistema Comunicativo, al compartir los siguientes elementos estructurales: actores, instrumentos, expresiones y representaciones, contenidos en el Modelo Dialéctico de la Comunicación.

Los temas que plantea el Capítulo 2 son: el origen, desarrollo, situación actual y la organización del periódico REFORMA; las características sociodemográficas y las problemáticas del universo a estudiar, que en este caso es el Consejo Editorial de la sección Justicia.

El Capítulo 3, contiene la metodología para elaborar la Tabla de Especificaciones, la cual permite diseñar el cuestionario empleado en este trabajo de opinión pública. Del instrumento antes mencionado se desprenden la Tabla de Arboreación, Tabla de Equivalencias y la Prueba Piloto, cuya finalidad es afinar

detalles para la aplicación definitiva del cuestionario.

Respecto al Capítulo 4, se justifica por qué se elige al Censo como la herramienta de levantamiento de datos más adecuada para la investigación, así como los criterios para la recolección de la información.

Los resultados del presente estudio de opinión pública son cuantitativos y se obtuvieron mediante el levantamiento de datos, la aplicación de un cuestionario y, finalmente, la lectura de los mismos, al emplear las respuestas de las 30 preguntas aplicadas a los consejeros con el fin de saber cuál es el grado de conocimiento y su punto de vista respecto a la sección Justicia de REFORMA.

Las diferentes visiones que se generaron durante el estudio demuestran que el tema central de la investigación, la opinión pública, sigue vigente, asimismo, con la metodología empleada, basada fundamentalmente en la construcción de la tabla de Especificaciones, es posible efectuar estudios de opinión pública válidos y apoyados a la realidad.

CAPÍTULO 1

BASES TEÓRICAS

CAPÍTULO 1

BASES TEÓRICAS

En este capítulo se expone la postura teórica de la presente investigación y se plantea cómo se abordó a la Opinión Pública desde el terreno de la comunicación, por lo que fue necesario hacer un repaso al proceso histórico que abarca desde la Comunidad Primitiva hasta las perspectivas actuales, para identificar el momento en que se le consideró como tal al ser humano.

1.1. Teoría General de Sistemas

Para la Teoría General de Sistemas existen diferencias entre un sistema y un agregado:

"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".¹

"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 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".²

Martín Serrano define a los componentes del sistema a aquellos elementos que se organizan dentro del sistema.

¹ Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

² Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia. México, UNAM - ENEP Acatlán, 1993. pp. 94-95. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

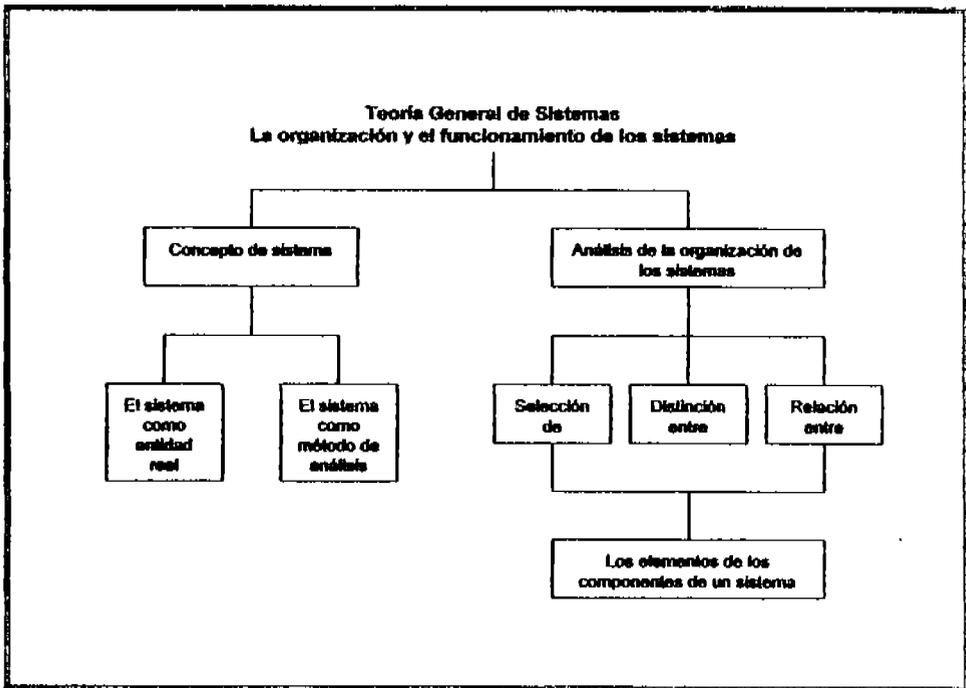
Cuando una entidad real cumple con los elementos necesarios para constituir un sistema, éste puede ser estudiado por la Teoría General de Sistemas como método de análisis.

Un sistema está organizado cuando sus componentes:

- a) Han sido seleccionados
- b) Se distinguen entre sí
- c) Se relacionan entre sí

El esquema 1 muestra a los elementos que conforman a la Teoría General de Sistemas.

Esquema 1



1.1.1. Selección de los componentes del Sistema

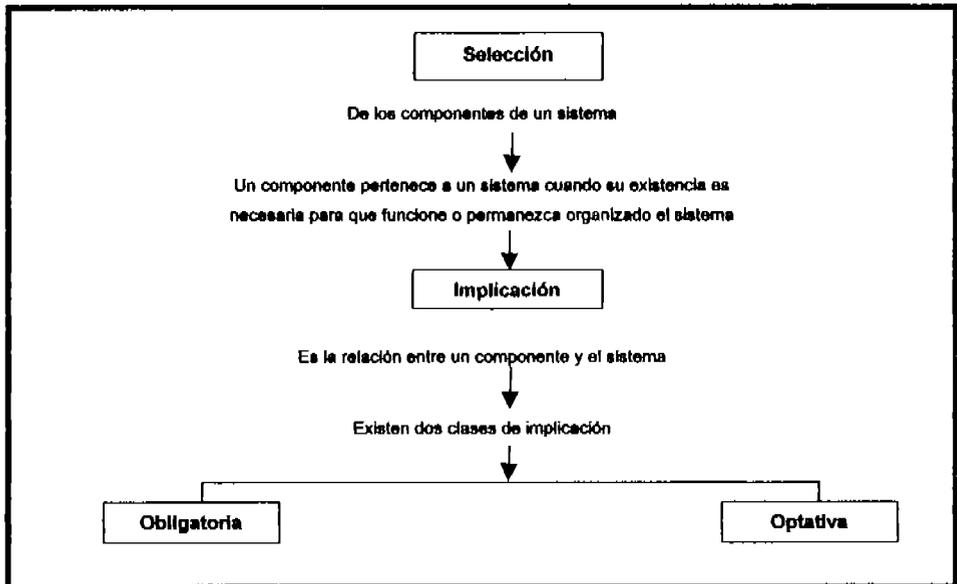
"Un componente pertenece a un sistema dado, cuando su existencia es necesaria para que el sistema funcione o permanezca organizado como tal sistema".³

A la relación entre el componente y el sistema Martín Serrano la denomina implicación y existen dos tipos:

- Obligatoria: cuando la desaparición del elemento afecta la existencia, el funcionamiento o modifica al sistema.
- Optativa: cuando el sistema puede funcionar sin desaparecer y sin transformarse, sustituyendo a ese componente por otro.

En el segundo esquema se presenta la selección de los componentes de un sistema y sus relaciones:

Esquema 2



³ Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia*. México, UNAM - ENEP Acatlán, 1993. pp. 96-97. Citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

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

Un sistema es totalmente Rígido cuando todos sus componentes son obligatorios.

Por otra parte, cuando un sistema está integrado por componentes absolutamente optativos sería Elástico.

De acuerdo con Martín Serrano existen elementos incorporados y los define como:

- Incorporados: son elementos que sin ser obligatorios u optativos para el desarrollo y existencia del sistema, aparecen con frecuencia en él; éstos necesitan del sistema, pero el sistema puede desecharlos sin modificarse.

1.1.2. Distinción entre los componentes del Sistema

"Un componente se distingue de otro u otros en el interior de un sistema dado, cuando las diferencias que existen entre ellos, o sus diferentes comportamientos son necesarios para que el sistema funcione o permanezca organizado como tal sistema".⁴

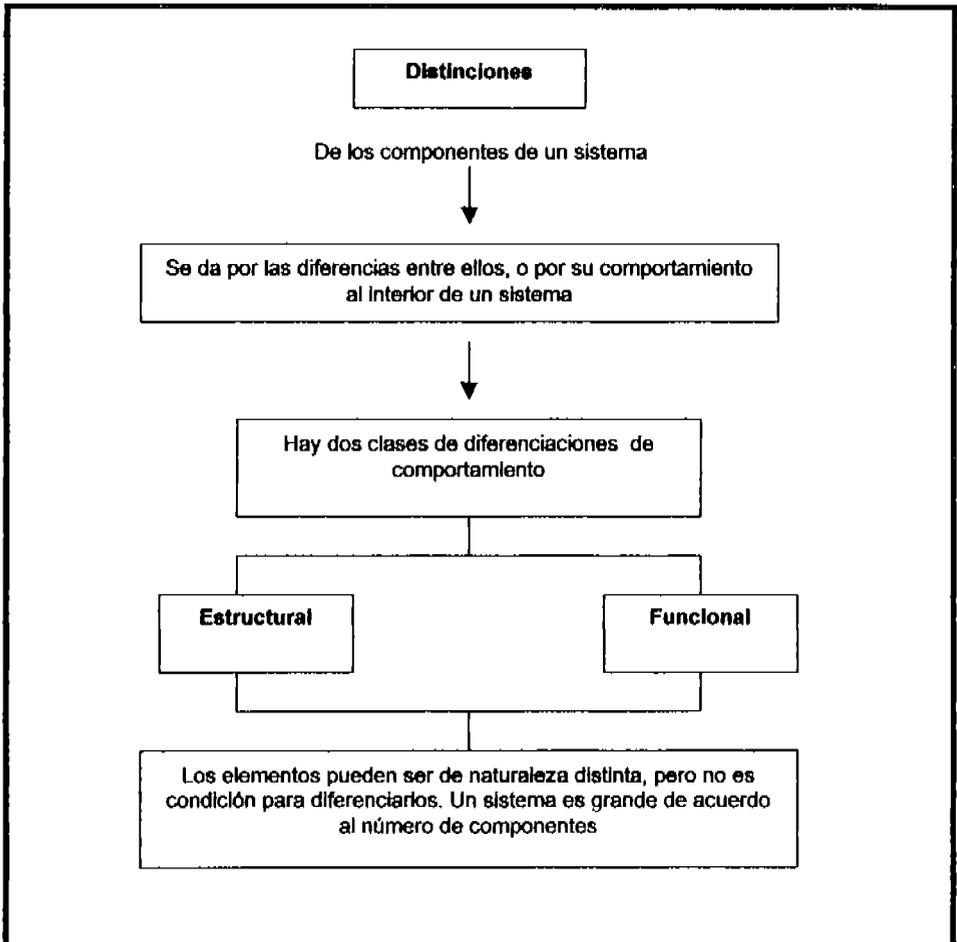
A la distinción entre los componentes se le nombra diferenciación y se divide en dos tipos:

- Estructural: es un elemento que ocupa un lugar específico para que el sistema funcione.
- Funcional: es un elemento que ocupa un lugar específico para que el sistema asuma su función en determinado momento, ese papel no puede ser ocupado por otro elemento.

⁴ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia. México, UNAM - ENEP Acahualtán, 1993. p. 98. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

En el tercer esquema se muestran las características de las distinciones del sistema.

Esquema 3



Por lo tanto, los elementos pueden ser de naturaleza distinta pero no en condición para diferenciarlos.

La diferenciación entre los elementos del sistema se basa en la existencia de elementos heterogéneos, es decir, de distinta naturaleza, sin que la diversidad de los componentes no sea una obligación para que aquellos se diferencien entre sí.

"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".⁵

1.1.3. Relación de los componentes del Sistema

"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".⁶ Las relaciones entre los componentes se le conoce como dependencias, el estado de cada componente se ve afectado por otro u otros componentes y viceversa.

Entre los componentes del sistema existen tres clases de dependencias:

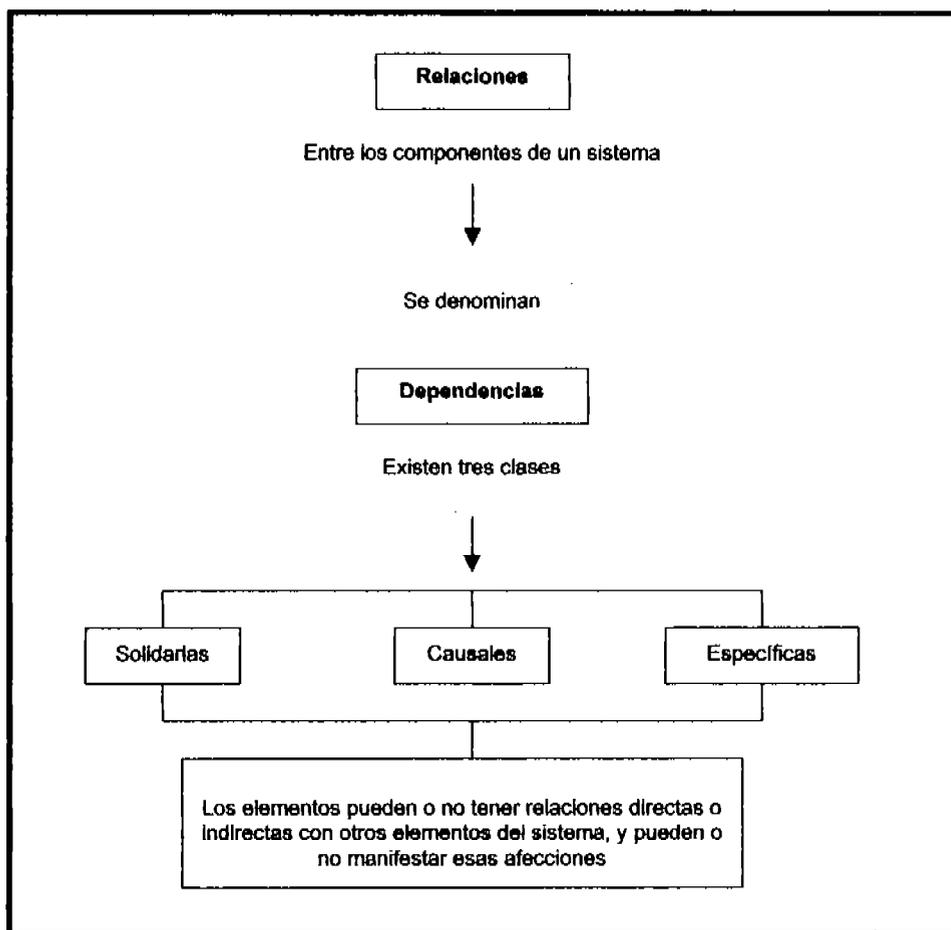
- Solidarias: cuando el cambio de un componente afecta necesariamente a otro(s) y viceversa.
- Causales: cuando el cambio de un componente afecta a otro(s), pero no a la inversa.
- Específicas: cuando el cambio de un componente afecta en ocasiones a otro componente.

⁵ Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

⁶ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia. México, UNAM - ENEP Acatlán, 1993. pp. 100. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

En el esquema 4 se muestran la relación entre los elementos del sistema.

Esquema 4



La dependencia que existe entre los componentes de un sistema no obliga a cada elemento a mantener relaciones directas de afectación con cada uno de los demás. Esta dependencia tampoco significa que cada componente manifieste aquellas dependencias que le afectan durante su existencia dentro del sistema.

1.1.4. Análisis Sistémico

"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 qué relaciones mantienen en el sistema".⁷

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' a: "... 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".⁸

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

⁷ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia. México, UNAM - ENEP Acatlán, 1993. pp. 102-103.

⁸ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia. México, UNAM - ENEP Acatlán, 1993. pp. 105. Citado por Gallo Romo, Olga, Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

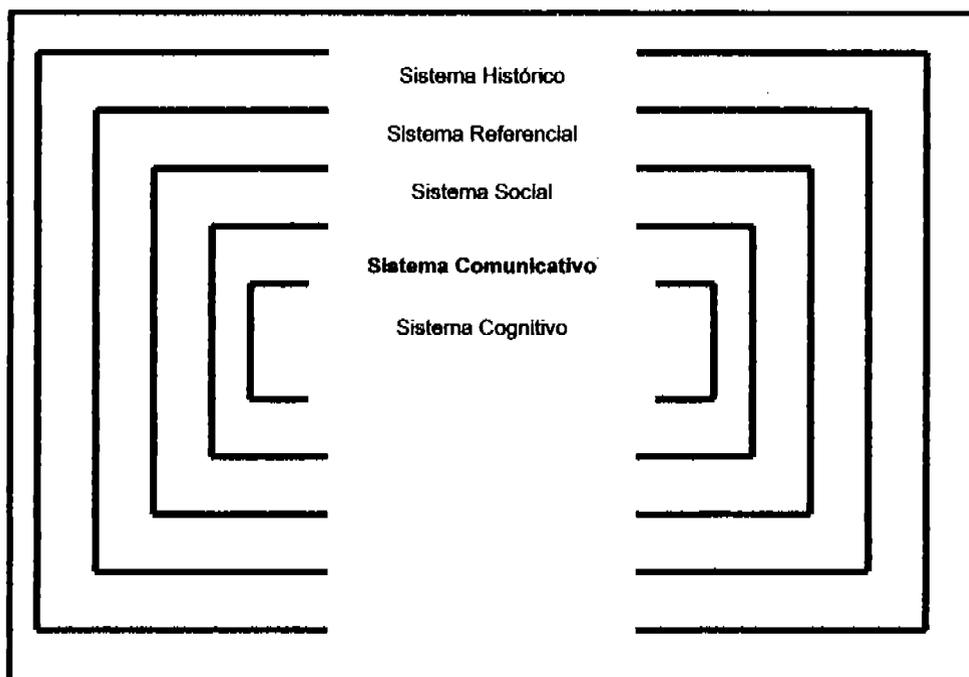
el comportamiento de sus componentes y de su conjunto, en sí, es menos previsible su organización".⁹

Un sistema es finalizado cuando interviene el ser humano y afecta a la organización o funcionamiento.

El Modelo General de los Sistemas, propuesto por Manuel Martín Serrano, señala que existe una clasificación de sistemas, la cual está integrada por cinco de éstos que son abiertos, interdependientes e interactuantes como se aprecia en el siguiente esquema.

Esquema 5

Modelo General de los Sistemas



⁹ Gallo Romo, Olga, *Avances de Tesis de Maestría*, México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

1.2. El Sistema Comunicativo

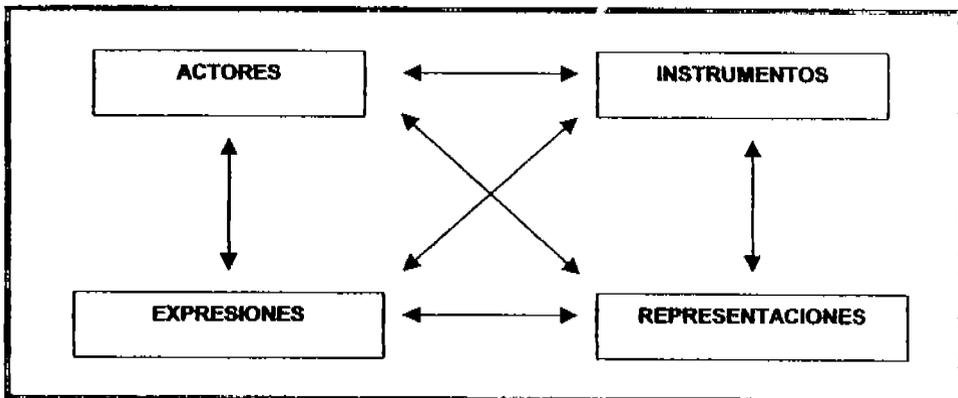
De acuerdo a la propuesta de sistemas, se define a la Comunicación humana como un sistema finalizado. En la comunicación intervienen componentes que están organizados, son heterogéneos y asumen funciones diferenciadas en el proceso comunicativo.

La comunicación humana tiene un objetivo, comunicarse entre Actores humanos y están ligados a ocupar las posiciones y desempeñar tareas que les asignan los comunicadores.

Martín Serrano plantea el siguiente modelo que se puede ver en el esquema 6:

Esquema 6

MODELO DIALÉCTICO DE LA COMUNICACIÓN



"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."¹⁰

¹⁰ Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

Por lo tanto, la comunicación es un sistema porque tiene componentes seleccionados, distinguidos y relacionados entre sí.

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."¹¹

Por su función, los Actores, quienes están involucrados 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."¹²
- "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 (1)."¹³
- Ambas funciones pueden coincidir en un mismo Actor.

¹¹ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia. México, UNAM - ENEP Acatlán, 1993. pp. 161. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

¹² Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia. México, UNAM - ENEP Acatlán, 1993. pp. 162. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

¹³ Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia. México, UNAM - ENEP Acatlán, 1993. pp. 163. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

(1) Uno de los actores en el proceso comunicativo, es quien recibe la información.

1.2.2. Instrumentos

Los instrumentos de comunicación son los aparatos biológicos o instrumentos tecnológicos, los cuales pueden acoplarse con otros mecanismos biológicos y tecnológicos para la producción, intercambio y recepción de señales.

- **Biológicos:** los instrumentos biológicos son el aparato fonológico, motriz y el cuerpo humano.
- **Tecnológicos:** esta clase de instrumentos se dividen en dos:
 - a) **Amplificadores:** funcionan sin modificar la naturaleza de la señal. Por ejemplo: el micrófono. "Los instrumentos son amplificadores que pueden salvar la distancia física o temporal entre los Actores."¹⁴
 - b) **Traductores:** cambian o traducen señales de un código energético a otro código. Ejemplos: la televisión y el telégrafo. "Algunos instrumentos son capaces además de traducir las señales de un sistema energético a otro."¹⁵

1.2.3. Expresiones

Las expresiones se componen, principalmente, de tres tipos de sustancia:

- **Sustancia:** se le denominará sustancia a cualquier cosa de la naturaleza, objeto fabricado u organismo vivo.
- **Sustancia Informada:** una sustancia está informada cuando se hace una mediación cognitiva en la cual se determina lo que ocurrirá con esta sustancia.

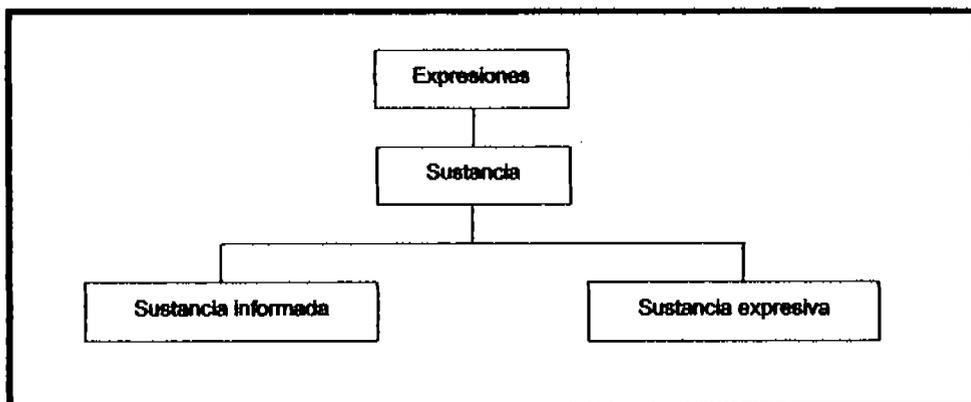
¹⁴ Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

¹⁵ Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

- Sustancia Expresiva: "a continuación, el actor debe alterar la sustancia de forma temporal o permanente, por medio de un trabajo expresivo, es decir a través de cierta clase de operaciones que lleva a cabo Ego¹⁶ con la materia de la sustancia cuando modifica su estado"¹⁷

En el esquema 7 se observa cómo se forman las expresiones.

Esquema 7



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

A las representaciones según su uso se les denomina como el "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."¹⁸

¹⁶ Se define a Ego como el actor que inicia el proceso comunicativo.

¹⁷ Gello Romo, Olga. *Avances de Teoría de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

¹⁸ Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia*. México, UNAM - ENEP Acatlán, 1993. pp. 167-168.

Existen tres modelos de representaciones:

1. "Representaciones que son modelos para la acción. Dan a la información un sentido que afecta al comportamiento.
2. "Representaciones que son modelos para la cognición. Dan a la información un sentido que afecta el conocimiento.
3. "Representaciones que son modelos intencionales. Dan a la información un sentido que afecta a los juicios de valor"¹⁹

Para que Ego y Alter realicen la acción comunicativa, es necesario que ambos realicen el trabajo expresivo a través de representaciones y que estén regidas por un mismo código, de no ser así, la comunicación sería ineficaz.

"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."²⁰

1.3. El Subsistema Opinión Pública

"Se parte de la idea de que la Opinión Pública forma parte del Sistema Comunicativo porque su único elemento, tanto de acción como de análisis, es la expresión, y ésta, precisamente, es el elemento definitorio de ambos sistemas."²¹

Por lo tanto, la Opinión Pública es un subsistema del Sistema Comunicativo y comparte sus elementos estructurales: actores, instrumentos, expresiones y representaciones.

¹⁹ Martín Serrano, Manuel, *Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia*. México, UNAM - ENEP Acatlán, 1993. pp. 168.

²⁰ Martín Serrano, Manuel, *Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia*. México, UNAM - ENEP Acatlán, 1993. pp. 169.

²¹ Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

De acuerdo con el Modelo Dialéctico de la Comunicación que propone Manuel Martín Serrano, 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 y el Sistema Comunicativo se dan en las expresiones, ya que éstas son las más importantes para la Opinión Pública. En este sentido, se definen a los elementos de la siguiente manera:

- **Actores:** son los grupos sociales en donde están inmersos los actores 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.
- **Representaciones:** éstas son las que orientarán y definirán la opinión del grupo social, lo anterior con base en las experiencias, intereses 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.

El ser humano tiene necesidades de diferentes clases, las cuales deben ser expresadas a través de algún instrumento de comunicación, de no ser así, el hombre 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 lo público que es el grupo social en sí mismo"²².

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 sobrevivencia del grupo social.
2. La producción de bienes materiales e inmateriales.
3. La conservación de la propiedad privada (territorio, medios de producción y mercancías o bienes).
4. El Estado (ejercicio del poder y sus consecuentes formas de acción).
5. La Cultura.
6. Medio ambiente o ecología.

²² Seminario Taller Extracurricular La Opinión Pública. Módulo 2, México, UNAM – ENEP Acatlán, junio del 2003.

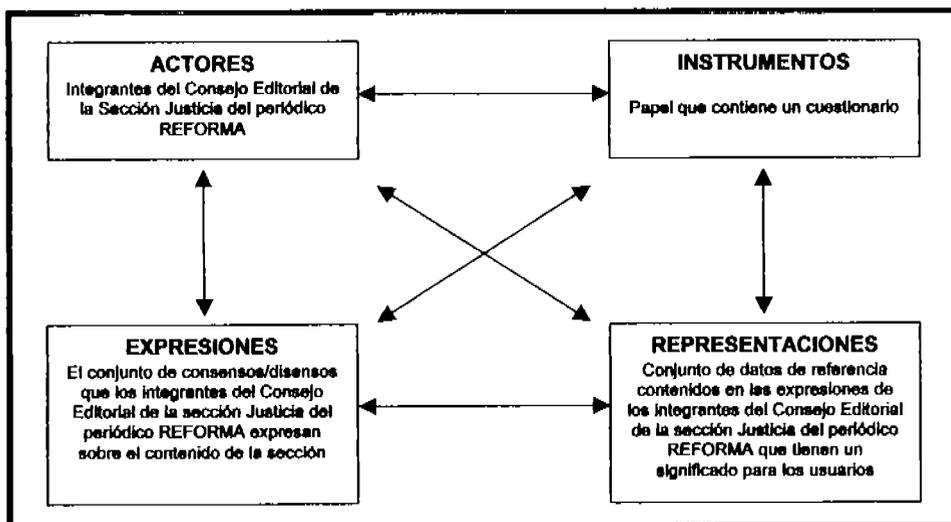
"Si alguno de los asuntos en debate no puede ser incluido dentro de alguna de estas temáticas, entonces no puede ser inherente y/o susceptible a lo que aquí se ha definido como Opinión Pública."²³

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 de Manuel Martín Serrano.

La presente investigación se basa en la Opinión Pública del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA y se representa de la siguiente manera en el esquema 8:

Esquema 8



²³ Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

1.4. Teoría de la Mediación Social

"La teoría de 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. 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."²⁴

Un modelo de mediación es un código a partir de dos perspectivas 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."²⁵

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.

²⁴ Armenta Fraga, María Venus. Análisis de las Representaciones Contenidas en las Expresiones de Perceptores de la Televisión. Tesis de Licenciatura. México, UNAM-ENEP Acatlán, 1992, pp. 1-2.

²⁵ Armenta Fraga, María Venus. Análisis de las Representaciones Contenidas en las Expresiones de Perceptores de la Televisión. Tesis de Licenciatura. México, UNAM-ENEP Acatlán, 1992, p. 2.

La 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. Por lo tanto, la significación del código, como control social, es una constante sociocultural.

Por lo tanto, la sociedad ha creado instituciones que actúan como intermediarias entre éstas y la población.

1.4.1. Instituciones Mediadoras

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

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.

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

Dado que el referente constituye el elemento fundamental de la veracidad, se dice con respecto a él que la comunicación es objetiva.

Bajo este criterio se adopta la relación que establece el médium con el referente como criterio para clasificar a los media (cine, radio, televisión y prensa) desde el

punto de vista de la comunicación según las características de sus lenguajes, como se muestra en el siguiente cuadro.

Características de los lenguajes

Relación del signo con el referente	Relación del mensaje con el referente		Características de los códigos
Abstracción	Acrónico (libro, radio)	Sincrónico (radio)	Particulares
Iconicos	Cine/TV	Media index (TV)	Generales
Características de los mensajes	Referentes sujetos al control mediador	Referentes resistentes al control del mediador	

1.4.2. Planos de la Mediación

Cuando existe disonancia entre lo que se informa y lo que acontece, surgen los planos que permiten la reducción de la disonancia.

Existen tres clases de planos:

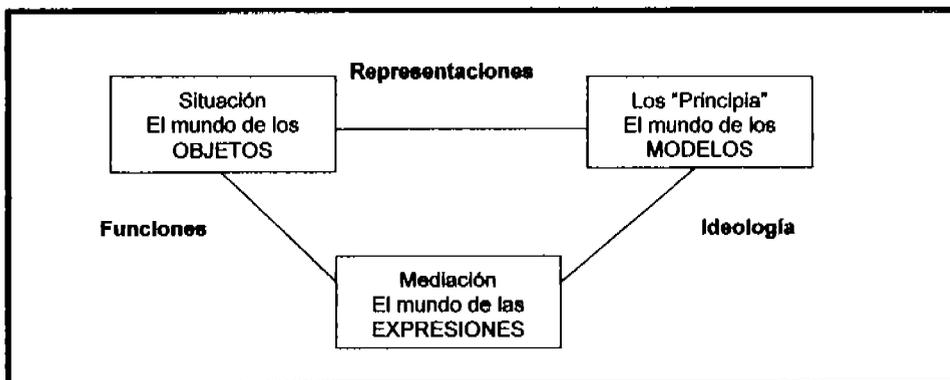
- Plano de la situación: está constituido por los cambios que el acontecer opera en la realidad social: un suceso que afecta al grupo, una norma que cambia, un código nuevo, etc.
- Plano de los "principia": constituido por las constancias cuya preservación es fundamental para la reproducción del grupo; 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.

"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 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 principios."²⁶

En cuanto a las clases de códigos mediadores, Martín Serrano propone la distinción entre tres tipos de mediaciones en función de los referentes mediados, como lo muestra el Plano Mediacional en el esquema 9.

Esquema 9



- 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 los actos expresivos.
- Son funciones las mediaciones que reduce la disonancia entre los objetos y los actos expresivos.

²⁶ Torres Lima, Héctor Jesús. *La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y Áreas de Trabajo*. Tesis de Maestría. México, UNAM – Facultad de Filosofía y Letras 1994, pp. 36-37.

1.4.3. Modelos Mediacionales

La Mediación se propone como el análisis histórico de las relaciones sociales, dentro de la misma existen cuatro modelos culturales y cuatro modelos sociales divididos de la siguiente manera:

CULTURALES	SOCIALES
Medieval	Mosalco
Ilustración o Enciclopedismo	Jerárquico
Capitalismo	Articular
Capitalismo Monopólico	Latente o abstracto

a) 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; sino 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."²⁷
- 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."²⁸

²⁷ Torres Lima, Héctor Jesús. La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y Áreas de Trabajo. Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Filosofía y Letras, 1994, pp. 41.

²⁸ Torres Lima, Héctor Jesús. La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y Áreas de Trabajo. Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Filosofía y Letras, 1994, pp. 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; habla 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."²⁹ Lo anterior originó importantes cambios en la percepción ideológica del mundo y da paso al 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."³⁰

b) 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".³¹

²⁹ Torres Lima, Héctor Jesús. La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y Áreas de Trabajo. Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Filosofía y Letras, 1994, pp. 43-44.

³⁰ Torres Lima, Héctor Jesús. La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y Áreas de Trabajo. Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Filosofía y Letras, 1994, pp. 45.

³¹ Torres Lima, Héctor Jesús. La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y Áreas de Trabajo. Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Filosofía y Letras, 1994, pp. 47.

- 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.
- 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."³²
- 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."³³

1.5. Naturaleza Comunicativa de la Opinión Pública

En este apartado se conocerá cómo la Opinión Pública ha estado presente en la evolución del hombre. Su desarrollo a partir de la comunidad primitiva y la transición a través de Mesopotamia, Egipto, Grecia y Roma, culturas donde paulatinamente se manejó el tema de la Opinión Pública, aunque no se menciona como tal, pero está presente como fenómeno social.

La comunicación humana es una conquista de la evolución del hombre que ha permitido desarrollar la vida social, que asimismo se ha sobrepuesto dialécticamente al individuo. En este sentido, se dice que la comunicación es la que propicia todo el desarrollo y la convivencia social.

³² Torres Lima, Héctor Jesús. La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y Áreas de Trabajo. Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Filosofía y Letras, 1994, pp. 48-49.

³³ Torres Lima, Héctor Jesús. La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y Áreas de Trabajo. Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Filosofía y Letras, 1994, pp. 49.

Desde la aparición y evolución del hombre, la comunicación se ha dado en su vida cotidiana; desde que el hombre surge como especie, busca la manera de subsistir, para lo cual se vale de su entorno ecológico, y para buscar satisfacer sus necesidades forma grupos y coaliciones con el fin de elevar su nivel de vida.

"La comunicación es un hecho social que se encuentra en congruencia con los fines de la especie humana (salvaguardar el conjunto de interpretaciones que se dan sobre el acontecer y lo que en él pasa para que el hombre tenga un sentido en la vida) y del mismo grupo social para conservar territorio, bienes materiales o inmateriales"³⁴

Además de que la comunicación está presente en todas las sociedades que han existido, es un elemento estructurante de la personalidad humana. Permite la transmisión de las costumbres, actividades, hábitos y el progreso en las distintas razas.

La comunicación está equifinalizada desde el principio de la sobrevivencia del género humano, porque mantiene la permanencia de la vida y el desarrollo en términos de calidad de vida.

1.6. Historia de la Opinión Pública

A lo largo del tiempo el ser humano ha experimentado un conjunto de transformaciones biológicas, intelectuales y sociales; dichos cambios han sido plasmados en la historia mediante testimonios orales y escritos, como es el caso de la Opinión Pública que surgió desde los orígenes de la humanidad.

En los siguientes apartados se presenta un esbozo general de la Opinión Pública a través de los periodos más representativos de del hombre.

³⁴ Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

1.6.1. Comunidad Primitiva

Los primeros indicios de la cultura humana se presentan en el periodo paleolítico, que comprende desde el surgimiento del homo habilis, hace 2 ó 3 millones de años, hasta hace aproximadamente 9 mil años, lapso en el que surgió el homo sapiens, la figura del hombre actual.

"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 el hombre, quizá a fines de la Era Terciaria, hace 1.8 millones de años."³⁵



Instrumentos de piedra paleolíticos. Con el tallado de las rocas se comienza paulatinamente la hominización, es decir, asume una posición erecta y se desarrollan estructuras mentales más complejas.³⁶

Desde el surgimiento del homo sapiens, hace 38 mil años en la época del paleolítico superior, el desarrollo humano avanzó hasta lograr una evolución psíquica y social.

³⁵ Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

³⁶ "Instrumentos de piedra paleolíticos". *Biblioteca de Consulta Microsoft Encarta* © 2004. © 1993-2003 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

Con dicho proceso el hombre se volvió consciente de su propia existencia y se desligó de los demás seres de la naturaleza, esto lo llevó a formar y mejorar redes simbólicas que le habian de consentir una comunicación con lo inmediato (lenguaje) y con lo trascendente (magia, religión, esto con miras para permanecer en otro mundo).

De este modo, surgen fenómenos conductuales comunes a los individuos en cualquier sociedad humana y adquiridos durante la historia evolutiva, como la presencia del lenguaje simbólico, la religión, el arte, el comportamiento maternal, el juego social, el uso y la manufactura de artefactos, etcétera.

Los primeros indicios que el homo sapiens dejó en paredes y techos de galerías subterráneas, son dibujos, algunos a escala natural, con colores llamativos de caballos, bisontes, renos íbices, jabalíes, bóvidos salvajes, rinocerontes lanudos y mamuts peludos. A veces, los artistas plasmaron figuras humanas con máscaras e insignias con forma de pene y vulva, y manos misteriosas, lo cual tenía, tal vez, que ver con la reproducción, esencial para ellos porque les preservaba la sobrevivencia y la conservación de la especie a través de los años.

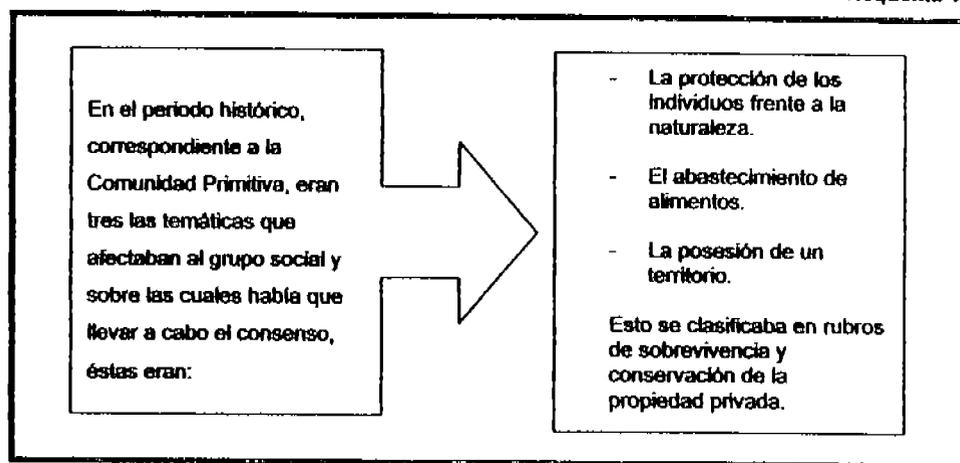


Cueva de Altamira. Los bisontes que se observan en la imagen son una muestra del conjunto de pinturas prehistóricas creadas por el hombre en el periodo paleolítico.³⁷

³⁷ "Cueva de Altamira". *Biblioteca de Consulta Microsoft ® Encarta ® 2004.* © 1993-2003 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

Lo anterior, lleva a caracterizar a la Opinión Pública dentro de este periodo como fenómeno, no como objeto de estudio, porque surge desde el inicio del grupo social, que es precisamente lo que se denomina Comunidad Primitiva, tal como se aprecia en el esquema 10.

Esquema 10



1.6.2. Sedentarización del hombre

Al sedentarizarse, el hombre acarreó modificaciones sustanciales en la manera de entender al mundo. Por un lado, el resguardo de su medio natural se convirtió en una prioridad, y simultáneamente propició la devastación del entorno, conforme fueron creciendo las comunidades. Por tal motivo, en la actualidad el cuidado y conservación del ecosistema es importante para todo el mundo.

“La sedentarización supuso un cambio fundamental en la manera de concebir el hábitat humano. El hombre se agrupó en poblados en los que, aparte de los recintos privados, se hicieron precisos los lugares comunitarios y las construcciones defensivas. El uso de la piedra y el barro permitió la aparición de

nuevas formas de habitación, en las que se advina una cierta preocupación por la decoración interior y exterior de los muros mediante pinturas e incisiones.³⁸

Jean Jacques Rousseau, sostiene que el hombre en estado natural es un ser individual, sin embargo, las características adversas a las que se enfrenta a diario, tiene que ceder esta libertad propia e individual a cambio de una libertad colectiva que le permitirá vivir con mayor seguridad dentro del grupo social.

No son las capacidades innatas que posee el hombre lo que lo hace ser una de las especies más desarrolladas:

La capacidad para aprender de su entorno, y así no sólo saclar sus necesidades básicas, sino también buscan formas de trascendencia espiritual.

1.6.3. Mesopotamia

La civilización mesopotámica se creó por el conjunto de pueblos establecidos en el Próximo Oriente, y por la rivalidad entre éstos y las continuas etapas de esplendor permitieron desarrollar la primera cultura de la historia, con la aparición de la escritura.

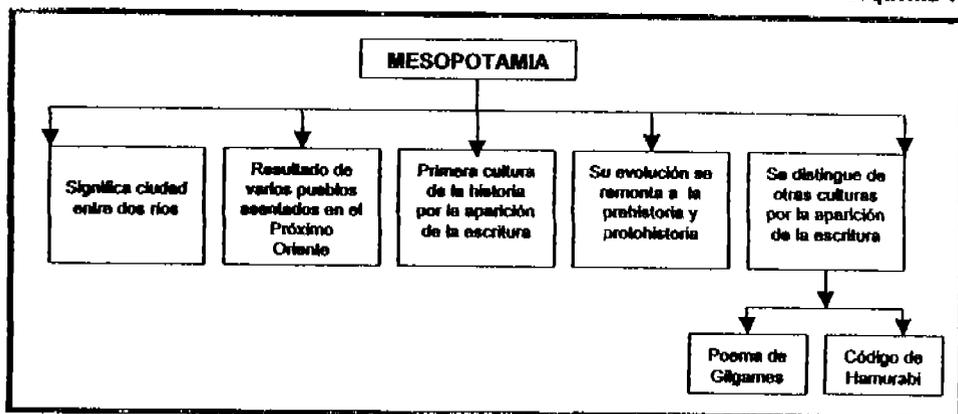
El imperio mesopotámico se asentó en el cauce de los ríos Tigris y Éufrates, lo que actualmente es Turquía, Siria e Irak y desemboca en el Golfo Pérsico, donde se crearon ciudades como Mari, Uruk o Nínive, que fueron el legado de varias dominaciones y dieron pie, durante el siglo VI a. J. C., al imperio babilónico, donde se sintetizan aportaciones artísticas de Mesopotamia.

"El surgimiento y desarrollo de la cultura mesopotámica se remonta al periodo del Paleolítico Inferior, por lo que su trayectoria y desarrollo corre de manera paralela con otras culturas. Sin embargo, existe una clara distinción entre ésta y las demás,

³⁸ Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

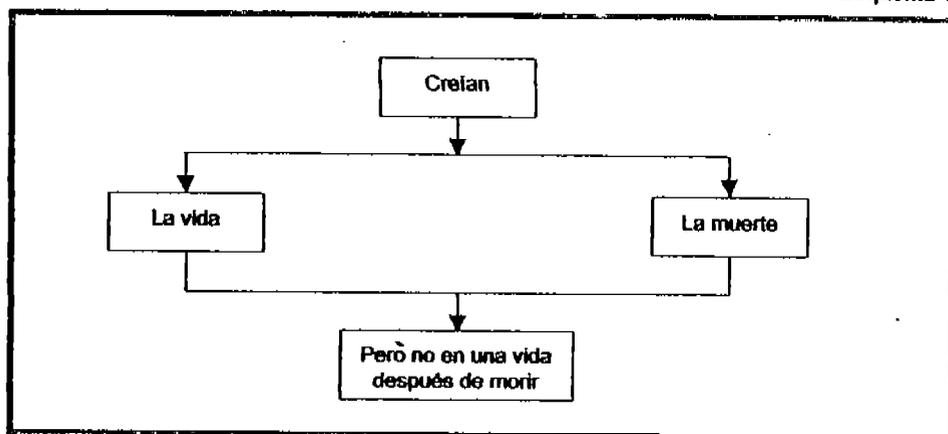
debido fundamentalmente al importante legado de la escritura que hacen los mesopotámicos, hecho que los sitúa como la primera civilización de la historia, alejándose así de todas las culturas prehistóricas por la creación de los dos principales legados de la Antigüedad: el poema de Gilgames y el Código de Hammurabi.³⁹ (Véase esquema 11).

Esquema 11



Mesopotamia, además de que comparte con otras culturas de esa época, tenía preocupaciones en cuanto a la vida y la muerte, como lo muestra el esquema 12.

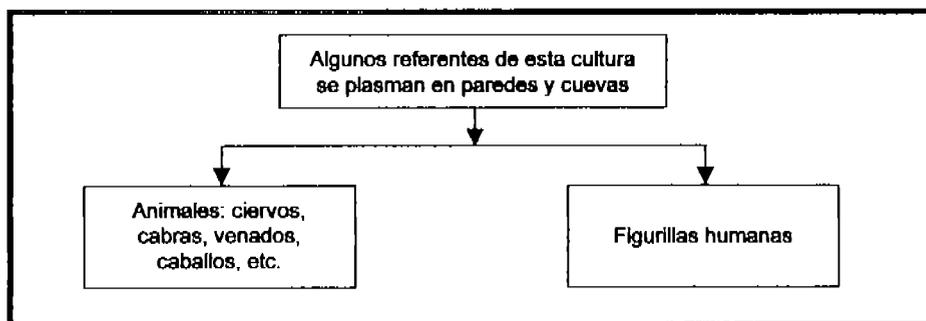
Esquema 12



³⁹ Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

Las preocupaciones que los hombres de Mesopotamia las plasmaban en pinturas dejadas en las paredes de las cuevas, así como en las figuras de barro. Los referentes afines en ambas eran los animales (ciervos, caballos, renos, cabras, etcétera) a los cuales veneraban y ofrecían ritos por ser la principal fuente de alimento e inclusive llegaron a ser el centro de adoración en las ceremonias religiosas. (Véase esquema 13).

Esquema 13

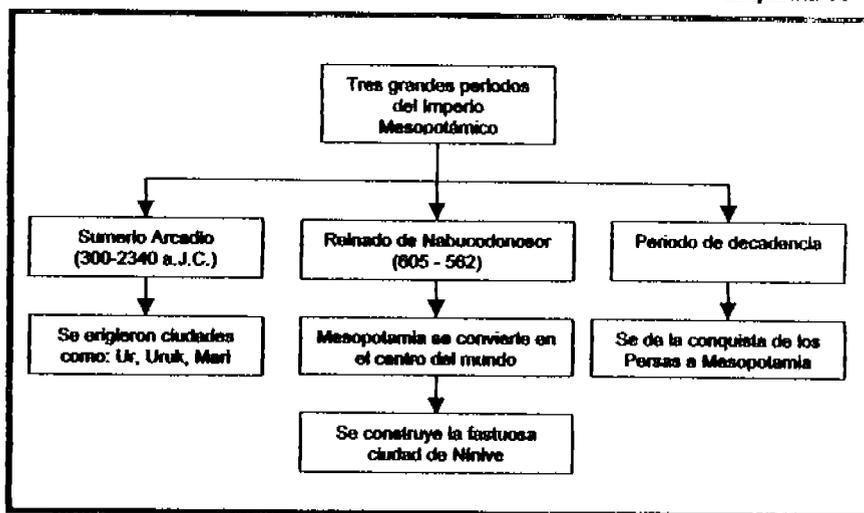


Hasta hace pocos años, nadie ponía en duda que Egipto fue la cuna de la civilización, pero actualmente se sabe que dicha cuna es Mesopotamia. Incluso La Biblia, aunque no de manera directa, la menciona a esta civilización que en traducción del topónimo griego significa "país entre dos ríos".

"Tras una primera fase prehistórica y protohistórica, podemos distinguir tres grandes períodos, referidos a las distintas dominaciones que llevaron al cenit del imperio Babilónico: el Imperio sumerio-acadio (hacia 3000-2340 a. J.C.) durante el cual diversas ciudades estado rivalizaron entre sí y brillaron ciudades como Ur, Uruk y Mari; el primer imperio Babilónico se convirtió nuevamente en Imperio con la conquista de Egipto y posibilitó la fastuosidad que sus reyes dieron a la ciudad de Nínive. Pero no sería hasta el reinado de Nabucodonosor (605-562) cuando Babilonia se convirtió en el centro del mundo, simbolizada por la mítica *Torre de*

Babel, hasta la conquista persa, con la que se inició el período de decadencia.⁴⁰
 Para sintetizar lo anterior, el esquema 14 nos muestra el desarrollo mesopotámico.

Esquema 14



En el siglo XIX (1849 - 1850) se descubren las ruinas del palacio de Nínive, donde se encontró la biblioteca de Assurbanipal con más de 26 mil tablillas, en las que se reunía el saber de los babilonios y asirios. Así fue como Babilonia poseía 53 templos dedicados a los dioses, 55 consagrados al dios imperial Marduk, 300 deidades de la tierra y 600 del cielo.

Mesopotamia se incorpora a la historia en el período del IV al III milenio. En esos momentos se crean las primeras tablillas de escritura pictórica, encontradas en Tell Abu Salabij, manuscritos que con el paso de los años transitó de ser lineal para terminar en un sistema de signos abstractos.

Para los egipcios, la religión se basaba en la vida más allá de la muerte; y para Mesopotamia, siempre negó la posibilidad de la vida sobrenatural. Por tal motivo,

⁴⁰ Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

las formas artísticas aparecieron como exaltación del poder temporal, encarnando al rey.

“En la epopeya de Gilgames se puede observar la visión de la muerte vigente en la civilización mesopotámica. Esta epopeya es el poema épico más antigua conservado y, muy posiblemente, uno de los primeros documentos escritos de la historia humana. Fue redactado hace cuatro mil años en doce tablas de arcilla en donde se cuenta la historia de Gilgames y Enkidu, éste último creado como Adán del barro por la diosa Ururu para destruir a Gilgames. Uno de los temas fundamentales es su concepción de la muerte como condenación, como infierno. Ningún cuerpo humano, ni el de héroes como Gilgames perdurará en el más allá.”⁴¹

Las artes en Mesopotamia buscaban predicar y exaltar la vida. La lengua sumeria y la arcadia no poseen vocablos que representen a lo artístico ni a la belleza, el concepto de bello va unido al de bueno. Lo bello y lo bueno es agradable y gozoso, asimismo lo opulento y lo desmesurado. Pero, también se refiere el contexto, el miembro viril y la acción de “yacer con...” En sí, lo bello se liga con el placer y la vida.

En las tumbas no adquirían relevancia en el arte mesopotámico; y a mediados del III milenio, cuando el temor ante la muerte estimulaba a los héroes mitológicos a encontrar las hierbas de la inmortalidad.

“Los dioses eran seres que podían intervenir en las cosas de los hombres, y eran también poseedores de la tierra, de sus frutos y de sus riquezas. Los campesinos cultivaban las tierras de las divinidades y entregaban las cosechas al templo. Los artesanos ofrecían también parte de su producción a la casa de los dioses. El templo aseguraba los útiles precios, los animales de carga e incluso las semillas.

⁴¹ Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

"Los gobernantes eran sólo los administradores de los dones de las divinidades, de las raciones periódicas y especiales que se repartían a la comunidad".⁴²

La cultura mesopotámica, al igual que todas las culturas que han surgido en la historia del ser humano, siempre han pensado ser entes superiores, que no son terrenales, mejor dicho divinos.

El poder, en ocasiones, irracional de los reyes generó una inédita clase social reconocida y respetada, la burocracia, que laboraba en el palacio, eran reconocidos como "hijos del palacio", al mismo tiempo eran respetados y envidiados por los más pobres.

1.6.4. Egipto

Es importante señalar que Egipto es la cultura más representativa de Mesopotamia. Recordemos que, en un principio, ésta última se formó de la unión de distintos pueblos a las orillas de los ríos Tigres y Éufrates, y desde ese momento diversas poblaciones se esparcieron por dicha región.



Vestigios de la cultura egipcia. La Esfinge de Gizeh fue construida por orden del faraón Kefrén, al que posiblemente representa, en el III milenio a.C. La Pirámide de Keops se encuentra a la derecha y la de Kefrén a la izquierda.⁴³

⁴² Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*, México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

⁴³ "Vestigios de la cultura egipcia". *Biblioteca de Consulta Microsoft © Encarta © 2004. © 1993-2003 Microsoft Corporation*. Reservados todos los derechos.

El esplendor que envuelve a la cultura egipcia muestra su complejidad desde que nació en el tercer milenio antes de nuestra era y perduró cerca de tres mil años. Una de las contribuciones más sobresalientes de esta civilización es la escritura jeroglífica.

El establecimiento de los egipcios parten del periodo Neolítico, donde habítaban dos culturas, la primera conocida como Alto Egipto, al sur, y al segunda en el Bajo Egipto, en el tercer milenio antes de nuestra era, bajo la tutela de un solo mandatario, que volvió a Egipto faraónico en el Imperio que ha permanecido por más tiempo en el desarrollo histórico del hombre.



Máscara funeraria de Tut Anj Amón. La máscara del faraón egipcio Tut Anj Amón está realizada en oro con incrustaciones de lapislázuli y joyas. Procede del sarcófago donde se encontraba la momia.⁴⁴

Para comprender el mundo egipcio se debe tomar en cuenta la cronología, porque éstos no poseían un sistema cronológico único ni continuo. El principio de cada reinado suponía el reinicio, pero no continuo. Cada comienzo comprendía el retomo al año I.

⁴⁴ "Máscara funeraria de Tut Anj Amón". *Biblioteca de Consulta Microsoft ® Encarta ® 2004*. © 1993-2003 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

"Los estudios realizados han permitido establecer que la historia egipcia se inicia hacia el año 3000 (final del período predinástico), con una primera dinastía de 2920 a 2770 a. J.C. Ello no quiere decir que la civilización egipcia comience en este periodo, fue en los dos milenios anteriores cuando se asentaron los principios que luego definirían la cosmovisión egipcia: la lengua, la religión, las instituciones."⁴⁵

En la estructura social egipcia, el rey ocupaba el rango máximo, era un dios o emisario de un dios y fue adorado. Se le relacionaba al dios – halcón Horus, primer autoridad de Egipto, el faraón (dicho término se usó hasta el primer milenio, cuando ya no representaba respeto y veneración) se ligaba estrechamente a los dioses; éste procuraba a los desposeídos, a los débiles, procurando gobernar con justicia. Al momento de la transición del mandato no era temporal, sino de orden cósmico.

El clero tenía como cargo divino mantener la creación y el equilibrio universal, por lo que se aleja de la anarquía y se hizo posible la vida.

"Como en cualquier otra religión, la creación del mundo es el acontecimiento que genera la compleja red de divinidades egipcias. La primera cosmología que se elaboró para constituir un verdadero sistema teológico fue la del santuario de Heliópolis, que tuvo en el número nueve sus sistema de ordenación."⁴⁶

Cualquier manifestación eran de carácter oficial, distantes al entusiasmo popular, y que afectaban al mantenimiento del orden cosmogónico reflejado bajo los preceptos del poder momentáneo de la realidad espiritual del pueblo: en los templos los fieles no se podían reunir, sólo se podían congregarse los sacerdotes.

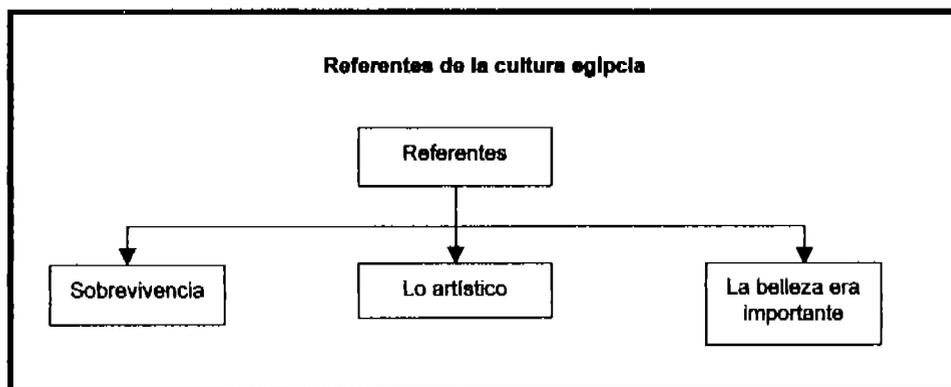
"El concepto de bello entre los egipcios no tiene una única acepción, no es unívoco en su significado, ni tan sólo existe una palabra única en Egipto que condense el

⁴⁵ *Historia del Arte*. No. 40, p. 65. Citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

⁴⁶ Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

concepto de bello o de belleza. Desde los tiempos del Imperio Antiguo, cuatro son los términos que se refieren de un modo u otro a lo bello: *nefer*, *tut*, *ménej* y *tehen*. De ellos, el más habitual es el de *nefer*, que se aplica frecuentemente a la diosa Hator, la bella, y a otras mujeres cuyos cuerpos y rostros son dignos de ser admirados y cuya contemplación produce placer, como debemos suponer ocurría con la famosa reina Nefertiti ('la bella ha llegado').⁴⁷ (Véase esquema 15)

Esquema 15



1.6.5. Periodo Greorromano

El uso de la Opinión Pública como un elemento del gobierno democrático tiene un legado que se remonta a los griegos. Los principales supuestos 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.

⁴⁷ *Historia del Arte*. No. 40, p. 79. Citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

- "El consenso será la base de la acción pública..., de esta manera, se supone que las opiniones de la mayor a tienen el control, pero las minorías reciben protección".⁴⁸

Al mencionar a las repúblicas democráticas, se supone que los temas de interés público se solucionan a través del consenso ciudadano (sin tomar en cuenta a los esclavos) y no por obligación gubernamental.

"De esta manera, en Esparta y Roma la Opinión Pública era un ejercicio cotidiano de los ciudadanos, la cual tenía su expresión más clara en las Asambleas (en las que se reunía generalmente a todos los integrantes del grupo social con derecho a opinar), Comicios y Plebiscitos -práctica democrático de uso más frecuente en Roma- o, también, en charlas informales de los ciudadanos reconocidos (líderes de opinión) en los diversos ágoras de la ciudad."⁴⁹



Rómulo y Remo. Una de las esculturas más significativas de la cultura romana, lugar en donde la Opinión Pública era un ejercicio cotidiano, además de que los temas de interés general se solucionaban a través del consenso ciudadano.⁵⁰

⁴⁸ Kimball, Young. *La Opinión Pública y la Propaganda*. p. 13. Citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

⁴⁹ Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

⁵⁰ "Rómulo y Remo". *Biblioteca de Consulta Microsoft Encarta* © 2004. © 1993-2003 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

La Opinión Pública, como fenómeno sin nombrar, tenía una representación importante para tomar las decisiones políticas que incidían de manera directa para la protección y preservación del grupo social porque se daba por entendido que la voluntad social era primordial. Por tanto, un conjunto de hombres se asumían como un solo cuerpo y tienen un fin práctico, conservar el bienestar general.

El tema que ocupaba mayor espacio era la política en Grecia y Roma, y se destacan dos aspectos:

- "La expresión de la Opinión Pública es una forma de comunicación del grupo social que en ocasiones recurre a la retórica, que implica el discurso de un orador que expone sus puntos de vista ante iguales y los trata de persuadir con argumentos y conclusiones. Esto es importante, ya que se reconoce que para que exista una expresión de la Opinión Pública es necesario poseer un criterio formal que es el de tratar al otro exactamente como igual y porque se reconoce que la expresión de la Opinión Pública puede ser persuadida.

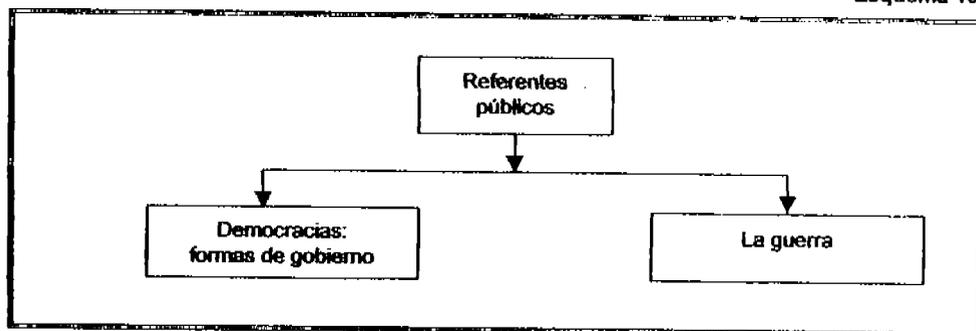
- "La expresión de la Opinión Pública no es homogénea es un conjunto de expresiones que tiene diversos sentidos y magnitudes. Esto resulta significativo porque se reconoce que la Opinión Pública no es una sola expresión de la Opinión Pública, sino que hay diversos matices al respecto de un solo tema, no sólo en cuanto a lo que se dice, sino también al número de personas que lo dicen".⁵¹

"La expresión de la Opinión Pública no da cuenta de la veracidad, es decir, es una expresión de lo que los individuos 'dicen', dicen que piensan, dicen que hacen, pero no es el resultado de un proceso mental riguroso ni científico. Esto es importante porque se asevera que la expresión de la Opinión Pública "puede

⁵¹ Torres Lima, Héctor. La Naturaleza Comunicativa de la Expresión de la Opinión Pública. Segundo Coloquio de Comunicación. México, UNAM - ENEP Acatlán, 1995, pp. 6-7. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

mentir" y con ello se reconoce la existencia de una limitante: el conocimiento de la expresión de la Opinión Pública no es la mejor, ni la única vía para saber qué está sucediendo en el grupo social.⁵² (Véase esquema 16).

Esquema 16



1.6.6. Periodo Medieval

En la Edad Media la Opinión Pública cambió visiblemente de referente al dejar de lado a la política y apegarse totalmente a la religión.

"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."⁵³

Para el punto de vista cristiano, Jesucristo tiene el poder de su Padre, y al morir se lo encomienda a Pedro, al detentar el poder significa que él será el emisario en la tierra. Cuando Pedro muere debe de dejar el poder divino a otro y así

⁵² Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

⁵³ Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

sucesivamente. De este modo, los reyes, en este periodo histórico, justifican el control absolutista y la forma de gobernar, sumándole el poder político se investían en la divinidad transmitida por generaciones, para someter a poblaciones por medio de la religión.



Basilica de San Pedro. Principal iglesia del catolicismo, se encuentra en la Ciudad del Vaticano. El inmueble tiene forma de cruz y su cúpula influyó en el diseño y construcción de santuarios durante los tres siglos siguientes.⁵⁴

El elemento ordenador del hombre y de la naturaleza era Dios, el cual decidía mediante sus portavoces divinos en la tierra: los Reyes y/o los señores feudales.

Los gobernados no replicaban y aceptaban lo que dictaban los Reyes. No cuestionaban porque pensaban que en la vida sólo estaban de paso, daban por entendido que a los únicos autorizados para decidir sobre los asuntos sociales y la preservación del poder político era un sector minoritario, la familia real. Sólo había un tema de interés común para el grupo social, la fe.

Un ejemplo de lo anterior es la frase histórica tan conocida actualmente: "bienaventurados los pobres porque de ellos será el reino de los cielos".

⁵⁴ "Basilica de San Pedro". *Biblioteca de Consulta Microsoft* ® Encarta ® 2004. © 1993-2003 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

"La fe cobró una importancia tan preponderante que llegó a institucionalizarse, siendo la Iglesia Católica la institución mediadora y propagandística de ésta, lo que trajo consigo la institucionalización de la comunicación pública, ya que si el único asunto considerado de interés público era la fe, entonces todo lo que se debatiera y hablará acerca de ella tenía que ser verificado y aprobado por su institución mediadora. En esta etapa la Opinión Pública era en suma manipulada gracias al temor a Dios y a la convicción de obediencia, humildad y aceptación que supieron imponer al grupo social los representantes de la Iglesia."⁵⁵

Aspectos destacados en este periodo:

- "El referente más importante de la Edad Media era la Fe (en su ámbito religioso), que vista como institución es la que asegura la sobrevivencia eterna de los individuos en sí mismos.
- "La expresión de la Opinión Pública puede tener otros referentes que no son políticos, siempre y cuando se traten de temas de interés del grupo social y que entren dentro de 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".⁵⁶

En el mundo occidental la Edad Media, tiene su fin aproximadamente en el siglo XV, desde entonces inicia la etapa que se conoce como Renacimiento. Su nombre se denomina así porque a partir de este periodo renacen las artes, la tecnología y las ciencias.

⁵⁵ Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

⁵⁶ Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

El reconocimiento de las funciones de la Opinión Pública en un sociedad, a la par de las verdades públicas para el ejercicio de la libre discusión se funda la idea del hombre como un ser racional, capaz de alcanzar la verdad en el orden político, social y económico.

“La libertad en una democracia está siempre equilibrada por un sentimiento de la responsabilidad individual de los propios actos. Las premisas básicas de la democracia son que el poder político descansa en los ciudadanos, que al ejercer este poder, a través de la expresión libre y organizada que implica necesariamente el ejercicio de la Opinión Pública. En otras palabras, el poder de la democracia está sostenido por una moralidad de la comunidad”⁵⁷

Cuando se percibe las bases de nuevas formas de organizar el Estado, donde cede el derecho de los individuos en busca del derecho social, en el cual, cada elemento del grupo social estén representados.

“El ejercicio de la Opinión Pública en el ámbito político volvió a considerarse un derecho de todos los ciudadanos, además de que se le reconoció una importancia preponderante dentro de los regímenes democráticos ya que a través de ella podía ejercerse el concepto de libre expresión de ideas, que empezó a conceptuar como tal en la Revolución Francesa y que posteriormente invadió al Nuevo Mundo con inclinaciones liberadoras, todo ello que implicó que se le valorara como un objeto de estudio y no sólo como fenómeno.”⁵⁸

En el periodo del Renacimiento, el valor de Opinión Pública se le vincula a la democracia, porque mediante ésta el poder político se legitima. La Opinión Pública adquiere un tono claramente político, y en contraste de lo que se percibía en Grecia y Roma, ahora se le valora como un objeto de estudio, por la importancia

⁵⁷ Seminario Taller Extracurricular La Opinión Pública. Módulo 2, UNAM - ENEP Acatlán, 2003.

⁵⁸ Seminario Taller Extracurricular La Opinión Pública. Módulo 2, UNAM - ENEP Acatlán, 2003.

que significa para alcanzar una cohesión del grupo social y para la creación y establecimiento de los nuevos regímenes políticos.

En los periodos históricos del hombre se puede distinguir los referentes que han existido alrededor de la Opinión Pública, esto sirvió para demostrar que ésta es diversa, contradictoria y persuadida sobre los diversos temas de interés de la colectividad; por lo que cada sociedad busca propagar, comunicar e inducir a otros grupos de prever fenómenos, tal como se aprecia en el esquema 17.

Esquema 17

Referentes de la Opinión Pública ⁵⁹

PERIODO	REFERENTE PREDOMINANTE	TEMÁTICA	PERSPECTIVA
Comunidad Primitiva	Defensa contra la Naturaleza y otros grupos, y la consecución de alimento habitación y vestido	1. Supervivencia y, 2. Producción de bienes materiales e inmateriales	Opinión Pública.: como fenómeno
Grecia y Roma	Política	El Estado (el ejercicio del poder y sus formas)	Opinión Pública.: como fenómeno
Edad Media	Fe religiosa	La Cultura	Opinión Pública.: como fenómeno
Renacimiento	Política y propiedad privada	1. Conservación de la Propiedad Privada y, 2. El Estado (el ejercicio del poder y sus formas)	Opinión Pública: como objeto de estudio
Capitalismo y/o Época Actual	Dependerá de las circunstancias del grupo social y de sus intereses	1. Supervivencia del grupo social 2. Producción de bienes materiales e inmateriales 3. La conservación de la propiedad privada 4. El Estados (el ejercicio del poder y sus formas) 5. La Cultura.	Opinión Pública: como objeto de estudio

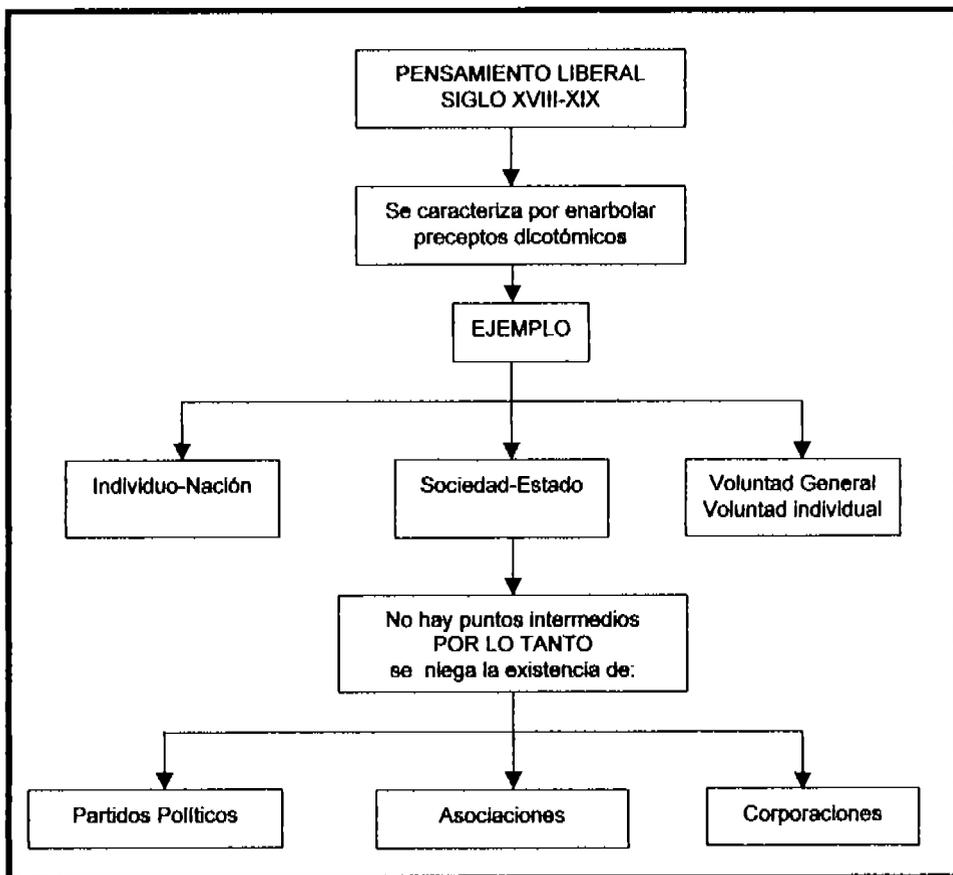
⁵⁹ Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

1.6.7. Renacimiento

En este apartado se mostrará el paso de la Edad Media al Renacimiento, dejando atrás el centralismo de la religión para retomar conceptos como la democracia.

El pensamiento político liberal de los siglos XVIII y XIX se basó en exaltar preceptos inversos: individuo-nación, sociedad-Estado y voluntad general-voluntad particular. La forma de pensar no admitía puntos intermedios, por lo tanto, en el umbral del pensamiento liberal se negaba la presencia de corporaciones, asociaciones o partidos políticos como organismos mediadores. El poder era representado por el Estado y reflejaba la voluntad general. (Véase esquema 18)

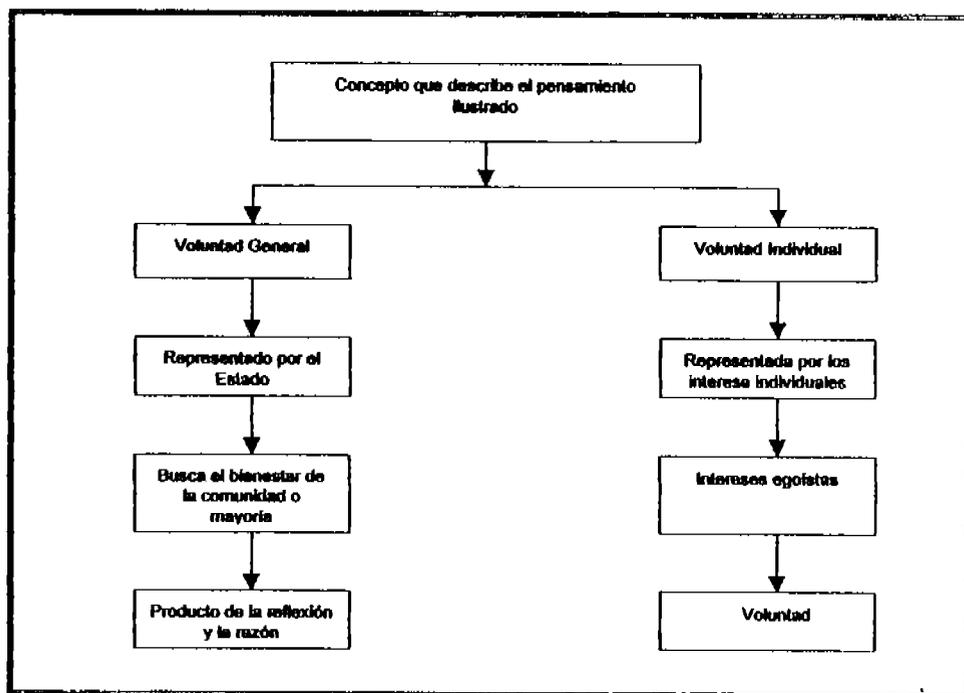
Esquema 18



En su obra *Pacto Social*, Rousseau señala que una sociedad no puede formarse ni regirse bajo principios individuales, y por tanto egoístas, sino por una voluntad general que busque, el bienestar para la sociedad o la mayoría. Sin embargo, de cada sujeto se genera la voluntad general, éste no podía intervenir en el poder ejecutivo, el cual se encontraba en poder de los funcionarios públicos o el Estado.

"Rousseau 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 comunicad, manifestaba una voluntad general; si por el contrario, acudía a su propio interés, expresaba una voluntad egoísta."⁶⁰ (Véase esquema 19)

Esquema 19

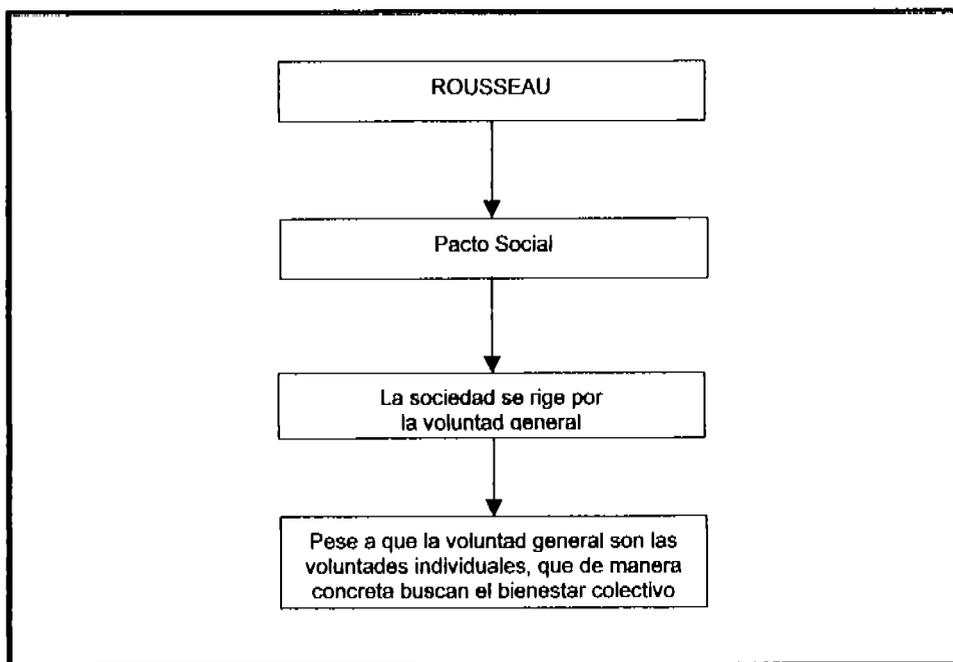


⁶⁰ *Du contrat social* (1762), Livre I, Chapitre VII: Des bornes du pouvoir souverain, Bordas, París, 1972, p.79. Citado por Fernández Sarasola, Ignacio. *Representación, Mandato y Racionalidad en el Pensamiento Liberal*. <http://constitucion.rediris.es/revista/dc/uno/Sarasola.html>, con fecha de consulta del 16 de abril de 2001, Académico de la Universidad de Oviedo. Retomado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

Para el alemán Kant, retoma las ideas de Rousseau, porque pensaba que la libertad era la obediencia a las leyes externas consentidas que manifestaban una voluntad general, que no representaba la voluntad de todos, sino a la voluntad generalizada del pueblo.

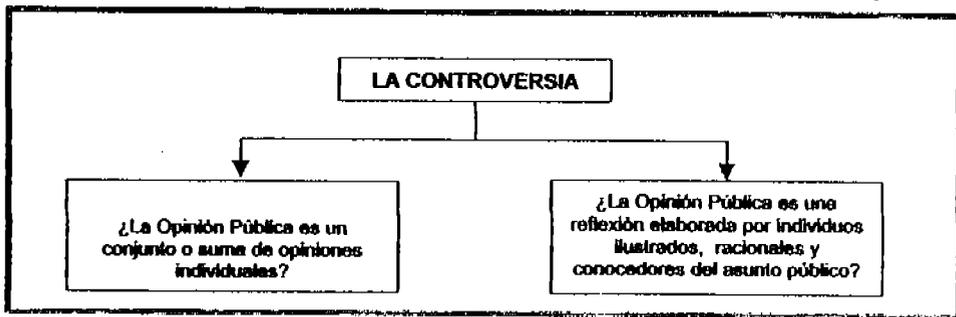
En el liberalismo, las personas eran portadores potenciales de la voluntad general, la dificultad se presentaba en alcanzar la voluntad general sin dejar de lado al individuo. (Véase esquema 20).

Esquema 20



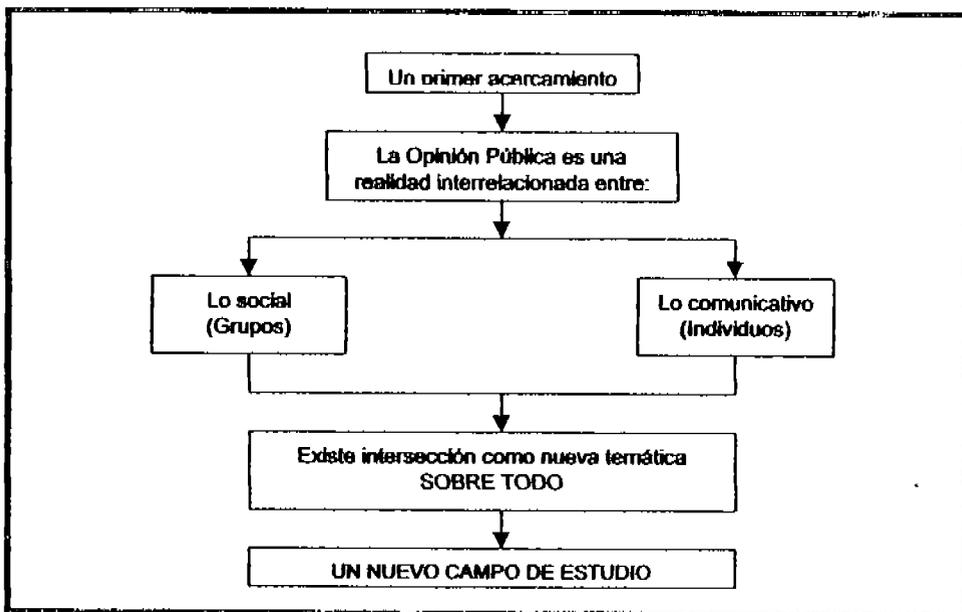
Hasta el momento la problemática de la Opinión Pública es si se considera como un conjunto o suma de opiniones particulares o es una reflexión basada en una discusión de personas ilustradas y conocedores de los asuntos públicos; o si es una división entre la opinión individual o la del grupo social. Dicha situación proviene de las circunstancias históricas y culturales del periodo de la Ilustración. (Véase esquema 21).

Esquema 21



El origen del concepto Opinión Pública es una abstracción de la realidad interrelacionada entre lo (social) grupos y lo comunicativo (individuos); es un campo donde se coinciden dos temáticas dependientes, pero se presentan como una nueva temática, es decir, un nuevo campo de estudio. (Véase esquema 22)

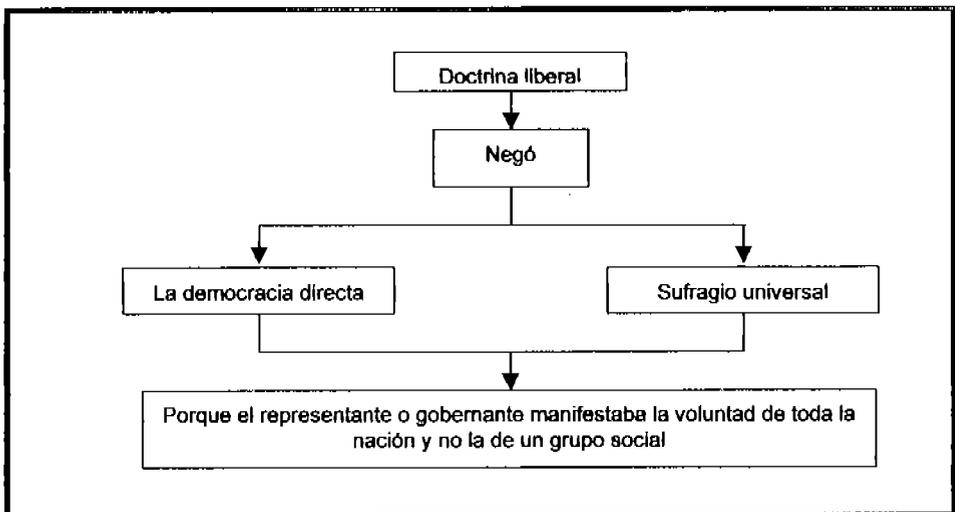
Esquema 22



"Desde la perspectiva de la Ilustración, este nuevo campo de estudio debiera contemplar la forma en que se traduce para los gobernantes esa opinión de interés común, que no es la suma de las opiniones individuales, sino una sola opinión que exprese la racionalidad de quienes, a partir de la reflexión de los intereses nacionales, tienen la oportunidad y el deber de guiar a la nación."⁶¹

Las teorías de Rousseau conducen a planteamientos democráticos si cada sujeto manifiesta su voluntad general a través de la reflexión, si no es egoísta y si los individuos estuvieran capacitados para participar en la toma de decisiones. Pero, dicha doctrina negó la democracia directa y el sufragio universal, y para lograrlo fue el concepto de voluntad general, manifestado como Opinión Pública. (Véase esquema 23).

Esquema 23



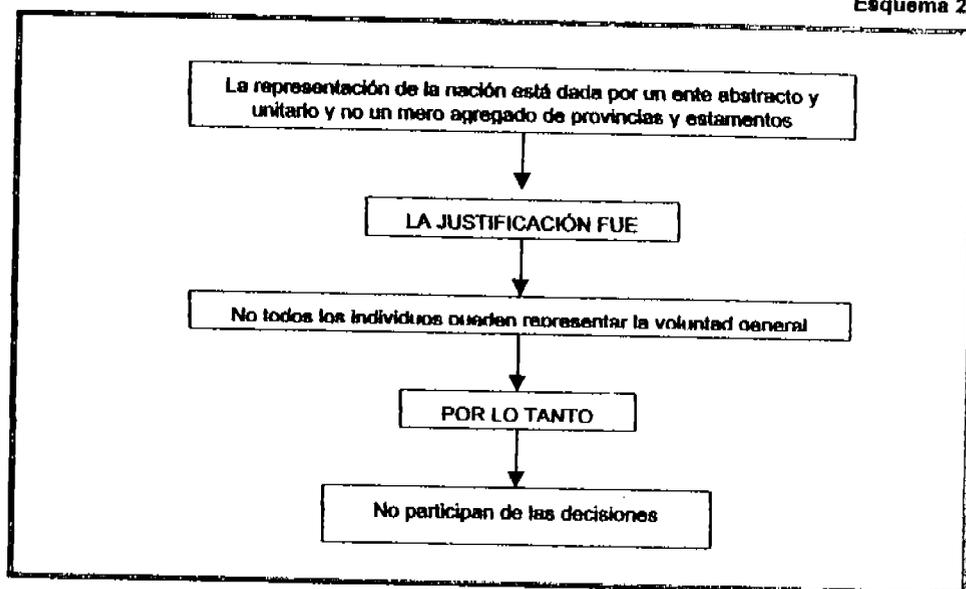
"El liberalismo buscó romper con el antiguo régimen, pero a la vez, frenó las aspiraciones liberal-democráticas porque el sentido cuantitativo de la voluntad general permitía romper con el pasado negando la representación estamental. Los

⁶¹ Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

intereses corporativos se rechazaban porque el representante o gobernante era llamado para manifestar la voluntad de toda la nación y no la del grupo social al que pertenecía.⁶²

El resultado de esto era que se negaba la representatividad especial, proponiendo la única representación del Estado, ideada como un ente ambiguo. (Véase esquema 24).

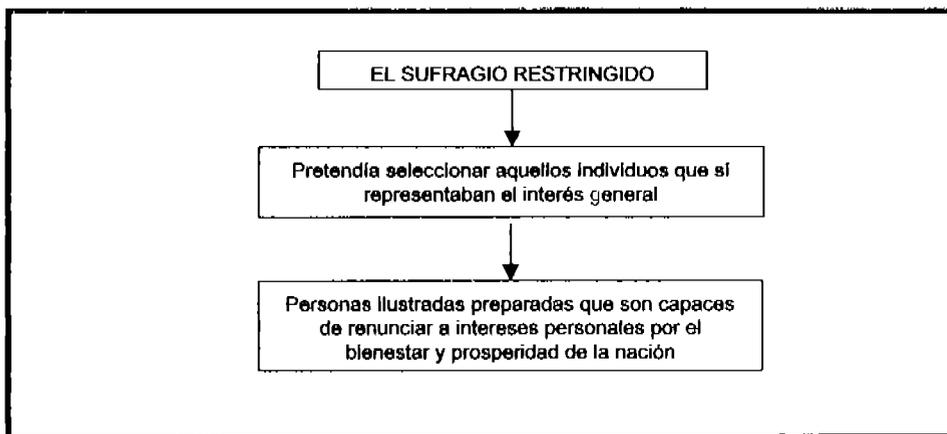
Esquema 24



De este modo, el sufragio restringido elegía a aquellos sujetos que ostentaban el interés general, y sólo era posible para los que estaban preparados y para los que les preocupaban el progreso del Estado. (Véase esquema 25)

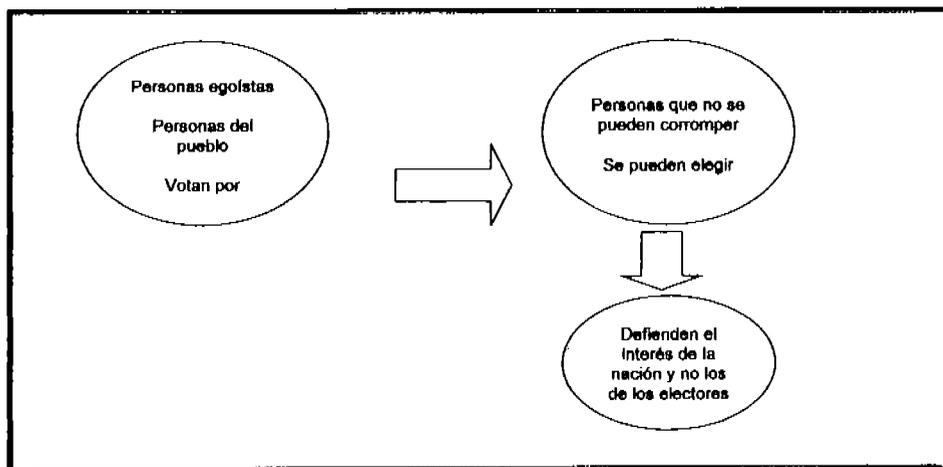
⁶² Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

Esquema 25



"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 nos 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."⁶³, como lo muestra el esquema 26.

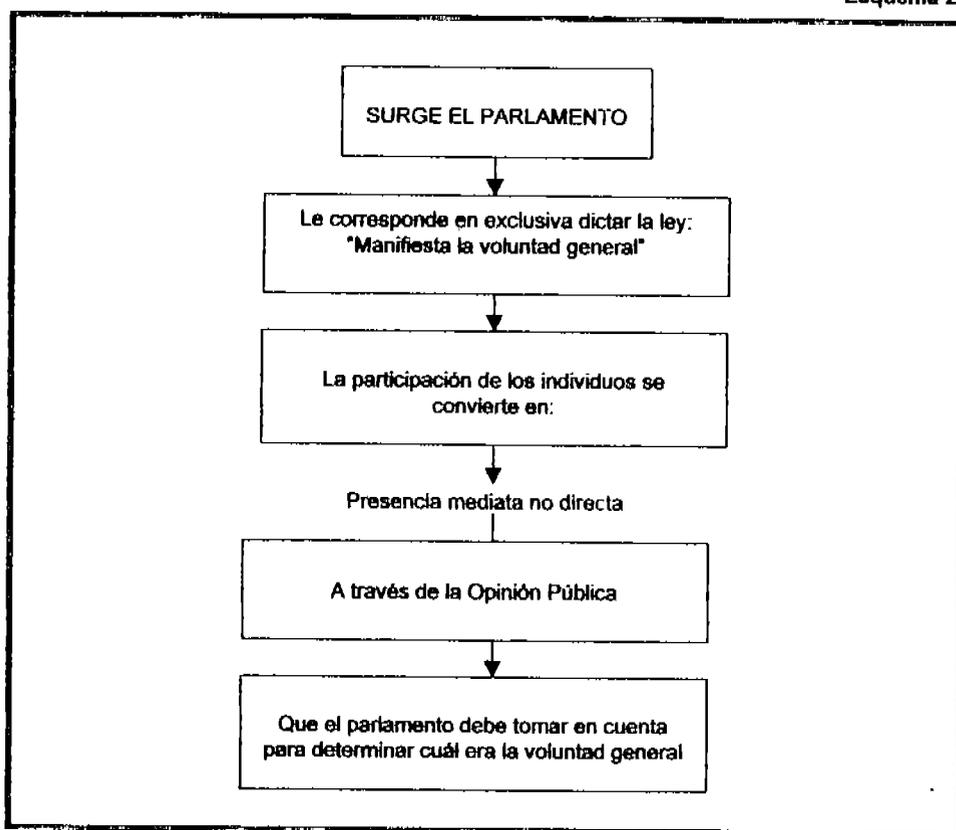
Esquema 26



⁶³ Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

"Una vez que los electores hubieran votado por esos hombres incorruptos para gobernarlos se configuraba el Parlamento, al cual le correspondía en exclusiva dictar la ley, es decir manifestar la voluntad general. Así, con el acto de la elección culminaba la participación de los ciudadanos en la potestad legislativa y de ser así, la participación se entiende como una intervención directa. No obstante, los individuos conservaban una presencia mediata, no directa, a través de la Opinión Pública que el Parlamento había de tener en cuenta para determinar qué era voluntad general."⁶⁴ (Véase esquema 27).

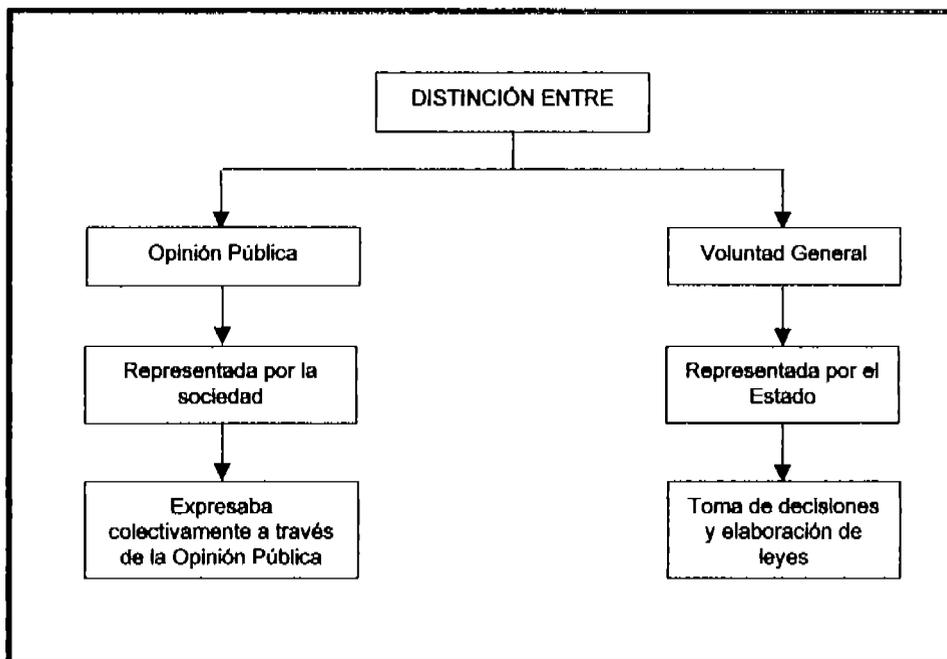
Esquema 27



⁶⁴ El Español Constitucional, Vol. II, Núm. 16, diciembre de 1819, p. 562. Citado por Fernández Sarasola, Ignacio. Representación, Mandato y Racionalidad en el Pensamiento Liberal. Retornado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

La diferencia entre la voluntad general y la Opinión Pública supone la separación entre sociedad y Estado. Sólo el gobierno podía expresar la voluntad general y la sociedad podía expresarse mediante la Opinión Pública. (Véase esquema 28).

Esquema 28

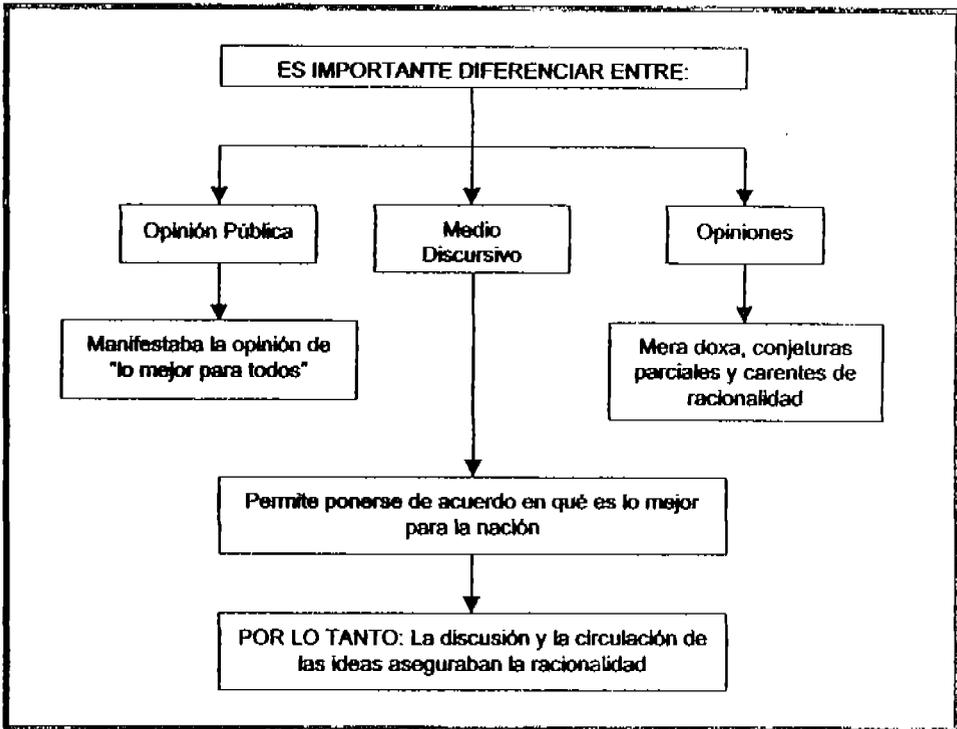


En la época liberal, la Opinión se le vinculaba a su publicidad y suponía una opinión general en sentido cualitativo, no porque fuera Opinión de todos, mejor dicho una opinión racional que manifestaba lo que era podría beneficiar al grupo social. Y como resultado se presenta una división entre Opinión Pública y opiniones.

"La Opinión Pública manifestaba la opinión de "lo mejor para todos", la segunda era mera doxa, conjeturas parciales e interesadas carentes de racionalidad."⁶⁵ (Véase esquema 29).

⁶⁵ EL Español. Constitucional. febrero de 1820, pp. 109-110. Citado por Fernández Sarasola, Ignacio. *Representación, Mandato y Racionalidad en el Pensamiento Liberal*.

Esquema 29



Para asegurar la racionalidad se facilitaba la circulación de las opiniones a la Opinión Pública se creó un medio discursivo para condensar qué era lo mejor para la nación.

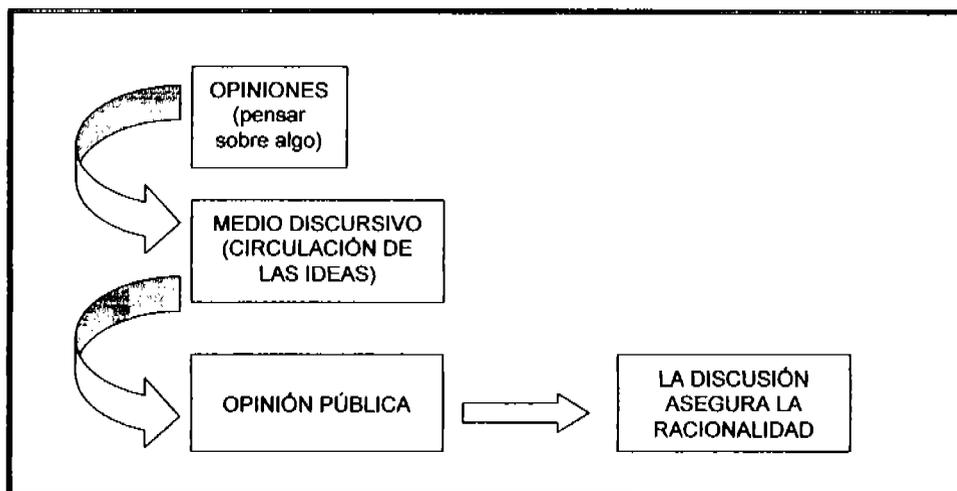
"Para procurar el tránsito de las opiniones (pensar sobre algo) a la Opinión Pública es necesario un medio discursivo. Por ejemplo, el movimiento liberal tiene una indudable base económica, pues del mismo modo que se postulaba la circulación de la riqueza como mecanismo para lograr la prosperidad nacional, de igual

<http://constitución.rediris.es/revista/dc/uno/Sarasola.html>, con fecha de consulta del 16 de abril de 2001. Retornado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

manera era necesaria la circulación de las ideas para alcanzar la Opinión Pública.⁶⁶

Cuando se pretendía llegar a un acuerdo en beneficio del País, la discusión aseguraba la racionalidad, como lo muestra el esquema 30.

Esquema 30



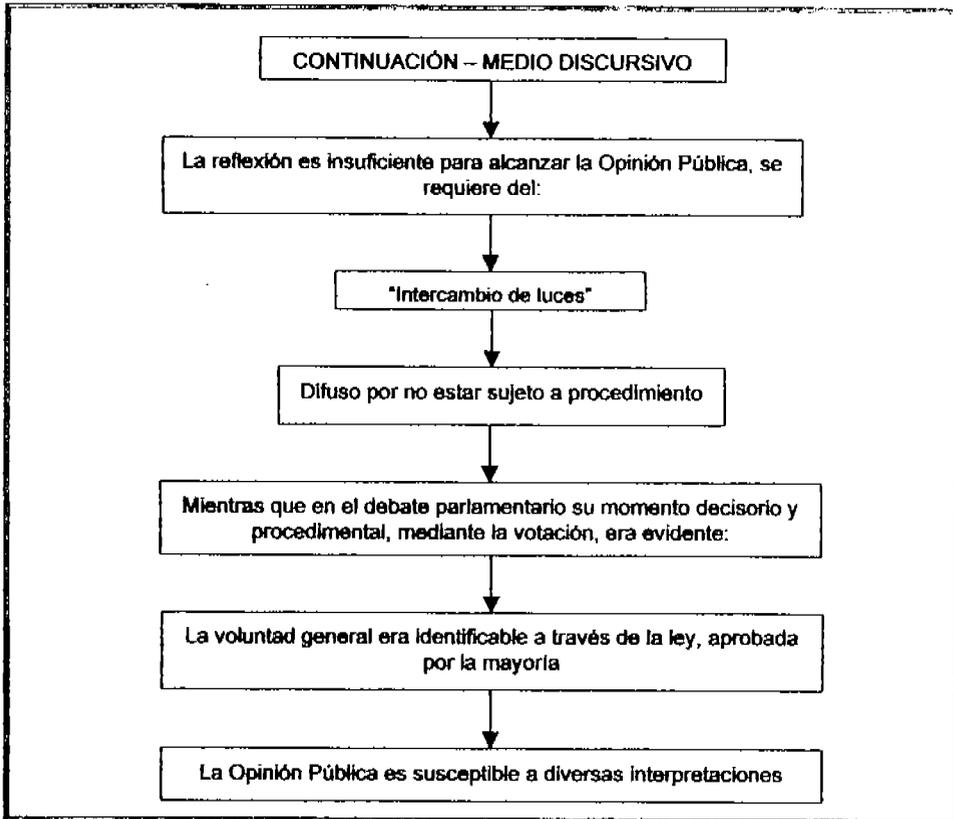
“En este planteamiento se puede observar una superación de las teorías cartesianas: la mera reflexión no resultaba suficiente para alcanzar la Opinión Pública, sino que ésta nace de un “intercambio de luces”. Sin embargo, este “intercambio de luces” era difuso porque no se hallaba sujeto a procedimiento. 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 sistémica con el Estado.”⁶⁷

⁶⁶ El Español Constitucional. Febrero de 1820, p. 180. Citado por Fernández Sarasola, Ignacio. Representación, Mandato y Racionalidad en el Pensamiento Liberal. <http://constitución.rediris.es/revista/dc/uno/Sarasola.html>, con fecha de consulta del 16 de abril de 2001. Retomado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

⁶⁷ Sobre los procedimientos jurídicos como mecanismos de diferenciación del sistema jurídico, vid. Niklas Luhmann, Procedimenti giuridici e legittimazione sociale, Giuffrè, Milano, 1995. Citado por Fernández Sarasola, Ignacio. Representación, Mandato y Racionalidad en el Pensamiento Liberal.

"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 en el discurso social."⁸⁸ (Véase esquema 31).

Esquema 31



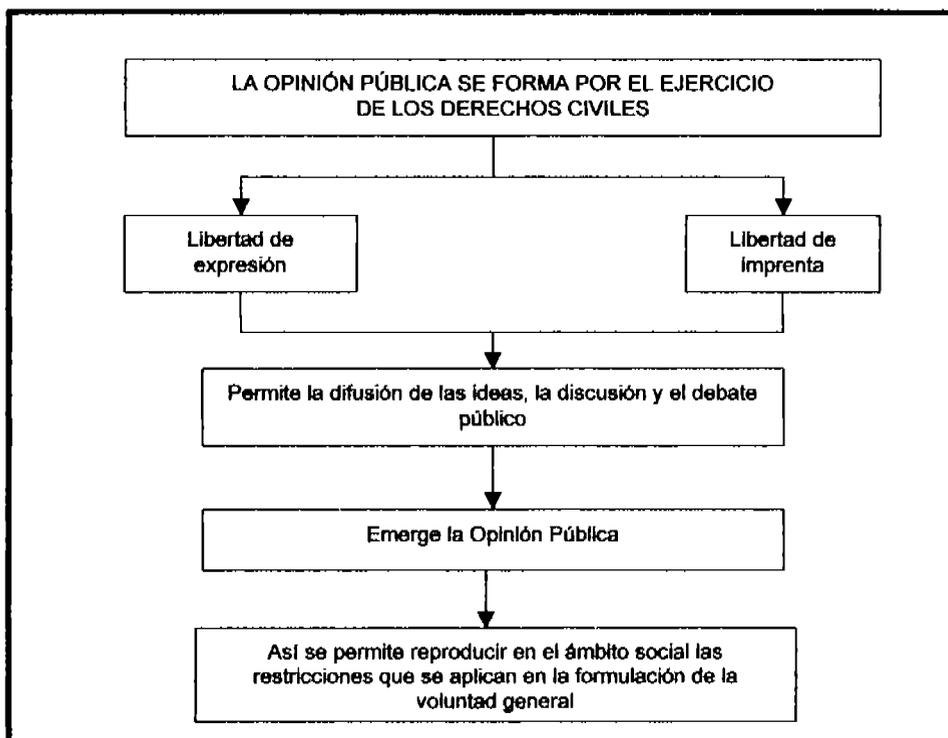
El medio por el que se creaba la Opinión Pública era el ejercicio de los derechos civiles: la libertad de expresión y la libertad de imprenta, éstas difundían las ideas, la discusión y el debate público, dando como resultado el surgimiento de la Opinión

<http://constitución.rediris.es/revista/dc/uno/Sarasola.html>, con fecha de consulta del 16 de abril de 2001. Retomado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

⁸⁸ Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

Pública. El liberalismo dio especial importancia a la libertad de imprenta que funcionó como vía de expresión de la Opinión Pública. (Véase esquema 32).

Esquema 32

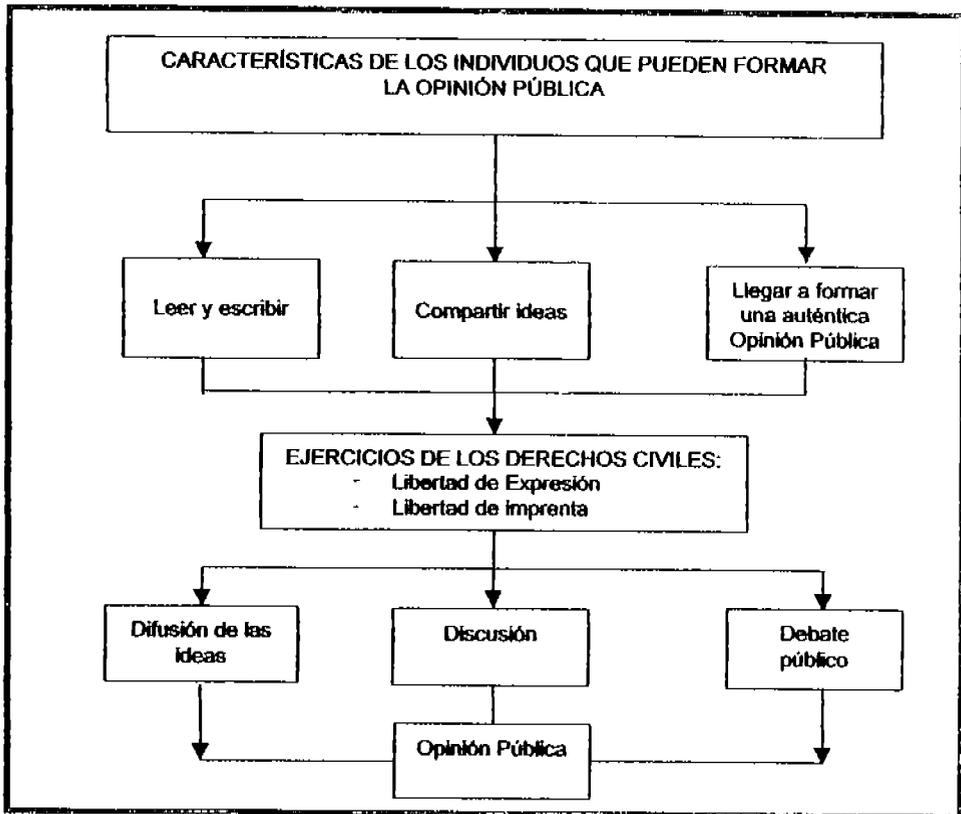


“Con el ejercicio de la libertad de imprenta se relegaba a otros derechos colectivos como son el de reunión y manifestación; se establecía una especie de “sufragio capacitario” en el ámbito social, lo que significaba limitar el número de personas que podían intervenir en la formación de la Opinión Pública.”⁶⁹

Los individuos que podían formar la Opinión Pública debían saber leer, escribir, compartir ideas a través de la prensa para poder alcanzar a crear una auténtica Opinión Pública. (Véase esquema 33).

⁶⁹ Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

Esquema 33



En el Marco Jurídico de la Ilustración, la Opinión Pública se sometió al proceso discursivo, en plena facultad de libertades, el "intercambio de luces" y la reflexión sobre puntos de vista propios y ajenos, que resultaban en un acto de decisión manifestado por las mayorías y que determinaba la Voluntad General.

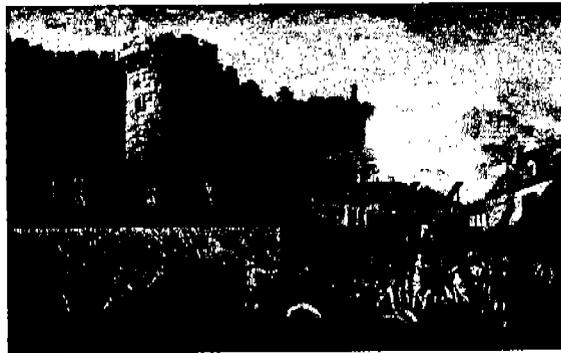
El liberalismo, que surge en la segunda mitad del siglo XVIII, fincado en la filosofía burguesa, asume que el hombre es racional y libre, por el progreso y la felicidad universal, su visión individualista y pragmática de su existencia, etcétera.

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. Las ideas

de soberanía y participación política, el poder de la razón y la libertad de expresión serán las encargadas de poner en funcionamiento el debate público. "El mercado se ha cambiado por el público y los productos, por las opiniones; y, así como el precio es el resultado del 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." ⁷⁰

Para estos momentos, la Opinión Pública se convierte en el mejor instrumento en el terreno político y social. La verdad y la justicia ya no dependen del poder establecido, sino de la sociedad, en la cual se discutía libremente y donde todos pueden opinar, escuchar y plantear problemas.

La Revolución Francesa es el levantamiento liberal por excelencia y, al mismo tiempo, triunfa la libertad de expresión, además de que la Opinión Pública salta de los círculos ilustrados y se instala en la calle, aunque haya que soportar ciertas opiniones contrarias a la Revolución.



La toma de la Bastilla. El 14 de julio de 1789, la prisión de La Bastilla de París fue asaltada por una multitud para quien este recinto representaba el absolutismo de la monarquía Borbónica.⁷¹

En este periodo los principales integrantes y las formas de construir consensos eran entre actores, referentes y consensos.

⁷⁰ Monzón, Cándido. *Opinión Pública. Comunicación y Política*. p.49. Citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

⁷¹ "La toma de la Bastilla". *Biblioteca de Consulta Microsoft* © Encarta © 2004. © 1993-2003 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

"Actores: El Estado, los senadores y en general el cuerpo legislativo, los ciudadanos, principalmente hombres sabios e ilustrados, quienes expresaban la voluntad colectiva.

"Referentes: La política, el bienestar social, la democracia

"Consensos: La primera forma.- mediante la aplicación de la voluntad general, contraria a la voluntad individual o 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 Opinión Pública se constituye para hacer contrapeso e incidir en la toma de las decisiones políticas.

"Tercera forma.- se supuso que la voluntad general regía políticamente, debido a que se consideraba producto de la reflexión desinteresada y sobre todo porque provenía de la razón."⁷²

La expresión de la Opinión Pública es heterogénea, contradictoria, plural y persuasiva sobre los diferentes temas que al grupo social interesan para sobrevivir y resalta la importancia para otras colectividades en la medida en que afecten a otras sociedades, por lo que cada uno de éstos pretende difundir, comunicar y convencer a otras comunidades para pronosticar fenómenos.

1.6.8. La Opinión Pública en la época actual

En este apartado se mencionarán algunas diferencias que existen entre el modelo clásico (la Ilustración) y el de la época actual, las menciona Nicolás Loza en un estudio.⁷³

⁷² Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

⁷³ Loza, Nicolás. http://www.unam.mx/ser_hem/nacional/1997/may97/06may97/00pa212.html. Citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

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 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.
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 su totalidad, están desinformados y desinteresados en la cosa pública, que no generan sino que absorben una agenda de discusión y expresan en sus respuestas en monosílabos a no complicadas 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:
 - 3.1. En la actualidad quienes producen la opinión y las agendas de discusión son una proporción muy pequeña de la población total y cada vez menos en términos relativos, sólo existen si publicitan sus ideas a través de los medios impresos o electrónicos, es decir, dependen de su visibilidad.
 - 3.2. Los asuntos de interés público presentan mayores complicaciones técnicas, que hacen de las opiniones un asunto de competencias en saberes especializados.
 - 3.3. 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 la sustentan, y entre éstos y el gran público.

- 3.4. 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 parte, casi como una muda audiencia, se amontona el público en su mayoría desinteresado y desinformado, o si quiere, informado o interesado a medias.
- 3.5. Quienes dicen sustentar la Opinión Pública transitan los parajes de la esfera pública clásica, los de la Opinión Pública ilustrada; en tanto, la audiencia de la política y de la información sobre los asuntos públicos, la inmensa mayoría de la población adulta, despliega sus opiniones como opinión popular a través de los registros de encuestas
- 3.6. 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.
- 3.7. 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.
- 3.8. Pensar que en general el público miente a los encuestadores, o que la mayoría de las agencias de investigación fabrican resultados. Carece de

sustento empírico. Ciertamente un entrevistado puede exagerar o minimizar, exhibir u ocultar y a veces simplemente mentir en determinados temas y circunstancias, pero buenos diseños técnicos deben considerar tales circunstancias y temas, para anticiparse a sus efectos. A su vez, sin duda que hay agencias de investigación, como en cualquier otra actividad humana, dispuestas facturar datos a la medida del solicitante, pero son las menos y en el mercado de la credibilidad, principal activo de la bolsa demoscópica, terminan naufragando.

3.9. La opinión política que registra una encuesta tampoco agota el conocimiento de lo político, el que es más complejo que los dichos de los individuos acerca de sí y de sus relaciones, pues se considera que la realidad social se estructura en diversos momentos: el cultural, el de la conciencia práctica y el de la conciencia discursiva. El primero, el paraje de los significados sociales, debe entenderse mediante un esfuerzo hermenéutico. El segundo, el de la conciencia práctica, es el territorio para el trabajo antropológico o la investigación participante, que informan lo que hacen los grupos e individuos, y cómo lo hacen, cuáles son sus usos y cuáles sus costumbres. Y por último, el campo de la conciencia discursiva, tiene en las entrevistas, estructuradas o no, pero también en el registro de mensajes, sus técnicas de indagación propias

3.10. Los registros de la opinión popular en materia política, es decir las encuestas, dan cuenta de una dimensión de la relación que las personas guardan con el sistema político, pero subsisten otras que sólo pueden penetrarse a través de técnicas de investigación diferentes. En otras palabras, mal haríamos si pensamos que la encuesta agota la complejidad de la vida política de los individuos, por simple que ésta sea. Pero mal haríamos también, si pensamos que la encuesta nada desentraña.

3.11. 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.⁷⁴

Hoy en día los estudios de Opinión Pública tienen dos vertientes:

- a) Los que tratan de conocer la Opinión Pública de algunos grupos sobre un tema en particular. Éstos emplean métodos y técnicas que les facilita conocer el grado de incertidumbre de lo que la gente de un grupo social dicen que piensa o hacen
- b) Los que buscan crear una teoría de la expresión de la Opinión Pública. Son aquellos que tratan de aclarar de qué manera el cambio de las sociedades ha interactuado con las expresiones de la opinión de los distintos grupos humanos.

El desarrollo histórico de la Opinión Pública muestra los referentes y el vínculo que existe con los diferentes grupos sociales que conforman a las sociedades complejas, es importante destacar dos cuestiones: el código utilizado por los medios de comunicación masiva para incluir temas y el beneficio de los estudios de Opinión Pública que se realizan en las distintas colectividades.

El código de los medios de comunicación masiva está en función de los siguientes referentes:

- Muertes
- Guerras
- Enfermedades

⁷⁴ Loza, Nicolás. <http://www.unam.mx/ser/hem/nacional/1997/may97/06may97/06pa212.html>. Citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

- Religión
- Forma de vida cultural
- Política
- Economía
- Educación
- Relaciones sociales
- Medios de comunicación
- Emociones

Los referentes anteriores tienen tres variables:

- El grado de afectación a la sobrevivencia
- El número de afectados
- 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.

"...los gobiernos, las empresas, las organizaciones, las instituciones y diversas disciplinas, recurren cada vez con mayor frecuencia a estudios de Opinión Pública para diagnosticar, explicar y planificar acciones que tienen incidencias en la conformación de la vida cotidiana de las personas comunes y corrientes, no sólo a nivel regional y nacional, sino internacional"⁷⁵

La expresión de lo que los integrantes de los diversos grupos sociales producen con respecto a los referentes públicos y dicha expresión no es ni uniforme, ni

⁷⁵ Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

verdadera, ni válida, y mucho menos representa vía idónea para dar cuenta de los fenómenos sociales, como lo ha demostrado la historia.

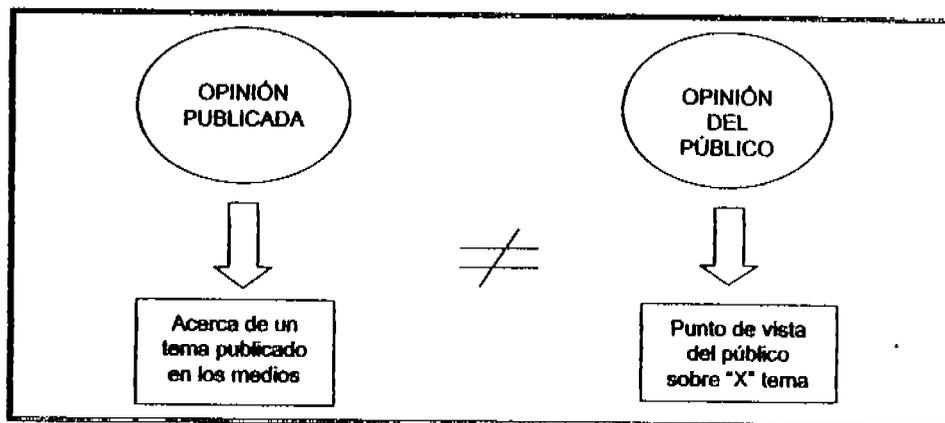
Una de las preguntas que está sujeta discusión es si ¿existe la Opinión Pública? En este caso, lo que se requiere es hacer una diferenciación entre la opinión del público y la opinión publicada.

"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".⁷⁶

Por lo tanto, la Opinión Pública no deja de existir si no es publicada, al contrario siempre está presente en cada uno de los integrantes de alguna sociedad.

"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"⁷⁷, como lo refiere el esquema 34.

Esquema 34



⁷⁶ Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

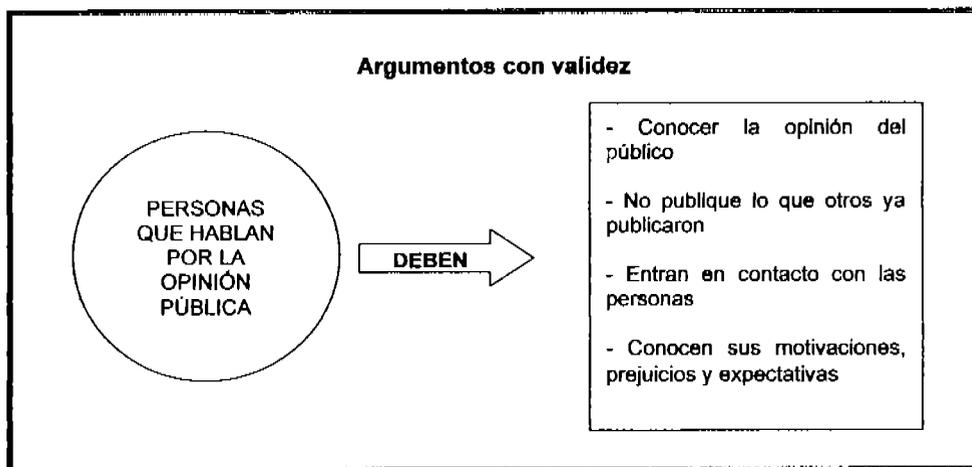
⁷⁷ Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

Otra distinción importante es cuando un grupo de individuos emplean a los medios de comunicación masiva para referirse a la Opinión Pública, se refieren a ella y expresan la opinión del público; sin en cambio, la mayoría de las ocasiones es un argumento empleado sin ninguna validez.

"...que en gran medida, esa alusión es fabricada, maquinada por agentes y dispositivos que compiten por ser quienes la expresen (aunque sea dando la impresión de que tan sólo la analizan y la ponen en claro). De manera que esta coalición de investigadores, analistas políticos, consultores, publicistas, asesores en mercadotecnia política y periodistas, hace uso conjunto de sus tecnologías para dar vida a una Opinión Pública que ellos mismos han creado".⁷⁸

Por el contrario, quienes hablan de Opinión Pública tendrían los que verdaderamente conozcan la opinión del público, que entienden los prejuicios, los intereses, expectativas y emociones del público, como lo muestra el esquema 35.

Esquema 35



⁷⁸ Lara, Guido. ¿Existe la Opinión Pública? <http://planet.com.mx/media/edicion23/opinion.htm>, con fecha de consulta del 16 de abril de 2001. Citado por Gallo Romo, Olga. *Avances de Tesis de Maestría*. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

1.6.9. Contribuciones de la Investigación Norteamericana a los Estudios de Opinión Pública

La investigación contemporánea a través de encuestas es el resultado, desde el siglo XX, de estudios norteamericanos. Los aportes al método de las encuestas es el resultado del progreso de algunos sectores de la sociedad:

1. La Oficina del Censo de los Estados Unidos. Su contribución radica en los aportes al campo del muestreo y la recolección de datos, aunque es más conocida por su enumeración decenal de toda la población, la mayoría de las actividades se dedica a formar una serie continua de encuestas de muestreo, ofreciendo datos demográficos y económicos actualizados.⁷⁹ "La Oficina del Censo ha desempeñado un papel de singular importancia en la creación de definiciones estandarizadas para muestreo y métodos para aplicar estas definiciones de campo. Y al mismo tiempo, los datos generados por la Oficina han constituido un recurso inapreciable para el desarrollo de creaciones de muestreo en encuestas específicas."⁸⁰

2. Paul F. Lazarsfeld es reconocido como uno de los iniciadores en la investigación de encuestas. Puso especial énfasis en los fenómenos sociales ligados con la comunicación, en especial en el ámbito político. Algunas de las aportaciones más destacadas son:

- "Vislumbrar el potencial tecnológico (equipo mecanizado procesador de datos, las primeras tarjetas perforadoras y el contador de tarjetas, y luego las computadoras) para la realización de la investigación social analítica y para lanzar a los sociólogos por el camino para aprovechar este equipo."⁸¹

⁷⁹ Babbie, Earl R. Métodos de Investigación por Encuesta. p. 2. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

⁸⁰ Babbie, Earl R. Métodos de Investigación por Encuesta. pp. 62-63. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

⁸¹ Babbie, Earl R. Métodos de Investigación por Encuesta. p. 64. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

- "Empleó el equipo mecanizado procesador de datos para elucidar y formalizar la lógica del análisis de encuestas.
- "El desarrollo del centro permanente de investigaciones de los métodos de encuesta, empezando con la organización de la Oficina para Investigación Social Aplicada, en la Universidad de Columbia."⁶²

3. Otro de los precursores en la investigación al aplicar métodos empíricos de la ciencia social a problemas sociales fue Samuel A. Stouffer, al comenzar con el estudio de los efectos en la Depresión en Estados Unidos y la recopilación de información de la situación de la raza negra en Norteamérica durante los treinta en el siglo pasado; y al principio de la Segunda Guerra Mundial encabezó la Rama de Información y Educación del Ejército de Estados Unidos, donde reunió a científicos sociales para analizar temas relacionados con el conflicto bélico. El legado de este investigador es que continúan vigentes los diseños de estudio, métodos de muestreo, los cuestionarios, la lógica del análisis, etcétera.

4. "Universidades, Instituciones y Asociaciones. Lazarsfeld y Stouffer contribuyeron a reunir y preparar a jóvenes científicos sociales quienes participaron y crearon instituciones de gran importancia 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 y el Centro de Investigación de Encuestas de la Universidad de California en Berkeley."⁶³

Actualmente en Estados Unidos, México y Brasil hay universidades e institutos dedicados a desarrollar investigación por encuesta. Por ejemplo, en Norteamérica

⁶² Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

⁶³ Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

hay dos organismos destacados: la Asociación Sociológica Norteamericana y, más recientemente, la Asociación Norteamericana de Ciencias Políticas.

Empresas comerciales como George Gallup, Elmo Roper y Louis Harris, son firmas que han generado una fuente constante de fondos para la creación y el uso de métodos de encuesta, particularmente en los campos de la mercadotecnia y encuestas políticas.

"Es conveniente señalar que la investigación por encuestas no es más que uno de los muchos instrumentos de investigación de que disponen hoy los investigadores sociales. Los métodos de encuesta no son apropiados para muchos temas de investigación, ni constituyen necesariamente el mejor enfoque a ciertos temas a los que razonablemente se puedan aplicar. Sin embargo, puede emplearse con provecho en el examen de muchos temas sociales y ser especialmente eficaz cuando se le combina con otros métodos."⁸⁴

Las ventajas 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 aun miles de interrogados en las encuestas, es posible, poner a prueba proposiciones complejas que incluyan diversas variables de interacción simultánea."⁸⁵
- "Cada vez que el investigador por encuestas 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

⁸⁴ Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

⁸⁵ Babbie, Earl R. Métodos de Investigación por Encuesta, p 67. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

permita hacer una elaboración clara y rigurosa de un modelo lógico, esto aclarará el sistema determinista de causa efecto. A mayor abundamiento, la disposición de numerosos casos y variables permite al analista documentar los procesos causales más elaborados. Podrá pasar por encima de la observación inicial de una correlación entre una variable Independiente y una dependiente para examinar el papel desempeñado por las variables que intervinieron.⁸⁶

- “Las encuestas de muestreo casi nunca se efectúan con el propósito de describir la muestra particular que se está estudiando; más bien se efectúan con el propósito de comprender la población más general entre la cual inicialmente se tomó la muestra. De manera similar, los análisis explicativos en la Investigación por encuestas tienden al desarrollo de proposiciones generalizadas acerca del comportamiento humano.

- “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. Es posible analizar un cuerpo determinado de datos de encuesta poco después de ser recabados y encontrarse que confirman una teoría particular de la conducta social. Si la teoría misma pasa después por modificaciones, siempre será posible volver al conjunto de datos y reanalizarlos desde la nueva perspectiva teórica. Esto no sería tan fácil en el caso de métodos de Investigación menos rigurosos y menos específicos.”⁸⁷

1.7. Código de Ética

El presente código de ética pertenece a la empresa Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI), y es mostrado de

⁸⁶ Babbie, Earl R. Métodos de Investigación por Encuesta. p 68. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

⁸⁷ Babbie, Earl R. Métodos de Investigación por Encuesta. p. 71. Citado por Gallo Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.

forma textual, además de retomar información de los Avances de Maestría de Olga Gallo Romo, con el fin de analizarlo para reconocer la trascendencia social y moral de quienes realizan estudios de Opinión Pública, ya que los resultados se pueden utilizar con diferentes fines; por otro lado, se busca que el lector recapacite sobre el contenido de las normas planteadas.

La filosofía del Código de Ética pretende garantizar la calidad y profesionalismo de toda empresa o de cada uno de sus miembros. Este código establece las normas básicas de ética que deberán guiar la investigación de mercados y Opinión Pública en México.

Es importante destacar que el investigador debe mostrar profesionalismo al momento de realizar cualquier trabajo, por lo cual tendría que basarse en un código de ética para poder manejar de la mejor manera los resultados obtenidos.

Disposiciones Generales

Este código establece las normas básicas de ética que deberán guiar la actividad de Investigación de Mercados y Opinión Pública en México. Es responsabilidad de los miembros de AMAI conocerlas, acatarlas y difundirlas entre sus empleados, subcontratados 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.

Este Código fue aprobado por la Asamblea de Asociados el día 10 de febrero de 1993.

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 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) retribuciones que obtendrá en caso de haberlas.
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, etcétera).
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.
 - c) Espionaje de cualquier tipo.
 - d) Cobranza de deudas.
 - e) Influir en actitudes o conductas del informante.
 - f) 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:
- a) Objetivos y propósitos del estudio
 - b) La metodología que se recomienda
 - c) El procedimiento de Investigación que se seguirá

- d) El tipo de producto que se ofrece entregar al término del proyecto
- e) El tiempo estimado para realizar el proyecto
- f) 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 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.

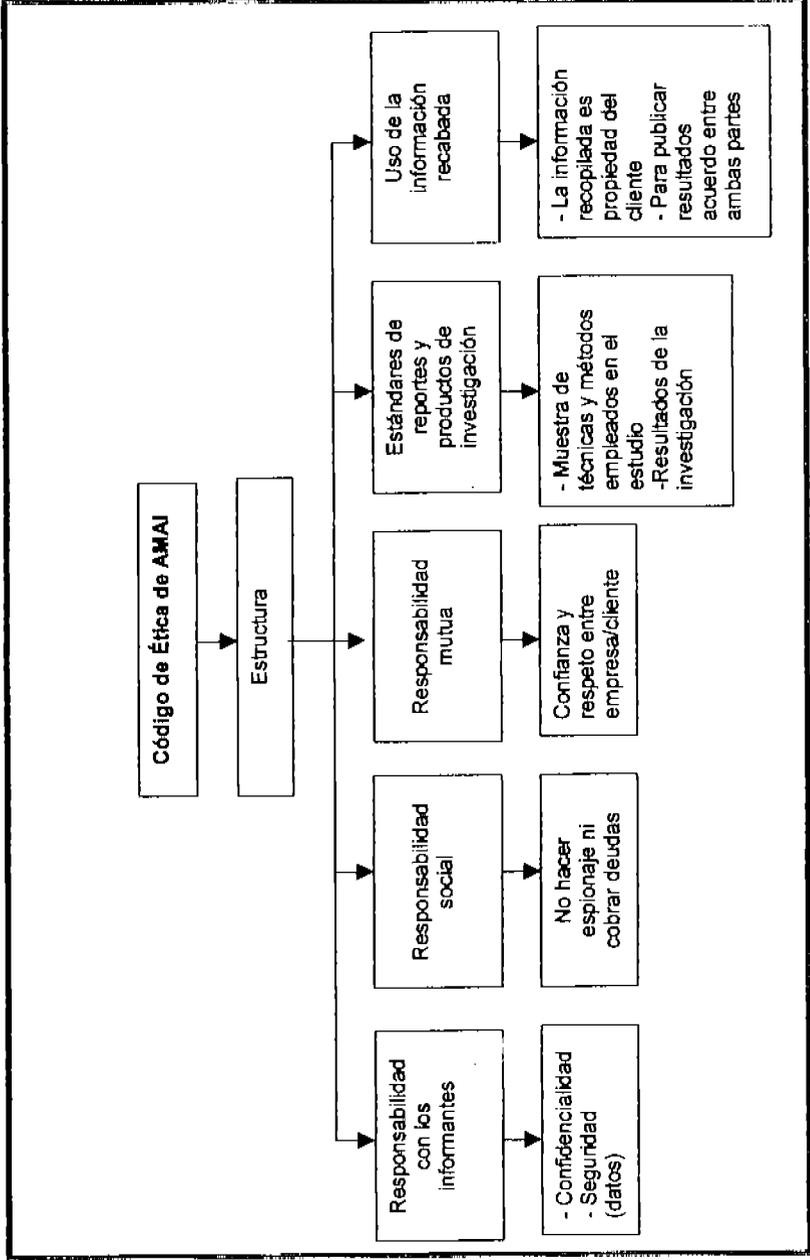
- e) Descripción y/o copia de los instrumentos de Investigación empleados para registrar los datos y respuestas de los informantes.
 - f) Los resultados obtenidos indicando la muestra o submuestra a que corresponden.
24. El proveedor de Investigación elegirá el formato más adecuado para presentar la 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 multcliente, 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.

Para tener una visión general del Código de Ética de AMAI conozcamos su estructura en el siguiente esquema.

Esquema 36



Reflexiones sobre el Código de Ética de AMAI

La importancia de un código de ética, para cualquier institución dedicada a estudiar la Opinión Pública o las que se centran en las investigaciones de mercado, entre otras, es esencial para la creación y *'el deber ser'* de cada empresa u organismo.

En este reglamento se establecen los objetivos, responsabilidades, límites y alcances de la compañía con respecto al cliente.

Para realizar un estudio de Opinión Pública es necesario que las empresas que ofrecen este servicio cuenten con normas éticas, porque al momento mostrar sus objetivos tienen que ser coherentes con su reglamento, de esta forma darán un mejor trabajo al cliente.

¿Realmente se sigue un código de ética al pie de la letra?

Es difícil saberlo, porque los individuos de cada institución, pública o privada, actúan y trabajan de manera distinta, es decir, de acuerdo a sus intereses particulares y laborales

En el código de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI) se leen varias limitantes:

La confidencialidad, en este punto no se sabe con precisión si la AMAI sea discreta con los datos que ha recabado a lo largo de sus 10 años. En su documento mencionan que sólo el cliente y la empresa son los que conocen los resultados, y en ocasiones, los nombres de los sujetos a los que se les aplicaron el estudio.

Es fácil especular sobre lo anterior, pero quién nos da la certeza de que no se negocie o intercambie información de este tipo.

El tema del soborno es polémico, no sólo en este caso sino en cualquier ámbito, porque el código de AMAI señala que es inaceptable recibir regalos en dinero de parte del cliente. Sin embargo, este punto es difícil de abordar, ya que cualquier individuo que labore aplicando un estudio de Opinión Pública o de mercado, es propenso a ser "comprado", por ejemplo, por el cliente para modificar los resultados.

Cuando se realiza un estudio de Opinión Pública se deben de basar en el código de ética o un ideario, pero qué tan práctico resulta ser dicho reglamento al momento de aplicarlo a una investigación. Se considerará al código como la base, pero se le pueden hacer modificaciones para adecuarlo al cliente.

Lo anterior no significa que los códigos de ética sean obsoletos, sólo que dicho documento es el '*deber ser*' de este tipo de empresas y se crean en algún determinado momento histórico; por ejemplo, alguna compañía que fue creada a mediados del siglo pasado tiene que modificar su reglamento conforme pasan los años porque la sociedad donde se desenvuelve es dinámica, por lo tanto, dicha institución no puede quedarse estática ante los cambios.

CAPÍTULO 2

REFORMA Y EL CONSEJO EDITORIAL DE JUSTICIA

CAPÍTULO 2

REFORMA Y EL CONSEJO EDITORIAL DE JUSTICIA

En este apartado se presenta el nacimiento, desarrollo, situación actual y la organización del periódico REFORMA; así como la estructura del Consejo Editorial de la sección Justicia, con la finalidad de conocer el objeto de estudio.

2.1. Origen del GRUPO REFORMA

La Historia de Grupo REFORMA tiene se inicia en los primeros años de la segunda década del Siglo XX en la ciudad de Monterrey, Nuevo León.

Los orígenes del Grupo se remontan hasta el 2 de abril de 1922, fecha en la cual Rodolfo Junco de la Vega fundó el periódico EL SOL, en Monterrey.

EL SOL ocupaba un edificio antiguo de dos pisos en la esquina de Morelos y Dr. Coss. En ese entonces, el periódico estaba compuesto por 8 páginas, su costo era de 5 centavos y era el único periódico vespertino de la época; sin embargo, la idea de crear un diario matutino.

Durante el período de 1927-1937, el País atravesaba por una crisis económica. Eran los tiempos posrevolucionarios y de la quiebra de la Bolsa de Nueva York; pese a ello, el periódico logró mejorar su situación económica. A finales de 1936 la circulación del periódico aumentó y contrataron más personal.

Debido al crecimiento del diario, fue necesario cambiar de ubicación. En 1937, EL SOL fue trasladado a su nueva casa en Washington 629 Oriente a un local con techo de lámina extendido hasta la calle de Modesto Arreola.

2.2. Desarrollo del GRUPO REFORMA

Con la idea de crear un periódico matutino, el 15 de septiembre de 1938 nace el periódico EL NORTE. Su primera edición fue de 8 páginas con un tiraje de 15 mil ejemplares, muchos de éstos fueron obsequiados entre los regiomontanos. Solamente contaba con una sección y en la primera página se publicaban noticias nacionales e internacionales.

“Para el año de 1941, el periódico ya publicaba dos secciones con 14 páginas entre semana y 16 páginas los domingos con su suplemento adicional, su precio dominical era de 20 centavos y de 15 centavos el resto de la semana.

“El 15 de septiembre de 1948 EL NORTE ya incluía 46 anuncios, 2 páginas de avisos de ocasión, una página editorial, páginas de sociales, deportivos y la cartelera cinematográfica. También se publicaban 13 tiras cómicas.

“Continuando con el crecimiento y desarrollo, en 1941 Rodolfo Junco de la Vega adquirió la prensa rotativa Duplex, con la que fue posible editar dos secciones del periódico, con una tipografía diferente y con mayor rapidez.

“EL NORTE fue uno de los primeros periódicos en ejercer la libertad de expresión, misma que nadie se atrevía a superar por temor. EL NORTE sufrió presiones, amenazas y advertencias por su desinhibición para tratar públicamente los problemas sociales.”⁸⁰

Para 1958, EL NORTE publicaba dos secciones en 16 páginas y ya alcanzaba 50 mil ejemplares, contra los 15 mil de su primer año.

En 1962, EL NORTE obtuvo su primer premio internacional, el María Moors Cabot, por su favor de la amistad y la comprensión internacionales. Al año siguiente le fue

⁸⁰ Curso de Inducción del periódico REFORMA. México, Recursos Humanos, 2003.

conferido el Premio Mergenthaler, por su permanente lucha contra las injusticias. Este galardón le fue otorgado nuevamente en 1976.

Para 1968, EL NORTE publicaba ediciones dominicales de 88 páginas con dos suplementos y costaba 60 centavos.

En 1969 por sus contribuciones a su ciudad y a su País, la ANPA le otorgó el premio anual correspondiente de ese año. La consolidación de EL NORTE, su prestigio y su liderazgo como periódico independiente y como medio eficaz publicitario, era ya un hecho.

En este año, Alejandro Junco de la Vega, nieto de Don Rodolfo, es nombrado Presidente del Consejo y Director General de Editora EL SOL.

Bajo la dirección de Junco de la Vega nació la primera edición suburbana de EL NORTE, conocida como Edición Sierra Madre, por tener como origen y destino el sector suroeste de la zona Metropolitana, el municipio de Garza García. Posterior a esta edición, surgieron otras más con el propósito de cubrir los puntos más importantes de la zona Metropolitana.

Conforme fueron pasando los años, los directivos de EL NORTE decidieron que era necesario ampliar su espectro informativo y optaron por crear un nuevo periódico en la Capital del País.

El primer día de REFORMA en el Distrito Federal

Desde los primeros días de octubre de 1993, REFORMA recorrió unas 20 universidades de periodismo y diseño. Más de 1800 solicitudes fueron recibidas, después de varias entrevistas ya habían seleccionado a 300 aspirantes, sin embargo, sólo la mitad fue enviada a Monterrey para recibir las bases del estilo que se pretendía.

Una de las reglas del diario fue contratar a jóvenes recién egresados o estudiantes de los últimos semestres de la carrera de periodismo.

Las críticas no se hicieron esperar, los otros medios vaticinaban que el 'nuevo' periódico no sobreviviría mucho tiempo porque al no contar con reporteros con experiencia se vendrían a pique REFORMA. El motivo principal era simple: que los periodistas no deberían de tener 'mañas o vicios', se necesitaban jóvenes.

El 20 de noviembre de 1993, el periódico REFORMA hizo su debut en la Ciudad de México, en un día feriado, que por tradición no se laboraba y mucho menos se vendía periódicos, lo que le acarreó problemas con los sindicalistas que expedían los diarios en el País.

Este acto fue tomado por la Unión de Voceadores y Expendedores de Periódicos de México, respaldada por el PRI, como un desafío a las reglas establecidas durante varias décadas, lo que provocó el descontento de los dirigentes de dicho organismo, por lo que se negaron a vender REFORMA en los puestos de revistas.

En un principio el gremio que expende los rotativos propuso que el nuevo periódico se distribuyera el 19 ó 21 de noviembre, pero por ningún motivo en un día de asueto nacional.

Sin embargo, Alejandro Junco de la Vega, director de El Norte y REFORMA, continuó con sus planes y el día en que se conmemoró el 83 aniversario de la Revolución Mexicana comenzó a circular por primera vez el periódico en el DF.

Ese día, Junco de la Vega, salió a la calle con sus reporteros, columnistas, editores y trabajadores para vender el periódico; a la gente le pareció extraño que personas con traje y corbata vendieran un periódico, lo que provocó que el diario se vendiera.

Lo anterior irritó a la Unión de Voceadores y hasta la fecha REFORMA, y actualmente METRO, sólo se venden en las esquinas de las principales vialidades de la Ciudad de México por personal contratado por el diario y en locales cerrados.

Para ese entonces, personalidades como Miguel Ángel Granados Chapa, Lorenzo Meyer, Federico Reyes Heróles, Adolfo Aguilar Zinser, Enrique Krauze, Gabriel Said, Carlos Castillo Peraza, Sergio Sarmiento, Ezra Shabot, Homero Aridjis, José Antonio Crespo, Guadalupe Loaeza, Catón, Francisco Calderón, Jesús Silva-Herzog Márquez, Carlos Elizondo Mayer-Serra, Gilberto Rincón Gallardo, Denis Dresser y Jorge Alcocer, entre otros, comenzaron a formar parte de la plana editorial de REFORMA.

El nombre del periódico y el primer día que comenzó a circular van de la mano: REFORMA, palabra que tiene que ver con las carencias que vive el País desde la Revolución Mexicana, además de que el concepto significa renovación y dinamismo.

"Fundar un periódico el 20 de noviembre genera una serie de símbolos, de compromisos. Se conmemora el aniversario de una revolución inacabada, incompleta, que no ha hecho justicia a millones de mexicanos que viven en la pobreza extrema.

"Se elige un nombre, REFORMA, en cuyo significado implícito descansa una identidad y una vocación esenciales; identificar a todo México y en su semántica asume la tarea de contribuir, a través de una cultura plural, al fortalecimiento de la sociedad."⁸¹

En la siguiente ilustración se puede observar la portada de REFORMA o 1-A como se conoce entre las personas que trabajan en el periódico.

⁸¹ Especial. La Reforma de México. Reforma. Suplemento Especial del Primer Aniversario. 20 de Noviembre de 1994.

Lección abierta en DF por prácticas militares costarricenses Ciudad (99)



Noche de graduación del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente



Enfoque: Elites a la fuerza; regresan sus clases México.com

Vigilante CV de José... México, D.F. 27 de febrero, 2006

REFORMA

CORAZÓN DE MÉXICO

Año 118, Número 200



Quedan nipones con el ojo cuadrado

1-2

Empresas de personal... de la ciudad de México... 1 y 2 de febrero... en la ciudad de México... 1 y 2 de febrero... en la ciudad de México...

Ejecutan al jefe del aeropuerto

Arriban en el DF a presidente de la PFP que había llamado de Tijuana, luego 6 meses



El jefe del aeropuerto... fue ejecutado... el presidente de la PFP... que había llamado de Tijuana... luego 6 meses...

El jefe del aeropuerto... fue ejecutado... el presidente de la PFP... que había llamado de Tijuana... luego 6 meses...

¿Burbuja o burbuja?

El crecimiento... de la economía... de la ciudad de México... 1 y 2 de febrero... en la ciudad de México...

Van 25 agencias acreditadas en 2006

Las agencias... de la ciudad de México... 1 y 2 de febrero... en la ciudad de México...

Crean carrillo de BEBAYE
La idea surgió... de la ciudad de México... 1 y 2 de febrero... en la ciudad de México...

Trabaja la mitad de ambulancias ERUM

El servicio... de la ciudad de México... 1 y 2 de febrero... en la ciudad de México...



Entraron la Curto en canal

El Poder Judicial... de la ciudad de México... 1 y 2 de febrero... en la ciudad de México...

Renuncia 'Bejarano' de Lula

El ministro... de la ciudad de México... 1 y 2 de febrero... en la ciudad de México...

2.3. Situación actual

Para el año de 1988 nace METRO en Monterrey, periódico en presentación tabloide, destino a satisfacer el mercado que requiere información local en un formato compacto.

“Acercándonos más a la actualidad, en la última década, EL NORTE terminó por consolidarse y su expansión fue más allá de Monterrey, dando surgimiento a más periódicos dentro del grupo Editora EL SOL.

20 de noviembre de 1993	Inicia REFORMA en la Ciudad de México
20 de noviembre de 1997	Nace PALABRA en Saltillo
5 de diciembre de 1997	Se funda METRO en el Distrito Federal
20 de noviembre de 1998	Crean MURAL en Guadalajara

“Durante este mismo período, en el año de 1991, surgen los Consejos Editoriales con el propósito de orientar el contenido informativo y sugerir formas de reflejar mejor la realidad.

“Para el año 2000, buscando cubrir una necesidad en los usuarios de Internet, Grupo REFORMA incursiona en el mundo las nuevas tecnologías con el nacimiento de elnorte.com, reforma.com y mural.com”⁸²

En estos sitios el lector puede encontrar la información en tiempo real; además, de tener la opción de consultar la edición impresa de EL NORTE. En REFORMA y MURAL se incluyen audios y videos de los noticias titulares de cada sección.

Durante su trayectoria, EL NORTE ha ganado premios internacionales tales como:

María Moors Cabot

1962, 1991 y 1996

⁸² Curso de Inducción del periódico REFORMA. México, Recursos Humanos, 2003.

Mergenthaler

1964 y 1976

Mundial de la ANPA

1969

Teponaxtlí

1981

SIP

1985, 1987, 1988, 1989, 1990, 1991, 1992, 1994 y 1995.

Diseño SND

Todos de 1985 a 1999.

2.4. Organización del GRUPO REFORMA

En este punto se describen las funciones de las dos direcciones, Editorial y Comercial, que existen el periódico para su funcionamiento.

Direcciones del GRUPO REFORMA**A) Dirección Editorial**

Es quien hace la labor periodística -al obtener la información y prepararla para los lectores- elabora las notas, reportajes, investigaciones, columnas de opinión etc. Está compuesta por reporteros, editores, coeditores, diseñadores, infografistas, especialistas de investigación, columnistas, etcétera. Es importante mencionar que se encuentra una división entre las noticias Hard y Soft News.

*Hard News se refiere a los contenidos cambiantes y de gran trascendencia e interés para el lector. Son típicamente los contenidos que aparecen en las secciones de Nacional/Internacional, Local e incluso Deportes.

"Soft News por otro lado, se refiere a aquellos contenidos que generalmente no varían mucho durante el día, y que tradicionalmente han sido considerados como accesorios a los contenidos "duros" (o Hard News). Son las secciones de Vida, Gente, Buena Mesa, Magazine, Acentos, Ediciones Suburbanas (Sierra Madre, La Silla, Cumbres, Anáhuac y Linda Vista).

"Algo que distingue el trabajo de los reporteros es que su trabajo está siempre sujeto al Manual de Estilo que asegura la uniformidad del periódico, y a su vez, contiene las normas que conforman un estricto Código de Ética, para asegurar la veracidad, la autonomía, la transparencia, la profesionalidad y el respeto por los que se caracterizan a los periódicos del Grupo.

"Cabe destacar que Grupo REFORMA cuenta con corresponsales en las 19 principales ciudades de México"; la información internacional, se obtiene de Agencias Noticiosas como Reuters y AP."⁶³

El Grupo cuenta con alianzas estratégicas con las más importantes publicaciones como: Time, Sports Illustrated, People, Fortune, Entertainment Weekly, Forbes y The Wall Street Journal Americas, entre otras publicaciones extranjeras.

B) Dirección Comercial

El área Comercial está dividida en dos direcciones, la Dirección Comercial y la Dirección de Circulación.

La Dirección Comercial se ocupa de:

- Ventas de espacios.
- Ventas en los suplementos como La Novia, Mi Bebé.

⁶³ Curso de Inducción del periódico REFORMA. México, Recursos Humanos, 2003.

- Existe una División que ofrece servicio de imprenta, y elaboración de suplementos con servicio de diseño, foto y distribución en los periódicos del grupo.

Hay dos tipos de anuncios: los desplegados que son aquellos en los cuales el cliente tiene la libertad de elegir el tamaño, ubicación y contenido de su anuncio.

Y el otro tipo es Avisos de Ocasión, en el cual ya está predeterminado tanto el tamaño como el tipo de información a incluir en él.

Por otro lado, la Dirección de Circulación se encarga de la distribución del periódico, tanto a nivel local como nacional. Aproximadamente la mitad de los periódicos vendidos por el Grupo son a suscriptores.

1.- Suscripciones.

Es el total de suscriptores en Monterrey y su área Metropolitana. Vende 48,000 ejemplares.

2.- Voceo.

El voceo se realiza en la zona Metropolitana de Monterrey con 296 distribuidores y más de 3,000 voceadores. Vende 78,600 ejemplares.

3.- Locales cerrados.

Principalmente autoservicios, tiendas de conveniencia y hoteles (aproximadamente 600 puntos). Vende 19,800 ejemplares.

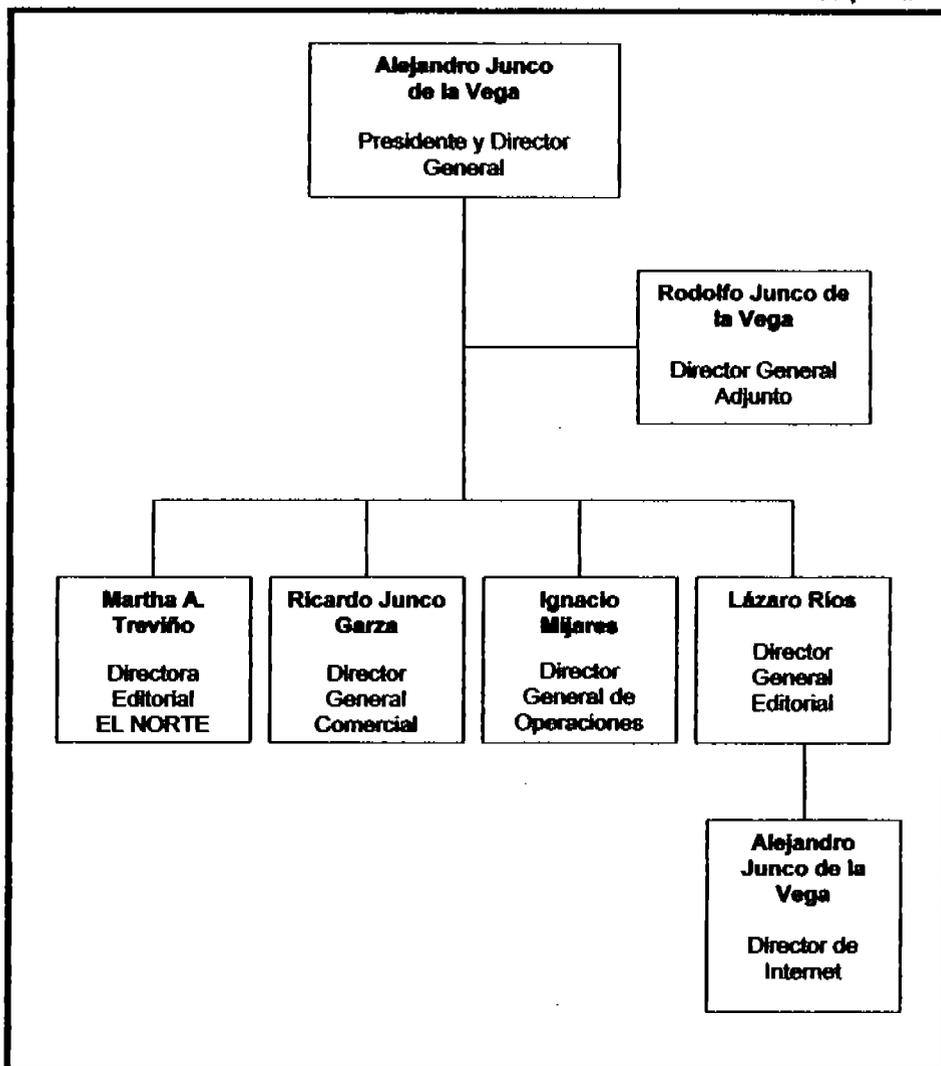
4.- Plazas foráneas.

Alrededor del 20% del tiraje total de EL NORTE se distribuye fuera del estado de Nuevo León. Vende 18,600 ejemplares.

Organización del periódico REFORMA

En el esquema 37 se muestra el organigrama del GRUPO REFORMA⁶⁴

Esquema 37



⁶⁴ Curso de Inducción del periódico REFORMA. México, Recursos Humanos, 2003.

Diagrama de flujo general del proceso de medios impresos

Existen dos áreas con funciones diferentes, las cuales conjuntan su información para darle forma al periódico.

Área Comercial

El área Comercial es responsable de toda la publicación de anuncios, los cuales abarcan un 60% de toda la información impresa en el periódico.

Existen 3 formas de obtener los anuncios; la primera de ellas son las Agencias de Publicidad, las cuales acuden con sus anuncios ya diseñados y en ocasiones, listos para pasar al departamento de Prensa en donde se imprimen sus negativos.

La segunda es mediante los Publicistas, quienes se encargan de trabajar en conjunto con nuestros clientes y diseñar el anuncio solicitado; y por último mediante los conocidos Avisos de Ocasión.

Una vez obtenidos los anuncios, se pasan al departamento de esquemas, el cual tiene la función de definir los espacios, dependiendo del tamaño y del lugar donde se desea publicar; es decir, existen esquemas de cada uno de los impresos, en donde se delimitan los espacios vendidos a anuncios, y los espacios disponibles para acomodar información noticiosa.

Área de Redacción

En el área de Redacción es donde se genera toda la noticia, la cual abarca el 40% restante de la información publicada.

Existen dos formas de obtener noticias, la primera es mediante nuestros Reporteros; y la segunda es mediante las Fuentes, quienes en ocasiones vienen directamente al periódico a informarnos de algún suceso.

Ya obtenidas las noticias por cada uno de los reporteros de las diferentes secciones, éstas deben pasar al Editor, quien es la persona que se encarga de revisar si existen algunas modificaciones, o bien, si la noticia está lista para su publicación.

El editor también cuenta con un esquema, el cual le indica los espacios que tiene disponibles para acomodar las noticias. Una vez que se tienen las noticias ya acomodadas en sus espacios y formadas las páginas; se manda toda la información al Site, lugar donde se almacena toda la información del periódico.

Impresión del periódico

Toda la información obtenida del área Comercial y de Redacción, se almacena en el Site, para luego pasar al departamento de Prerensa en donde se imprimen los negativos de cada una de las páginas que compondrán el periódico para la edición del día siguiente.

Una vez obtenidos los negativos de las páginas, éstos pasan a Fotomecánica, en donde se revelan los negativos en placas de aluminio, las cuales están listas para pasar a la prensa en donde se dará inicio su impresión.

La distribución y los lectores

Ya impresos los periódicos, pasan al departamento de Circulación, en donde se encuentran todas las personas encargadas de su distribución. Los repartidores lo transportan a nuestras 5 agencias y los subagentes lo reparten entre sus

voceadores, de modo que a primera hora de la mañana, el periódico está en las manos de los lectores.

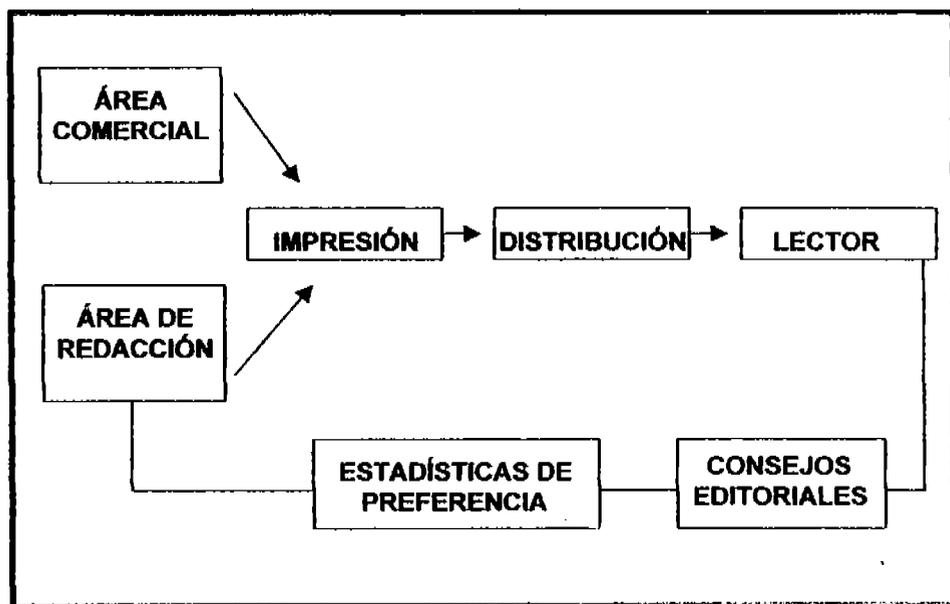
Consejos Editoriales y estadísticas de preferencia

Los lectores pueden formar parte de los Consejos Editoriales, en los cuales mediante estadísticas de preferencia, ofrecen al periódico una retroalimentación de cómo mejorar su calidad informativa.

En el siguiente diagrama se aprecia el proceso de creación del periódico.

Diagrama de flujo general del proceso de medios impresos⁸⁵

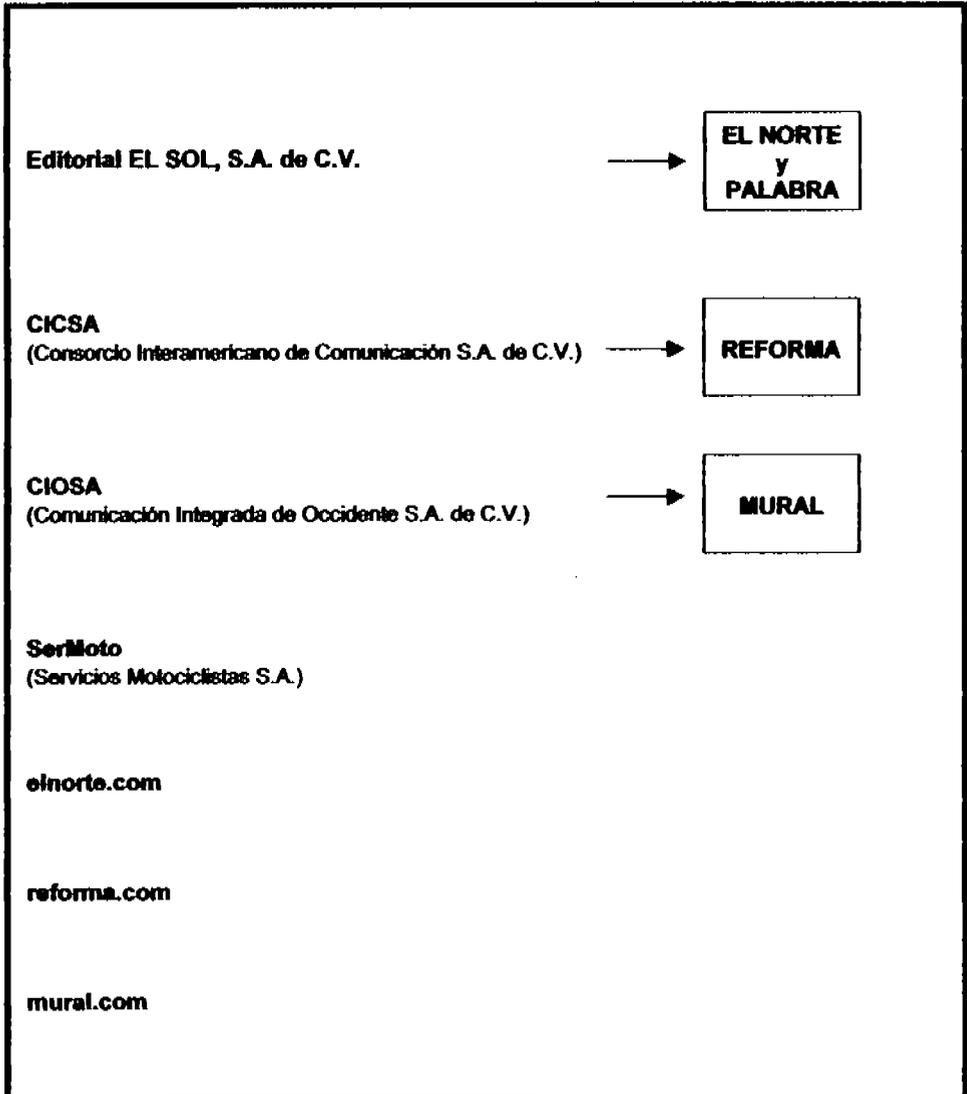
Esquema 38



⁸⁵ Curso de Inducción del periódico REFORMA. México, Recursos Humanos, 2003.

El GRUPO REFORMA[™] se conforma de la siguiente manera:

Esquema 39



[™] Curso de Inducción del periódico REFORMA. México, Recursos Humanos, 2003.

Los productos del grupo son:

- EL NORTE
- EL SOL
- METRO (Monterrey, Ciudad de México, Guadalajara, Saltillo y Valle de México)
- REFORMA (Distrito Federal)
- MURAL (Guadalajara)
- PALABRA (Saltillo)
- Ediciones Suburbanas (Sierra Madre, SM Joven, Sierra Madre Jr., La Silla, Silla Joven, Cumbres, Cumbres Joven, Anáhuac y Linda Vista).
- elnorte.com
- reforma.com
- mural.com

El periódico REFORMA está formado por las secciones Nacional, Editorial, Ciudad, Justicia, Estados, Gente, Deportes, Internacional, Negocios, Estado de México, Cultura, Avisos de Ocasión, Empresas y Negocios.

Además de los suplementos semanales o mensuales como Interfase, Primera Fila, Vida, Club, De Viaje, Moda, El Ángel, Magazine, Enfoque, Buena Mesa, Automotriz, Señor Fútbol y Gente Chiquita.

Los directivos de REFORMA son Alejandro Junco de la Vega, dueño, presidente y Director General; Rodolfo Junco de la Vega, Director General adjunto; Lázaro Ríos, Director general Editorial; Ricardo Junco Garza, Director General Comercial; Ignacio Mijares, Director General de Operaciones; Alejandro Junco de la Vega E., Director de Internet; René Delgado, Director Editorial; Ricardo Elizondo, Director Editorial Adjunto; Enrique Quintana, Director Editorial Negocios; Homero Fernández, Director de Operación Editorial; Gerardo Lara, Director Comercial; Roberto Zamarripa, Subdirector Editorial; Miguel González, Director de

Circulación; Ernesto López Robles, Subdirector Editorial; Héctor Guardado, Director de Producción y Luis Cantú, Subdirección de Operaciones Informática.

Actualmente el periódico se localiza en Avenida México Coyoacán 40 en la Colonia Santa Cruz Atoyac, Delegación Benito Juárez.

Misión y ética del periódico REFORMA

Ambos conceptos en el ejercicio periodístico son fundamentales para poder ofrecer un buen producto a los lectores de cualquier periódico; es importante mencionar que un diario no son simples datos, lo mejor sería que sea fuente confiable de información y que ayude a los lectores a comprender los diferentes temas de la vida nacional.

Misión

"Ser los líderes en la industria de la Comunicación, proporcionando a nuestros clientes información veraz y oportuna, asegurando calidad y profesionalismo para hacer de esto, una herramienta que fundamentalmente facilite la toma de decisiones de nuestros lectores."⁶⁷

Ética del periodista

"Los periodistas de nuestros medios deben tener el más alto espíritu de responsabilidad y optimismo.

"Pocas tareas encomendadas al hombre moderno son tan importantes como la labor de buscar y encontrar la verdad.

⁶⁷ Curso de inducción del periódico REFORMA. México, Recursos Humanos, 2003.

"No hay mejor garantía de la buena salud de las instituciones públicas o privadas que la información. El escrutinio de la Opinión Pública es un elemento esencial para el perfeccionamiento de la sociedad.

"Para que los ciudadanos tomen mejores decisiones acerca de sus propios destinos necesitan información.

"Sobre el periodista recae una enorme responsabilidad; el periódico es un depositario del derecho de todo ciudadano a tener acceso a la información.

Por ello, el reportero:

- Expone los hechos con exactitud, veracidad y plenitud.
- No omite hechos, información, nada que el público tenga derecho a conocer.
- Respeta la vida privada y la intimidad.
- Respeta las diversas versiones en torno a una controversia.
- Permite el acceso al periódico a sectores minoritarios.
- Respeta el orden jurídico, los derechos de terceros.
- Presume que las personas acusadas de delitos son inocentes, mientras no sean condenadas.
- Evita todo estereotipo racial, étnico y sexual.
- Aclara o rectifica cuando descubre un error.
- Guarda serenidad y altura en la polémica.

"Uno de los trabajos más importantes del reportero es saber cuestionar, pues el primer paso para la superación de un individuo o de una comunidad es cuestionar o cuestionarse. Quien cuestiona o acepta ser cuestionado tiene posibilidad de superarse.

"La visión de un periodista se fija en la alta meta de tener una comunicación abundante y fiel. Esto nos traerá una sociedad con capacidad para renovarse,

para autopurificarse, para transformarse en una sociedad más sana, más sabia y más rica.⁸⁸

La conducta del periodista

"Estamos orgullosos de que los reporteros y editores de nuestra empresa se comporten de manera profesional. Se visten como profesionales, tienen las atenciones de profesionales y rechazan sobornos.

"Nuestros reporteros no venden publicidad disfrazada como noticia, ni actúan como 'boletíneros' para alguna persona o institución, comercial o gubernamental. Se esfuerzan por mantener su independencia, tratando de manera imparcial con todas las fuentes noticiosas y siempre buscando la verdad.

"No describen ni publican notas falsas y su trabajo es editado exclusivamente en la Redacción. Cuidadosamente hemos separado en dos departamentos a aquellos que venden publicidad.

"Aunque no se allenta a nuestros reporteros a ofrecer confidencialmente a una fuente noticiosa, una vez otorgada debe ser guardada y compartida sólo con el editor del periódico. Las promesas de confidencialidad deben hacerse sólo cuando las fuentes estén en peligro de correr daño físico o la pérdida de sus empleos si sus nombres son revelados.

"El reportero también debe buscar de dos a tres fuentes diferentes que puedan confirmar la información dada en confianza. Los reporteros deben siempre estar alerta contra personas a quienes les gustaría utilizar a nuestros medios para sus propósitos individuales.

⁸⁸ Manual de Estilo del periódico REFORMA. México, 1999, p. 3.

"El periodista profesional trabaja únicamente en el periódico. No tiene empleo adicional: su lealtad es hacia un mejor medio, hacia un público mejor informado. El lograr estas metas es un motivo de orgullo y satisfacción."⁸⁹

Actitud y presentación

"Los periodistas de la empresa son profesionales y lo demuestran ante sus fuentes, su público y sus mismos compañeros con su actitud, su conducta y su presentación.

"Las fuentes y el público que están familiarizados con la empresa esperan ya esa conducta profesional. Tenga presente que su imagen es la de la empresa y muchas personas tendrán contacto con nuestros medios sólo a través de usted.

"Un vestuario formal (no necesariamente elegante) y una presentación bien cuidada es una muestra de respeto hacia las personas con quien trata y le ayudará a causar en ellas una buena impresión.

"Como reportero, usted se convierte en los ojos del medio. Usted es quien sale a la calle constantemente y quien tiene contacto con las fuentes y la gente en general.

"Aunque es miembro de uno de los medios, usted representa a toda la empresa.

"Si al andar en la calle encuentra a una personalidad relevante para una sección que no es la suya, o si llega a un evento en el que no hay otro reportero del medio, es su deber hacerse cargo.

"Si tiene tiempo, puede llamar a editor correspondiente para avisar que tal persona importante está en cierto lugar o que se está llevando a cabo un evento en el que

⁸⁹ Manual de Estilo del periódico REFORMA. México, 1999, p. 4.

no hay reportero, pero si no hay tiempo, le corresponde a usted hacer la nota o cubrir el evento.

"En cuanto pueda, hable con su editor para que notifique el editor de la sección donde se manejaría su nota sobre la entrevista o el evento que cubrió."⁹⁰

2.5. Características del universo a estudiar

Las características demográficas del universo son diversas, debido a que las personas que lo conforman tienen diferencias específicas tales como:

- Sexo
- Edad
- Lugar que ocupa en la familia
- Grado de estudios
- Nivel económico
- Posición política

Los anteriores puntos son las características de cada integrante del Consejo Editorial de Justicia, y al momento de sesionar determinan la opinión de cada consejero. Es evidente que no van a pensar igual y que las sugerencias son distintas; por ejemplo, hay divergencias, en algunos casos, cuando un habitante de alguna colonia pobre da su punto de vista sobre la inseguridad que otra persona que viva en una zona residencial, aunque la inseguridad afecta a ambos la perspectiva es distinta.

2.5.1. Universo

Se conoce como universo al grupo de personas que son parte del estudio de Opinión Pública, como se describe a continuación:

⁹⁰ Manual de Estilo del periódico REFORMA. México, 1999, p. 5.

Consejos Editoriales

La información que se maneja en REFORMA no es exclusiva de editores y reporteros, la apertura de ésta se da a partir de la participación de la ciudadanía representada por los consejos editoriales.

Los Consejos Editoriales son grupos de ciudadanos que son invitados a colaborar en la elaboración del periódico, con la misión de evaluar la labor informativa y educativa del periódico, así como medir su impacto, buscando de esta forma clarificar problemáticas y mejorar los procesos de información.

"Fueron creados en 1991 y son un reflejo de la preocupación de Grupo REFORMA por el servicio que presta a su comunidad. Y es que sabemos que en esta sociedad contemporánea, plural y heterogénea, la tarea de informar no puede estar a cargo de una sola persona. Este es el fundamento de los Consejos Editoriales."⁹¹

"Cada sección del periódico tiene un consejo editorial, que se reúne una vez a la semana o cada dos semanas. Está conformado por personas con diferentes perfiles, pero siempre son destacadas en el ámbito que participan.

"Los consejeros son electos por el Consejo Directivo del periódico, y duran entre 9 y 10 meses en su encargo. Dos miembros de cada consejo son reelectos para asegurar la continuidad del trabajo realizado.

"El puesto de Consejero es un cargo honorario -sin una retribución económica- pero con la satisfacción de haber influido directamente en las vidas de millones de mexicanos y en el rumbo mismo del país."⁹²

⁹¹ Curso de inducción del periódico REFORMA. México, Recursos Humanos, 2003.

⁹² Curso de inducción del periódico REFORMA. México, Recursos Humanos, 2003.

En 1995 se creó el primer Consejo Editorial del periódico REFORMA, fue en la sección Ciudad y se llamaba Consejo Editorial de Seguridad Pública, con este nombre perduró desde 1997 al 2000.

A partir del 2001 y hasta el 2003 se le conoce como Consejo Editorial de Justicia, así se le llama a la sección actualmente, que a su vez está incluida en el apartado de Ciudad.

Todos los años, los Consejos de Seguridad Pública y Justicia han contado con 12 integrantes, excepto en el primer año, ya que sólo lo integraron 10 personas.

"En un principio, los integrantes eran algunas fuentes del diario, por ejemplo, habían diputados encargados de comisiones en Seguridad, jefes policíacos, funcionarios de la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal, y funcionarios públicos que tuvieran que ver con cuestiones de la Capital, entre otros funcionarios."⁹³

Actualmente, el Consejo se conforma de personas con edades y perfiles diferentes: amas de casa, profesores, empresarios, entre otras, y se busca que exista un balance para lograr una retroalimentación más efectiva. Por ejemplo, en el Consejo Editorial del año 2002, hubo dos integrantes de 22 años de edad, los más jóvenes que han participado en el organismo.

El Consejo Editorial de Justicia del año 2003 está integrado por 4 mujeres y 8 hombres.

Las sesiones del Consejo son cada 15 días, con una hora de duración (20:00 a 21:00 horas), y se pueden extender un máximo de 30 minutos con la aprobación unánime de los asistentes.

⁹³ Entrevista con Gustavo Adolfo Hernández, editor de la sección Justicia del periódico REFORMA, agosto del 2003.

"Para que exista continuidad, los integrantes del Consejo postulan a dos personas, inclusive se pueden autopropone, esto con la finalidad de darle continuidad a lo que se hizo en los nueve meses de trabajo.

"La conformación del Consejo: Director y Editor de la sección Justicia y un coordinador, éste funge de enlace entre el Director, el Editor y los integrantes del Consejo Editorial.

"El coordinador se encarga de hablarles por teléfono tres días antes de la reunión para confirmar su asistencia. También, es el responsable de tener agua, café y refrescos para todos los participantes del Consejo."⁹⁴

Asimismo, el coordinador hace la minuta de la sesión, funge (en ocasiones) como medrador en la sesión entre los consejeros, el Editor y el Director de Justicia, otorgando la palabra a cada orador.

Las sesiones se realizan a un costado de la explanada del periódico todos los martes de 20:00 a 21:00 horas, cada quince días. Los temas son todos lo que les aqueja, preocupa y viven respecto a robos, seguridad, inseguridad y la prevención del delito, entre otros.

La mayor parte de las propuestas son aprobadas, sin son viables para el perfil de la sección, y se hacen llegar a la Redacción para que se investigue y consiga información respecto al tema solicitado. Hasta el momento se han hecho 66 sugerencias, de las cuales sólo una se ha cancelado.

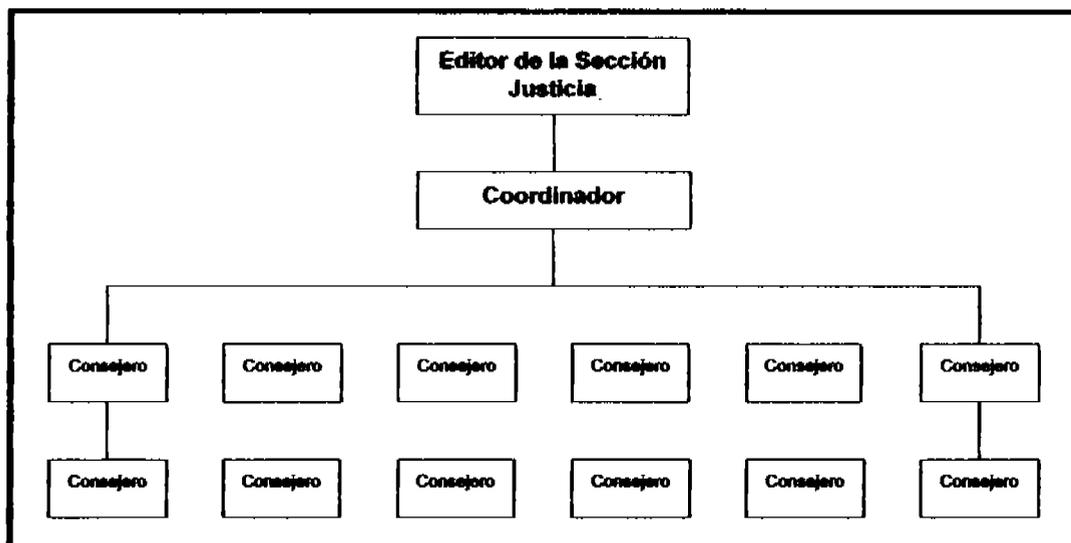
Las opiniones más viables de los consejeros ofrecen se ven plasmadas en las páginas de la sección Justicia de REFORMA.

⁹⁴ Entrevista con Gustavo Adolfo Hernández, editor de la sección Justicia del periódico REFORMA, agosto del 2003.

En el esquema 40 se muestra la distribución del Consejo Editorial de la sección Justicia.

Organigrama del Consejo Editorial de la sección Justicia

Esquema 40



A continuación se menciona cómo se dan las sesiones del Consejo Editorial.

"Durante cada sesión del Consejo se comenta el contenido y la temática de la sección durante el tiempo transcurrido desde la última junta.

"Se elabora una minuta cuidadosa para registrar todas las aportaciones de los miembros del Consejo y darles el debido seguimiento.

"Se analiza la información publicada, se le critica y se aportan ideas para reportajes, investigaciones, cobertura de eventos y nuevas visiones informativas.

"Desde el primer día de trabajo, el editor familiariza a los miembros del Consejo de REFORMA, mostrándoles los proceso básico de la producción de noticias.

"Así se familiarizan con cada paso de la producción de un periódico, desde la planeación de las actividades de los reporteros, hasta el proceso de impresión de la sala de prensa.

"El consejero contrae un gran compromiso, que no es otro que el mismo que se comprometen a cumplir todos los periodistas de REFORMA: el de ser los depositarios del derecho de los ciudadanos a tener acceso a la información.

"Pocas tareas encomendadas al hombre son tan importantes como buscar y encontrar la verdad.

"Por eso, los periodistas de REFORMA, en cuya primera fila figurarán sus consejeros editoriales, tienen el más alto espíritu de responsabilidad y optimismo.

"En esta sociedad contemporánea, plural y heterogénea, la tarea de informar no puede estar a cargo de una sola persona.

"Por eso invitamos a la ciudadanía, a través de los consejeros editoriales, ha estar en el centro mismo de la producción de noticias, en el punto neurálgico del proceso informativo.

"Para fortalecer nuestra libertad a través de la crítica constructiva hacia la superación; para perfeccionar nuestra democracia; para hacer una mejor comunidad.

"Pero sobre todo para disfrutar juntos el privilegio de cumplir la obligación de informar a los demás." ¹⁰⁵

¹⁰⁵ Especial. Una Reforma con Apertura. Reforma. Suplemento Especial del Primer Aniversario, 20 de noviembre de 1984.

2.6. La Sección Justicia

La sección Justicia se publica al final de Ciudad, aunque ambas son consideradas en el mismo apartado) y cuenta con dos o tres páginas diarias, esto depende de la cantidad de publicidad que se venda para la impresión del día siguiente.

Por lo general, en cada noticia sobre detenciones siempre hay una declaración de un funcionario y/o elemento de alguna corporación policiaca de la Ciudad de México, por ejemplo, de la Secretaría de Seguridad Pública, Policía Auxiliar, Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal, entre otras, con el fin de darle fuerza a la información.

La publicación de noticias sobre asaltos, asesinatos y accidentes es diaria, y por lo regular van acompañadas de fotografía con el fin de complementar la información y dar una visión más amplia de lo acontecido al lector.

En Justicia, casi siempre, se publica una fotonota, compuesta por una fotografía, en color o en blanco y negro, con un tamaño que varía de entre dos a tres columnas. Y se complementa con el pie de foto con una extensión de un párrafo, en el cual se explica lo sucedido en la imagen.

Una de las constantes de la sección estudiada es que los hechos publicados, casi siempre, comprenden al Distrito Federal porque en el periódico REFORMA hay secciones, como Estado de México y Estados, que cubren los sucesos que se presentan en sus propias entidades.

El editor de la sección Justicia es Pedro Terán y los coeditores son Gustavo Adolfo Hernández y Francisco Rodríguez.

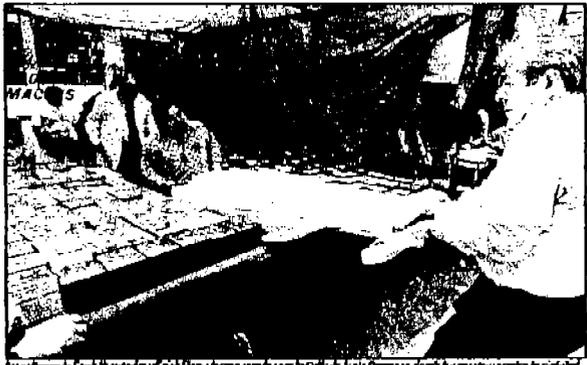
En las dos siguientes ilustraciones se muestra gráficamente la Sección Justicia.

Revista de la Ciudad de México, 25 de mayo de 1975, No. 100

JUSTICIA

Matanza, así se llama en español
Cliché de la foto publicada en el número
de mayo de 1975, No. 100, de la revista
"JUSTICIA".

Revista de la Ciudad de México, 25 de mayo de 1975, No. 100



Se sacan cadáveres de vecindad de Jesús Carranza

Asesinan en Tepito por deuda de droga

Preso acusado de asesinato
del indigenista
por deuda de droga

Una matanza ocurrió en la vecindad de Jesús Carranza, en Tepito, el día 23 de mayo, cuando se asesinó a un indigenista por una deuda de droga.

El asesinado fue un indigenista de nombre...



Dejan 2 ejecutados en un predio baldío

En un predio baldío en Tepito, se dejaron dos ejecutados...

En un predio baldío en Tepito, se dejaron dos ejecutados...

En un predio baldío en Tepito, se dejaron dos ejecutados...

En un predio baldío en Tepito, se dejaron dos ejecutados...

En un predio baldío en Tepito, se dejaron dos ejecutados...

Matan judiciales a tres asaltantes

Resaltan heridas de delinuentes y tres agreden durante huida

En un momento de la matanza, los tres asaltantes...

Piorda la vida en tinajitas

Los asaltantes se escondieron en tinajitas...



Los asaltantes se escondieron en tinajitas...

De lo barcelo a lo delictivo

Un delincuente que estuvo en prisión...

Los asesinos

Los asesinos de Jesús Carranza...



Los asesinos de Jesús Carranza...

Busean a tercer mataviejitas

Los mataviejitas se escondieron en un bus...

Los mataviejitas se escondieron en un bus...

Los mataviejitas se escondieron en un bus...

DE UNIDAD Y REPRESENTACIÓN... JUNTA DE LA CIUDAD DE LEÓN

JUSTICIA



Un accidente. Fallece un conductor, el policía Juan Manuel Pérez se resaca el robo de su automóvil, el y su compañero se resaca...

Mata a un bebé manejador ebrio

Pierde el control de sus autoapólic, sobre a banqueta y arroja carretera... Fallece, según información...

El conductor era borracho, pero sus bebés son inocentes... La verdad no se sabe que se pierda con vida...

Fallecen conductor y posible asaltante

Intentan despojar de su auto a policía en Tlatlapalapa

Un supuesto robo a Policía... Los policías agredidos...

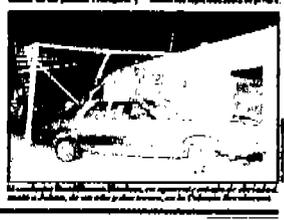


El policía que resultó herido en el accidente...

Roban a hombre \$40 mil

Un hombre es robado... Robado a hombre \$40 mil...

El conductor era borracho... La verdad no se sabe que se pierda con vida...



El auto de Juan Manuel Pérez, que se resaca el robo de su automóvil...

Intentan despojar de su auto a policía en Tlatlapalapa... Un supuesto robo a Policía...

Roban a hombre \$40 mil... Un hombre es robado...

Convocan a la gente contra inseguridad... El gobierno de León...

Espera caballo a año para pagar su multa... El gobierno de León...

Convocan a la gente contra inseguridad... El gobierno de León...

Espera caballo a año para pagar su multa... El gobierno de León...

Espera caballo a año para pagar su multa... El gobierno de León...

Espera caballo a año para pagar su multa... El gobierno de León...

Advertisement for Telcel mobile phones. Includes the slogan 'piensa en telcel', a list of phone models (e.g., 1000, 1000L, 1000S), and contact information for Telcel stores.

Forma de trabajo

Alrededor de las 7:00 horas, los reporteros hablan a la redacción para pedir su agenda, algunas ocasiones ellos la generan porque con anterioridad pactan la cobertura de ciertos eventos según la fuente que a su cargo.

Antes del medio día los editores de la sección se comunican con los reporteros para saber qué es lo que han cubierto hasta ese momento; lo anterior con el fin que los encargados de Justicia entren a la junta de las 12:00 horas y propongan los temas para la portada de REFORMA, mejor conocida como 1-A.

Los reporteros deben de dictar vía telefónica al Centro de Información Continua (CIC) dos o tres párrafos de las notas que llevan, para que los editores las contemplen para la siguiente junta, a las 16:30 horas.

Sin embargo, los adelantos antes mencionados sirven para que los editores de METRO también los consideren porque la sección Justicia de REFORMA provee de información a Seguridad Pública.

Este proceso no sólo se da en el Distrito Federal, porque las notas que se generan en Justicia también se ofrecen a los otros periódicos del grupo, por ejemplo, a EL NORTE y a METRO, en Monterrey; MURAL y METRO, en Guadalajara; PALABRA y METRO, en Saltillo, Coahuila y en las páginas electrónicas de cada uno de los anteriores.

Hasta este momento, la sección Justicia cuenta con 11 reporteros:

- ✍ Ricardo Zamora, Procuraduría General de Justicia del DF.
- ✍ Arturo Sierra, Procuraduría General de Justicia del DF.
- ✍ Luis Ocampo, Secretaría de Seguridad Pública.
- ✍ Jorge Alberto Pérez, Secretaría de Seguridad Pública y Asamblea del DF.

- ✍ Antonio Baranda, juzgados y reclusorios.
- ✍ Leticia Fernández, Comisión de Derechos Humanos del DF.
- ✍ Jesús Padilla, casos del día.
- ✍ Luis Brito, casos del día.
- ✍ Juan Corona, casos del día.
- ✍ Rafael González, guardia nocturna y casos del día.
- ✍ Rafael Cabrera, guardia nocturna.

Al equipo de fotografía de la sección Justicia lo encabeza Karloz González y está conformado por cinco reporteros gráficos:

- Agustín Márquez
- Alberto Neri
- Jacobo Arellano
- Luis Alberto Vargas
- Salvador Chávez

Cabe señalar que los reporteros y fotógrafos además de realizar su cobertura diaria tienen encomendados algunos trabajos especiales o reportajes para la sección, que se publican por lo menos una vez a la semana, y esto depende de las propuestas de cada uno de ellos haga.

La cobertura de casos del día, que está a cargo de tres personas, se realiza de la siguiente forma:

Dos reporteros inician sus labores alrededor de las 7:00 horas y concluyen cerca de las 13:00 ó 14:00 horas en la calle, de ahí pasan a la redacción para hacer sus notas. A partir de ese momento y hasta las 10 de la noche los releva el tercer reportero, quien cubre la tarde y parte de la noche.

Los reporteros de casos del día trabajan con un fotógrafo, ambos cubren en una motocicleta con la que acuden a los acontecimientos más importantes en la Capital en materia de Seguridad Pública.

De las 22:00 horas hasta las 6:00 de la mañana el reportero de la guardia nocturna se encarga de los sucesos relevantes que surgen en su horario y así hasta que entran las dos personas para trabajar durante el día, es decir, siempre hay algún reportero de Justicia en la calle.

La clave de la cobertura del día o de agenda radica en que los reporteros acuden al lugar en donde se genera la noticia, esto es muy importante porque están de contacto directo con las personas relacionadas con los sucesos.

Es importante mencionar que después de obtener los datos del evento, los reporteros tienen la obligación de mandar por teléfono a la Agencia REFORMA la información, posteriormente la suben al portan de reforma.com.

Con lo anterior, los reporteros no sólo compiten con los otros periódicos, sino que luchan con la radio y televisión, ya que las notas se ofrecen en tiempo real para los lectores del REFORMA en internet, y se puede encontrar en los portales del DF, Monterrey, Saltillo o Jalisco.

Otra de las reglas de REFORMA es que los directivos, editores, reporteros y fotógrafos no tienen permitido recibir sobornos de ningún tipo, no deben aceptar regalos navideños de sus fuentes y por ningún motivo vender anuncios de ninguna clase.

En la siguiente imagen se muestra al periódico Metro, uno de los diarios que GRUPO REFORMA tiene en circulación en el Distrito Federal.

PREPARAN RETENES CONTRA EL NARCO EN 8 PUNTOS DE IZTAPALAPA No. 9

Viernes 17 DE NOVIEMBRE DE 2009 MEXICO DF AÑO 8 NUM. 5140 **\$5.00**

Metro

CRAMOTAJE EN EL PERU
 ▶ Deja auto con control por parches en el Perené y al menos 20 autos acaban con los reventados. **RE 8**



08:10

13:15

ACRIBILLAN A MANDO DE LA PFP

MADRUGUETE

▶ BALEAN A COMANDANTE DEL AEROPUERTO FUERA DE SU CASA; PRESUMEN VENDEANZA No. 9

LA TERCERA 6 907706234

Portada del periódico Metro. Se vende en el DF y Valle de México, se basa en la información policiaca y de interés general, el tabloide también se distribuye, con notas locales y bajo el mismo perfil, en Monterrey, Guadalajara y Saltillo.

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO

En este capítulo se enuncia la metodología que servirá para diseñar y elaborar el instrumento de la presente investigación de Opinión Pública, entre ellos: todos los elementos que intervienen en la Tabla de Especificaciones, los criterios de arboreación y de aplicación del cuestionario piloto, es decir, la forma en que se abordará a los encuestados, el lugar donde se entrevistarán y las indicaciones a los encuestadores en caso de que existan. Asimismo se presentan las tablas de resultado de la aplicación piloto con la finalidad de reconocer los errores del cuestionario y hacer las correcciones para concluir el cuestionario final.

3.1. Relación del Marco Teórico con la Tabla de Especificaciones

En el Marco Teórico, subcapítulo 1.3.2. Definición de Opinión Pública, se menciona que ésta es: *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 del público que es el grupo social en sí mismo.*

La definición anterior condujo a diferenciar:

1. Las expresiones de los individuos del grupo social.
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. Actores
2. Instrumentos
3. Expresiones

4. Representaciones

Asimismo se hizo la analogía entre:

- a) Actores de la comunicación con individuos del grupo social.
- b) Instrumentos de la comunicación con cuestionario (en papel).
- c) Las expresiones con el conjunto de expresiones del grupo social en donde se manifiestan los consensos y disensos.
- d) Las representaciones de la comunicación con el conjunto de datos de referencia contenidos en las expresiones del grupo social y que tienen un significado para los usuarios (revisar Marco Contextual).

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

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 1.1.4. Análisis Sistémico, del Marco Teórico, 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.

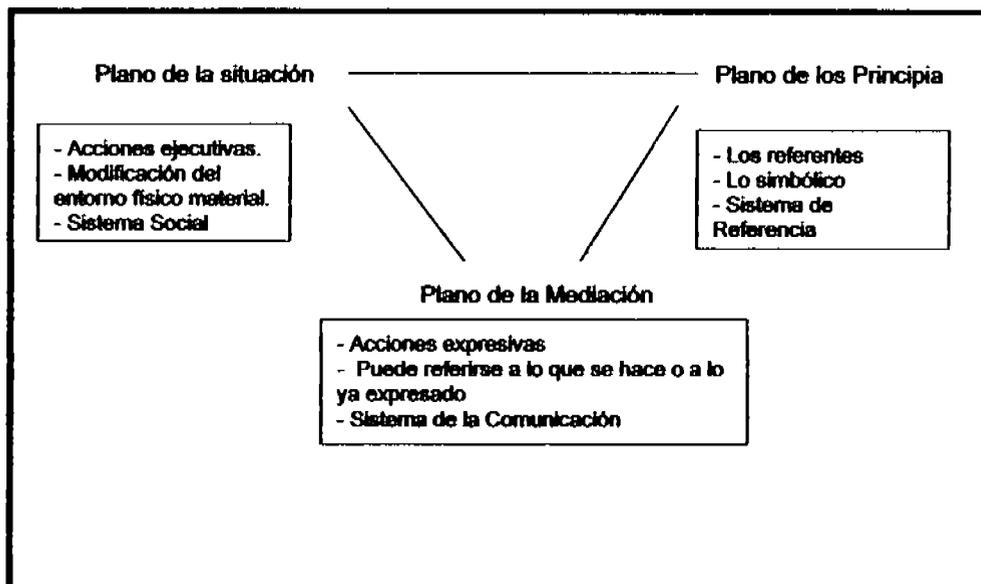
De tal forma que hay una diferencia entre:

- a) Lo que se hace (como acción ejecutiva).
- b) Lo que se dice (como acción expresiva).
- c) Lo que se dice que se hace (que es una expresión que tiene como referente a una acción ejecutiva).
- d) 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 esquema 41:

Modelo de los Planos

Esquema 41



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

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: sexo, edad, posición familiar (lugar que ocupan en su familia), nivel escolar, posición económica (lugar donde vive) y posición política.
2. La indagación de la Opinión de un grupo social no puede contrastarse con el plano de lo simbólico [SR] pero sí resulta pertinente que el investigador de la

Opinión Pública indique un rango de credibilidad acerca de lo que el grupo social conoce acerca de lo que el grupo social conoce acerca del referente, es decir, que se debe tener cierto grado de certeza acerca 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 el 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 a 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 término de **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 término de **concepto conocimiento**.
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 término de **concepto opinión**.

3.2. 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 de las Opiniones de acuerdo a un porcentaje del grado de conocimiento sobre la temática y a una escala estimativa con un rango de entre 1 y 5.

Hipótesis Nula

No se conoce la Opinión Pública de los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA respecto al contenido de la sección.

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 integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA respecto al contenido de la sección, es de **80%**.
2. La opinión determina en una escala del 1 al 5 en **3** lo que opinan los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA respecto al contenido de la sección.
3. El sexo determina en un **90%** el conocimiento que tienen los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA respecto al contenido de la sección.
4. El sexo determina en una escala del 1 al 5 en **4** lo que opinan los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA respecto al contenido de la sección.
5. La edad determina en un **80%** el conocimiento que tienen los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA respecto al contenido de la sección.

6. La edad determina en una escala del 1 al 5 en 4 lo que opinan los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA respecto al contenido de la sección.
7. La posición familiar determina en un 90% el conocimiento que tienen los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA respecto al contenido de la sección.
8. La posición familiar determina en una escala del 1 al 5 en 5 lo que opinan los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA respecto al contenido de la sección.
9. El nivel escolar determina en un 80% el conocimiento que tienen los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA respecto al contenido de la sección.
10. El nivel escolar determina en una escala del 1 al 5 en 3 lo que opinan los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA respecto al contenido de la sección.
11. La posición económica (lugar donde vive) determina en un 90% el conocimiento que tienen los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA respecto al contenido de la sección.
12. La posición económica (lugar donde vive) determina en una escala del 1 al 5 en 5% lo que opinan los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA respecto al contenido de la sección.
13. La posición política determina en un 95% el conocimiento que tienen los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA respecto al contenido de la sección.

14. La posición política determina en una escala del 1 al 5 en 5 lo que opinan los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA respecto al contenido de la sección.

3.3. Variables

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

1. Con respecto a la hipótesis 2, la variable independiente es el sexo de los miembros del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA y la variable dependiente es el conocimiento que tiene el grupo social con relación al contenido de la sección.
2. Con respecto a la hipótesis 3, la variable independiente es el sexo de los miembros del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA y la variable dependiente es la Opinión que tenga el grupo social con relación al contenido de la sección.
3. Con respecto a la hipótesis 4, la variable independiente es la edad de los miembros del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA y la variable dependiente es el conocimiento que tiene el grupo social con relación al contenido de la sección.
4. Con respecto a la hipótesis 5, la variable independiente es la edad de los miembros del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA y la variable dependiente es la Opinión que tenga el grupo social con relación al contenido de la sección.

5. Con respecto a la hipótesis 6, la variable independiente es la posición familiar de los miembros del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA y la variable dependiente es el conocimiento que tiene el grupo social con relación al contenido de la sección.
6. Con respecto a la hipótesis 7, la variable independiente es la posición familiar de los miembros del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA y la variable dependiente es la Opinión que tenga el grupo social con relación al contenido de la sección.
7. Con respecto a la hipótesis 10, la variable independiente es el nivel escolar de los miembros del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA y la variable dependiente es el conocimiento que tiene el grupo social con relación al contenido de la sección.
8. Con respecto a la hipótesis 11, la variable independiente es el nivel escolar de los miembros del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA y la variable dependiente es la Opinión que tenga el grupo social con relación al contenido de la sección.
9. Con respecto a la hipótesis 12, la variable independiente es la posición económica de los miembros del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA y la variable dependiente es el conocimiento que tiene el grupo social con relación al contenido de la sección.
10. Con respecto a la hipótesis 13, la variable independiente es la posición económica de los miembros del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA y la variable dependiente es la Opinión que tenga el grupo social con relación al contenido de la sección.

11. Con respecto a la hipótesis 14, la variable independiente es la posición política de los miembros del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA y la variable dependiente es el conocimiento que tiene el grupo social con relación al contenido de la sección.

12. Con respecto a la hipótesis 15, la variable independiente es la posición política de los miembros del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA y la variable dependiente es la Opinión que tenga el grupo social con relación al contenido de la sección.

3.4. Tabla de Especificaciones

"La Tabla de Especificaciones es un instrumento metodológico que se utiliza para operacionar los conceptos que determinará la construcción del cuestionario, considerando los conceptos y las variables dependientes e independientes manejadas en la hipótesis de esta investigación de Opinión Pública."⁹⁵

La función de la Tabla de Especificaciones consiste en adaptar y ubicar los conceptos empleados en el Marco Teórico en términos de indicadores empíricos, acordes 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.

⁹⁵ Torres Lima, Héctor. Módulo 3. Seminario-Taller Extracurricular de Titulación la Opinión Pública. México, UNAM - ENEP Acahón, agosto 2003.

El término "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 como 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)."⁹⁶

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 e la menor a la mayor.
6. No deben sugerir respuestas.
7. Deben referirse a un solo tema y a 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 gráficamente.

⁹⁶ Torres Lima, Héctor. Módulo 3. Seminario-Taller Extra-curricular de Titulación la Opinión Pública. México, UNAM - ENEP Acatlán, agosto 2003.

Tabla de Especificaciones

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	REACTIVO
1. Conocimiento	1.1. Declaraciones de funcionarios	1.1.1. Publicada al final de la sección Ciudad	1.1.1. La publicación de la sección Justicia es: a) Diaria b) Semanal c) Quincenal
		1.1.2. Detenciones	1.1.2. Las declaraciones sobre las detenciones de delincuentes las hacen los funcionarios: a) Locales b) Estatales c) Federales
	1.2. Asesinatos	1.2.1. Periodicidad de asesinatos	1.2.1. La periodicidad de las noticias sobre asesinatos en la sección Justicia es: a) Diaria b) Semanal c) Quincenal
1.3. Fotonota		1.3.1. Tamaño de la fotografía	1.3.1. El tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota es de: a) Una a dos b) Dos a tres c) Tres a cuatro

1.4. Asaltos	1.4.1. En el Distrito Federal	1.4.1. Las noticias sobre asaltos que se publican en la sección Justicia son de: a) El Distrito Federal b) La Zona Conurbada c) El Estado de México
1.5. Accidentes	1.5.1. Publicación diaria	1.5.1. La publicación de noticias sobre asesinatos, aparece diario en la sección Justicia: a) Nunca b) Siempre c) A veces
	1.5.2. Sólo en el Distrito Federal	1.5.2. La publicación de noticias sobre accidentes se presenta en: a) Distrito Federal b) Valle de México c) Zona Conurbada
	1.5.3. Fotografías	1.5.3. Las noticias con relación a accidentes van acompañadas de fotografías: a) Nunca b) A veces c) Siempre
1.6. Detenciones	1.6.1. Declaraciones de funcionarios	1.6.1. Las declaraciones de funcionarios acerca de la detenciones son del ámbito: a) Local b) Nacional c) Municipal

CONCEPTO	CATEGORÍA	INDICADOR	REACTIVO
2. Opinión	2.1. Declaración de funcionarios	2.1.1. Publicada al final de la sección Ciudad - Ubicación de la sección Justicia 2.1.2. Número de páginas	2.1.1. ¿Qué le parece la ubicación de la sección Justicia? 1. 2. 3. 4. 5. 2.1.2. ¿Usted considera que el número de páginas de la sección Justicia son suficientes? 1. 2. 3. 4. 5.
		2.1.3. Detenciones - Declaración	2.1.3. ¿Qué tan de acuerdo está en que los funcionarios declaren acerca de las detenciones? 1. 2. 3. 4. 5.

	2.2. Asesinatos	2.2.1. Periodicidad de asesinatos - Periodicidad	2.2.1. ¿Qué tan necesario es que la sección Justicia publique asesinatos? 1. 2. 3. 4. 5.
	2.3. Fotonota	2.3.1. Tamaño de la fotografía - Tamaño	2.3.1. ¿Qué le parece el tamaño de la fotografía en la fotonota? 1. 2. 3. 4. 5.
		2.3.2. Blanco y negro	2.3.2. ¿Considera correcto que la fotografía de la fotonota sea en blanco y negro? 1. 2. 3. 4. 5.
		2.3.3. Color	2.3.3. ¿Le parece apropiado que la fotografía de la fotonota se publique a color? 1. 2. 3. 4. 5.

	2.4. Asaltos	2.4.1. En el Distrito Federal - Fotografía	2.4.1. ¿Creó usted necesario que en cada noticia sobre asaltos se publique una fotografía? 1. 2. 3. 4. 5.
		2.4.2. Periodicidad	2.4.2. ¿Considera atinado que se publiquen asaltos en la sección Justicia? 1. 2. 3. 4. 5.
	2.5. Accidentes	2.5.1. Publicación diaria - Periodicidad	2.5.1. ¿Qué tan necesaria es la publicación diaria de accidentes en la sección Justicia? 1. 2. 3. 4. 5.

		<p>2.5.2. Sólo en el Distrito Federal - Ubicación</p>	<p>2.5.2. ¿Qué tan viable es que sólo se publiquen accidentes ocurridos en el Distrito Federal?</p> <ol style="list-style-type: none">1.2.3.4.5.
		<p>2.5.3. Fotografías - Importancia</p>	<p>2.5.3. ¿Qué tan importantes son las fotografías en las noticias de accidentes presentadas en la sección Justicia?</p> <ol style="list-style-type: none">1.2.3.4.5.
		<p>2.5.4. Identificación</p>	<p>2.5.4. ¿Qué tanto le ayuda la fotografía para identificar una noticia de accidentes?</p> <ol style="list-style-type: none">1.2.3.4.5.

	2.6. Detenciones	2.6.1. Declaraciones de funcionarios - Utilidad	2.6.1. ¿Qué tan útiles son las declaraciones de los funcionarios acerca de las noticias de detenciones? 1. 2. 3. 4. 5.
		2.6.2. Certeza	2.6.2. ¿Qué tan acertadas son las declaraciones de los funcionarios respecto a las detenciones? 1. 2. 3. 4. 5.

CONCEPTO	CATEGORIA	INDICADOR	REACTIVO
3. Datos sociodemográficos	3.1. Sexo	3.1.1. Sexo de los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del período REFORMA	3.1.1. Indique el sexo a) Femenino b) Masculino

	3.2. Edad	3.2.1. Edad de los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA	3.2.1. Ubique su rango de edad a) 18 – 27 años b) 28 – 37 años c) 38 – 47 años d) 48 – 57 años e) 58 años en adelante
	3.3. Posición familiar	3.3.1. Posición familiar de los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA	3.3.1. Indique qué lugar ocupa en su familia a) Hijo b) Padre c) Madre
	3.4. Nivel escolar	3.4.1. Nivel escolar de los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA	3.4.1. Mencione cuál es su último grado de estudios a) Secundaria b) Preparatoria c) Técnica d) Licenciatura e) Posgrado
	3.5. Posición económica	3.5.1. Posición económica de los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA	3.5.1. Marque el lugar donde vive a) Renta b) Casa propia c) Con un familiar
	3.6. Posición política	3.6.1. Posición política de los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA	3.6.1. Señale con qué partido político se identifica más a) PAN b) PRD c) PRI d) PVEM e) Otro

3.5. 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; el Diagrama de Flujo indicará cómo deberá de ser contestado el cuestionario.

3.5.1. Criterios de Arboreación

Los lineamientos para ordenar los reactivos en el cuestionario son:

1. Se colocarán en primer lugar aquellos reactivos que miden los aspectos más generales y posteriormente los reactivos que miden los más específicos.
2. Se situarán 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 se considera que no afectan las respuestas de los reactivos subsecuentes.
4. Posteriormente, se colocarán los reactivos del concepto 1 Conocimiento, alternados con los reactivos del concepto 2 Opinión, siempre y cuando correspondan al mismo indicador o categoría; debido a que se considera pertinente para no confundir al encuestado.

3.5.2. Tabla de Equivalencias

Reactivos del cuestionario	Reactivos de la Tabla de Especificaciones
1.	3.1.1.
2.	3.2.1.
3.	3.3.1.
4.	3.4.1.
5.	3.5.1.
6.	3.6.1.
7.	1.1.1.
8.	2.1.1.
9.	2.1.2.
10.	1.1.2.
11.	2.1.3.
12.	2.6.1.
13.	2.6.2.
14.	1.6.1.
15.	1.2.1.
16.	2.2.1.
17.	1.4.1.
18.	2.4.2.
19.	2.4.1.
20.	1.5.1.
21.	1.5.2.
22.	1.5.3.
23.	2.5.1.
24.	2.5.2.
25.	2.5.3.
26.	2.5.4.
27.	1.3.1.
28.	2.3.1.
29.	2.3.2.
30.	2.3.3.

3.5.3. Diagrama de Flujo de la Arboreación

En el Diagrama de Flujo se utilizarán los siguientes símbolos:

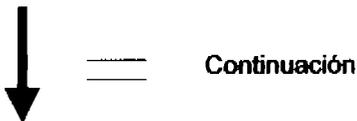
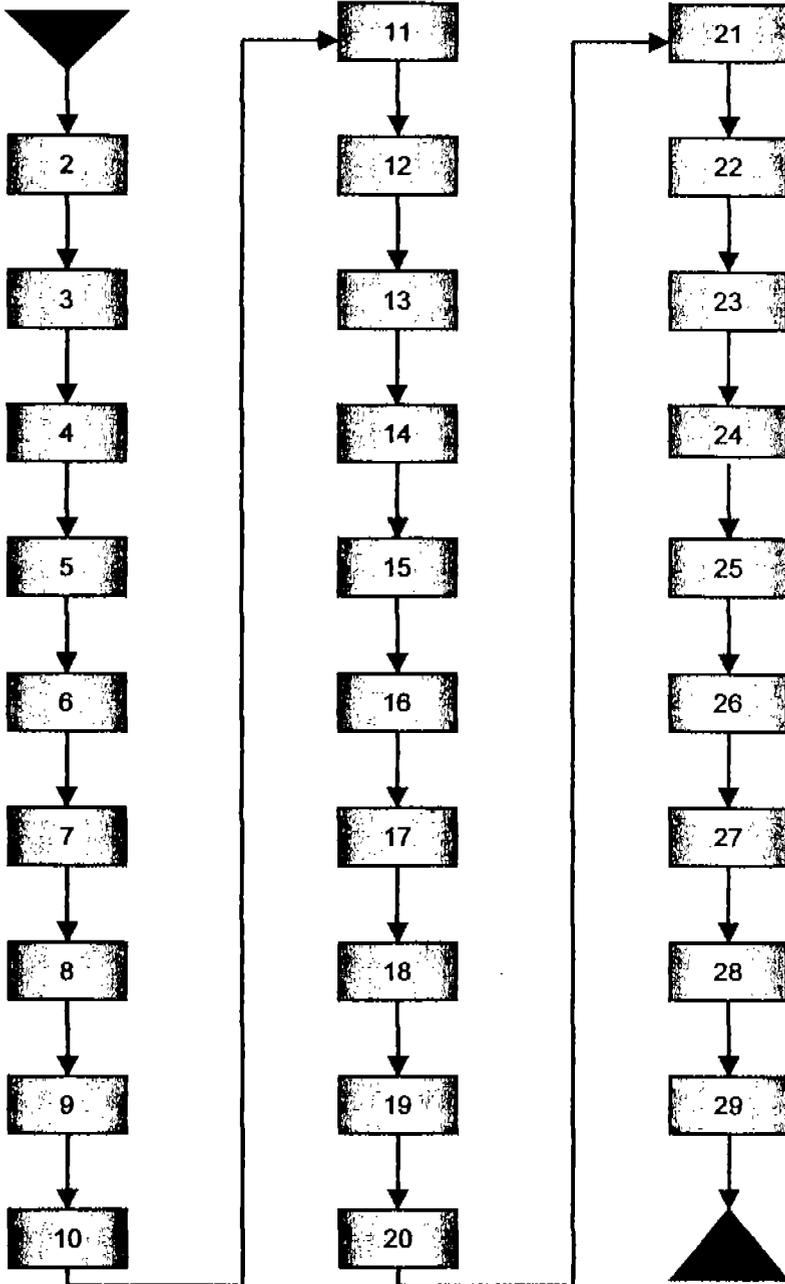


Diagrama de Flujo



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 de la sección Justicia del periódico REFORMA. 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 Juan Adolfo Corona León al teléfono 56 37 35 25.

INSTRUCCIONES

Le solicitamos leas las siguientes preguntas y coloque una "X" en el inciso y/o celda que considere. Es importante aclarar que no hay respuestas buenas o malas, por lo que trate de no modificar las respuestas que haya anotado. Escriba con pluma.

1. Indique el sexo	
a) Femenino	()
b) Masculino	()
2. Ubique su rango de edad	
a) 18 – 27 años	()
b) 28 – 37 años	()
c) 38 – 47 años	()
d) 48 – 57 años	()
e) 58 años en adelante	()
3. Indique qué lugar ocupa en su familia	
a) Renta	()
b) Casa propia	()
c) Con un familiar	()

4. Mencione cuál es su último grado de estudios					
a) Primaria <input type="checkbox"/>					
b) Secundaria <input type="checkbox"/>					
c) Preparatoria <input type="checkbox"/>					
d) Licenciatura <input type="checkbox"/>					
e) Posgrado <input type="checkbox"/>					
5. Marque el lugar donde vive					
a) Renta <input type="checkbox"/>					
b) Casa propia <input type="checkbox"/>					
c) Con un familiar <input type="checkbox"/>					
6. Señale que noticiarios prefiere					
a) Televisa <input type="checkbox"/>					
b) Canal 40 <input type="checkbox"/>					
c) TV Azteca <input type="checkbox"/>					
7. La sección Justicia se publica al final del apartado:					
a) Principal <input type="checkbox"/>					
b) Ciudad <input type="checkbox"/>					
c) Política <input type="checkbox"/>					
8. ¿Qué le parece la ubicación de la sección Justicia? Considere que 1 representa lo mínimo y 5 lo máximo	1	2	3	4	5
9. ¿Usted considera que el número de páginas de la sección Justicia son suficientes? Considere que 1 representa lo mínimo y 5 lo máximo	1	2	3	4	5
10. Las declaraciones sobre las detenciones de delincuentes las hacen los funcionarios:					
a) Locales <input type="checkbox"/>					
b) Estatales <input type="checkbox"/>					
c) Federales <input type="checkbox"/>					
11. ¿Qué tan de acuerdo está en que los funcionarios declaren acerca de las detenciones? Considere que 1 representa lo mínimo y 5 lo máximo	1	2	3	4	5
12. ¿Qué tan útiles son las declaraciones de los funcionarios acerca de las noticias de detenciones? Considere que 1 representa lo mínimo y 5 lo máximo	1	2	3	4	5
13. ¿Qué tan acertadas son las declaraciones de los funcionarios respecto a las detenciones? Considere que 1 representa lo mínimo y 5 lo máximo	1	2	3	4	5
14. Las declaraciones de funcionarios acerca de la detenciones son del ámbito:					
a) Local <input type="checkbox"/>					
b) Nacional <input type="checkbox"/>					
c) Municipal <input type="checkbox"/>					

15. La periodicidad de las noticias sobre asesinatos en la sección Justicia es:					
a) Diaria <input type="checkbox"/>					
b) Semanal <input type="checkbox"/>					
c) Quincenal <input type="checkbox"/>					
16. ¿Qué tan necesario es que la sección Justicia publique asesinatos?					
Considere que 1 representa lo mínimo y 5 lo máximo					
1	2	3	4	5	
17. Las noticias sobre asaltos que se publican en la sección Justicia son de:					
a) El Distrito Federal <input type="checkbox"/>					
b) La Zona Conurbada <input type="checkbox"/>					
c) El Estado de México <input type="checkbox"/>					
18. ¿Considera atinado que se publiquen asaltos en la sección Justicia?					
Considere que 1 representa lo mínimo y 5 lo máximo					
1	2	3	4	5	
19. ¿Creé usted necesario que en cada noticia sobre asaltos se publique una fotografía?					
Considere que 1 representa lo mínimo y 5 lo máximo					
1	2	3	4	5	
20. La publicación de noticias sobre asesinatos, aparece diario en la sección Justicia:					
a) Nunca <input type="checkbox"/>					
b) Siempre <input type="checkbox"/>					
c) A veces <input type="checkbox"/>					
21. La publicación de noticias sobre accidentes se presenta en:					
a) Distrito Federal <input type="checkbox"/>					
b) Valle de México <input type="checkbox"/>					
c) Zona Conurbada <input type="checkbox"/>					
22. Las noticias con relación a accidentes van acompañadas de fotografías:					
a) Nunca <input type="checkbox"/>					
b) A veces <input type="checkbox"/>					
c) Siempre <input type="checkbox"/>					
23. ¿Qué tan necesaria es la publicación diaria de accidentes en la sección Justicia?					
Considere que 1 representa lo mínimo y 5 lo máximo					
1	2	3	4	5	
24. ¿Qué tan útiles son las noticias sobre accidentes publicadas en la sección Justicia?					
Considere que 1 representa lo mínimo y 5 lo máximo					
1	2	3	4	5	
25. ¿Qué tan viable es que sólo se publiquen accidentes ocurridos en el Distrito Federal?					
Considere que 1 representa lo mínimo y 5 lo máximo					
1	2	3	4	5	
26. ¿Qué tan interesantes son las noticias sobre accidentes publicadas en la sección Justicia?					
Considere que 1 representa lo mínimo y 5 lo máximo					
1	2	3	4	5	
27. ¿Qué tan importantes son las fotografías en las noticias de accidentes presentadas en la sección Justicia?					
1	2	3	4	5	

Considere que 1 representa lo mínimo y 5 lo máximo					
28. ¿Qué tanto le ayuda la fotografía para identificar una noticia de accidentes?	1	2	3	4	5
Considere que 1 representa lo mínimo y 5 lo máximo					
29. El tamaño de la fotografía es de:					
a) Dos columnas	<input type="checkbox"/>				
b) Tres columnas	<input type="checkbox"/>				
c) Cuatro columnas	<input type="checkbox"/>				
30. ¿Qué le parece el tamaño de la fotografía en la fotonota?	1	2	3	4	5
Considere que 1 representa lo mínimo y 5 lo máximo					
31. ¿Considera correcto que la fotografía de la fotonota sea en blanco y negro?	1	2	3	4	5
Considere que 1 representa lo mínimo y 5 lo máximo					
32. ¿Le parece apropiado que la fotografía de la fotonota se publique a color?	1	2	3	4	5
Considere que 1 representa lo mínimo y 5 lo máximo					

3.7. Reporte del Cuestionario Piloto

La aplicación de Cuestionario Piloto se realizó en dos días, el jueves 11 y viernes 12 de septiembre del año en curso. No se inició desde antes porque se tenía que pedir autorización a los editores de la sección Justicia y de METRO, éste último periódico perteneciente al grupo REFORMA, además de que la mayoría de los editores se encontraban ocupados.

La entrega de los cuestionarios, para ambos días, fue a partir de las 16:00 y se finalizó a las 16:30 horas. Se les explicó cuáles son los alcances y la finalidad de la investigación.

En el primer día se logró que respondieran cinco cuestionarios; la disposición de los editores ante la petición fue positiva, dos de ellos de inmediato mencionaron que los entregaban al final del día, es decir, entre las 23:00 y 23:30 horas. El resto de los cuestionados lo respondieron pronto, se sentaron en su escritorio e

Inclaron. El tiempo de respuesta fue de aproximadamente de cuatro o cinco minutos.

La segunda parte de la aplicación fue similar al primer día, en cuanto a horario y disposición de las personas implicadas en el cuestionario piloto.

Las preguntas confusas fueron:

7. La sección Justicia se publica la final del apartado

10. Las declaraciones sobre las detenciones de delincuentes las hacen los funcionarios: a) Locales, b) Estatales y c) Federales

17. Las noticias sobre asaltos que se publican en la sección Justicia son de: a) El Distrito Federal, b) La Zona Conurbada y c) El Estado de México

23. ¿Qué tan necesaria es la publicación diaria de accidentes en la sección Justicia?; 29, El tamaño de la fotografía es de: a) Dos columnas, b) Tres columnas y c) Cuatro columnas;

3.8. Resultados del piloteo

En seguida se muestran las tablas de los resultados de la aplicación del Cuestionario Piloto para el estudio de Opinión Pública.

Se presenta las tablas de resultados por reactivo con la condición SI CONOCE y NO CONOCE y por variable sociodemográfica. (Ver anexo 1 en el CD adjunto)

Tablas por categoría

1.1. Declaración de funcionarios

Tabla 1

Reactivo	Condición	Promedio por Indicador	Promedio por categoría
2.1.1.	Sí conoce Frec. = 9 % = 90%	2.1	Sí conocen 1.1. = 2.6
	No conoce Frec. = 1 % = 10%	5	
2.1.2.	Sí conoce Frec. = 9 % = 90%	2	No conoce 1.1. = 3.3
	No conoce Frec. = 1 % = 10%	2	
2.1.3.	Sí conoce Frec. = 9 % = 90 %	4	
	No conoce Frec. = 1 % = 10%	3	

1.2. Asesinatos

Tabla 2

Reactivo	Condición	Promedio por Indicador	Promedio por categoría
2.2.1.	Sí conoce Frec. = 9 % = 90%	4	Sí conocen 1.2. = 4
	No conoce Frec. = 1 % = 10%	5	No conocen 1.2. = 5

1.3. Fotonota

Tabla 3

Reactivo	Condición	Promedio por indicador	Promedio por categoría
2.3.1.	Sí conoce Frec. = 3 % = 30%	3.3	Sí conoce 1.3. = 3.4
	No conoce Frec. = 7 % = 70%	4	

2.3.2.	Sí conoce Frec. = 3 % = 30%	3.3	No conoce 1.3. = 3.6
	No conoce Frec. = 7 % = 70%	2.5	
2.3.3.	Sí conoce Frec. = 3 % = 30%	3.6	
	No conoce Frec. = 7 % = 70%	4.4	

1.4. Asaltos

Tabla 4

Reactivo	Condición	Promedio por indicador	Promedio por categoría
2.4.2.	Sí conoce Frec. = 8 % = 80%	4	Sí conoce 1.4. = 3.8
	No conoce Frec. = 2 % = 20%	4.5	
2.4.1.	Sí conoce Frec. = 8 % = 80%	3.6	No conoce 1.4. = 4.2
	No conoce Frec. = 2 % = 20%	4	

1.5. Accidentes

Tabla 5

Reactivo	Condición	Promedio por indicador	Promedio por categoría
2.5.1.	Sí conoce Frec. = 1 % = 10%	5	Sí conoce 1.5. = 4.2
	No conoce Frec. = 9 % = 90%	3.5	
2.5.2.	Sí conoce Frec. = 1 % = 10%	5	
	No conoce Frec. = 9 % = 90%	3.8	
2.5.4.	Sí conoce Frec. = 1 % = 10%	4	
	No conoce Frec. = 9 % = 90%	3.4	
2.5.3.	Sí conoce Frec. = 7 % = 70%	2.5	No conoce 1.5. = 3.5
	No conoce Frec. = 3 % = 30%	2	
2.5.5.	Sí conoce Frec. = 1 % = 10%	4	
	No conoce Frec. = 9 % = 90%	4	
2.5.6.	Sí conoce Frec. = 1 % = 10%	5	
	No conoce Frec. = 9 % = 90%	4.5	

1.6. Detenciones

Tabla 6

Reactivo	Condición	Promedio por indicador	Promedio por categoría
2.6.1.	Sí conoce Frec. = 9 % = 90%	3.1	Sí conocen 1.6. = 2.7
	No conoce Frec. = 1 % = 10%	2	
2.6.2.	Sí conoce Frec. = 9 % = 90%	2.4	No conocen 1.6. = 2
	No conoce Frec. = 1 % = 10%	2	

El resto de los resultados se encuentran en el Anexo 1 del CD adjunto.

3.9. Correcciones al cuestionario piloto

Las correcciones realizadas al cuestionario piloto fueron solamente dos:

1. La presentación del cuestionario cambió porque inicialmente estaba conformado por tablas, ésta fue una observación que realizaron los participantes, ya que les parecía un poco largo y muy compacto.

En este sentido, se dejó sin formato de tablas a los reactivos de datos sociodemográficos y a los de conocimiento; en tanto las tablas de las preguntas de opinión permanecieron enmarcadas.

En un principio el cuestionario constaba de tres hojas y se redujo a dos.

2. A los únicos reactivos que se les modificó la redacción fueron al 20 y 29 porque al momento de leerlas resultaban confusas y podrían generar alguna respuesta equivocada.

14. La mayor parte de las declaraciones de funcionarios están enfocadas al ámbito:
 a) Nacional () b) Edomex () c) Distrito Federal ()

15. La periodicidad de las noticias sobre asesinatos en la sección Justicia es:
 a) Diaria () b) Semanal () c) Quincenal ()

	1 representa lo mínimo y 5 lo máximo				
	1	2	3	4	5
16. ¿Qué tan necesario es que la sección Justicia publique asesinatos?					

17. La mayoría de las noticias sobre asaltos que se publican en la sección Justicia son de:
 a) El Distrito Federal () b) La Zona Conurbada () c) El Estado de México ()

	1 representa lo mínimo y 5 lo máximo				
	1	2	3	4	5
18. ¿Considera atinado que se publiquen asaltos en la sección Justicia?					
19. ¿Creó usted necesario que en cada noticia sobre asaltos se publique una fotografía?					

20. La publicación de noticias sobre accidentes, aparece diario en la sección Justicia:
 a) Nunca () b) Siempre () c) A veces ()

21. La publicación de noticias sobre accidentes se presentan, en su mayoría en:
 a) Distrito Federal () b) Valle de México () c) Zona Conurbada ()

22. Las noticias con relación a accidentes van acompañadas de fotografías:
 a) Nunca () b) A veces () c) Siempre ()

	1 representa lo mínimo y 5 lo máximo				
	1	2	3	4	5
23. ¿Qué tan necesaria es la publicación diaria de accidentes en la sección Justicia?					
24. ¿Qué tan viable es que sólo se publiquen accidentes ocurridos en el Distrito Federal?					
25. ¿Qué tan importantes son las fotografías en las noticias de accidentes presentadas en la sección Justicia?					
26. ¿Qué tanto le ayuda la fotografía para identificar una noticia de accidentes?					

27. El tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota es de:
 a) Una a dos () b) Dos a tres () c) Tres a cuatro ()

	1 representa lo mínimo y 5 lo máximo				
	1	2	3	4	5
28. ¿Qué le parece el tamaño de la fotografía en la fotonota?					
29. ¿Considera correcto que la fotografía de la fotonota sea en blanco y negro?					
30. ¿Le parece apropiado que la fotografía de la fotonota se publique a color?					

CAPÍTULO 4

LEVANTAMIENTO DE DATOS

CAPÍTULO 4

LEVANTAMIENTO DE DATOS

En este último capítulo se muestran los elementos necesarios para realizar el levantamiento de datos del Estudio de Opinión Pública.

Se define el concepto de población y se justifica por qué se decidió tomar al Censo como la mejor opción para llevar a cabo el levantamiento de datos en la investigación.

La información que se obtuvo al aplicar el cuestionario se encuentra en la Base de Datos en hojas de cálculo del programa de cómputo Microsoft Office Excel XP, en donde se cruzó la información en frecuencia, porcentaje y promedio.

El objetivo del estudio fue conocer la opinión del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA respecto al contenido de la misma; lo anterior queda asentado en los resultados específicos por indicador y por variable sociodemográfica, plasmados en este capítulo en tablas Word XP en el Anexo 2, del CD adjunto.

4.1. Características de la población

Es importante mencionar que población y universo son sinónimos, por lo que se define a dichos conceptos de la siguiente manera:

Población y/o universo

“Conjunto de todos los elementos que comparten un grupo común de características y forman el universo para el propósito del problema de

Investigación. El universo es el conjunto de elementos a los cuales se desea extrapolar.⁹⁷

Todos los elementos del universo son homogéneos en cuanto a su definición. De esta forma, se establece como universo de estudio a todos los habitantes de una ciudad o la población en edad de votar de la república mexicana o a las amas de casa usuarias de un determinado producto, de acuerdo al problema de investigación que se trate.

En el presente estudio de opinión pública, el universo a examinar es el Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA. Dicha población consta de 14 sujetos y su período en el cargo es de 9 ó 10 meses.

El universo a estudiar, por lo regular, se encuentra registrado en algún documento, denominado Marco Muestral. Éste es un listado que comprende a las unidades de la población.

Ejemplos:

- Censo general de población
- Base de datos
- Guía telefónica

De acuerdo con el concepto anterior, el Marco Muestral de la presente investigación se encuentra en el archivo del Consejo Editorial de Justicia, y éste se define como un grupo de ciudadanos que son invitados a colaborar en la elaboración del periódico, con la misión de evaluar la labor informativa y educativa del periódico, así como medir su impacto, buscando de esta forma clarificar problemáticas y mejorar los procesos de información.

"Cada sección del periódico REFORMA tiene un Consejo Editorial y se reúne una vez a la semana o cada quince días. Está conformado por personas con diferentes perfiles, pero siempre son destacadas en el ámbito que participan."⁹⁸

⁹⁷ González, Laura. *Módulo 4, Seminario - Taller Extracurricular de Titulación la Opinión Pública*. México, UNAM - ENEP Acatlán, septiembre 2003.

Es importante mencionar que los integrantes son electos por el Consejo Directivo del periódico, y duran entre 9 y 10 meses en su encargo. Dos miembros de cada grupo son reelectos para asegurar la continuidad del trabajo realizado. El puesto de Consejero es un cargo honorario, sin retribución económica.

*Actualmente, el Consejo está integrado por personas de diferentes ámbitos sociales, por ejemplo, amas de casa, profesionistas y profesores, entre otras; se busca que exista un balance para lograr una retroalimentación más efectiva. En este sentido, en el Consejo Editorial del año 2002, hubo dos integrantes de 22 años de edad, son los individuos más jóvenes que han participado en el organismo.

*El Consejo Editorial de Justicia del año 2003, está integrado por 4 mujeres y 8 hombres.⁹⁹

Las sesiones del Consejo son cada 15 días, con una hora de duración (20:00 a 21:00 horas), y se pueden extender un máximo de 30 minutos con la aprobación unánime de los asistentes.

Para que exista continuidad, los integrantes del Consejo postulan a dos personas, inclusive se pueden autoproponeer, con la finalidad de darle continuidad a lo que se hizo en los nueve meses de trabajo.

El Consejo se conforma de la siguiente manera: Director y Editor de la sección Justicia y un coordinador, éste funge de enlace entre el Director, el Editor y los integrantes del Consejo Editorial.

El coordinador se encarga de contactar a los consejeros por teléfono tres días antes de la reunión para confirmar su asistencia. También, es el responsable de tener agua, café y refrescos para todos los participantes del Consejo.

⁹⁹ Curso de Inducción del periódico REFORMA. México, Recursos Humanos, 2003.

⁹⁹ Entrevista con Gustavo Adolfo Hernández, editor de la sección Justicia del periódico REFORMA, México, agosto del 2003.

Asimismo, el coordinador hace la minuta de la sesión, funge, en ocasiones, como mediador en la sesión entre ambas partes, otorgando la palabra a cada orador. Además, un reportero de la sección está presente en la sesión.

Las sesiones se realizan a un costado de la explanada del periódico todos los martes de 20:00 a 21:00 horas, cada quince días.

4.2. Tipo de levantamiento de datos

El universo y/o población que se estudiará consta de 14 personas, por lo que se considera pertinente utilizar al censo como el tipo de levantamiento de datos más adecuado para la investigación.

El censo es el proceso de examinar a cada miembro de una determinada población. Consiste en contar y recabar información sobre las características de toda la población en un momento específico.

Además, se encarga de trabajar con la descripción de los parámetros, entendiendo como parámetro las características de la población a encuestar.

Características del levantamiento de datos por censo

1. En la aplicación, es necesario acudir cuantas veces se requiera para recabar toda la información de la población que se investiga.
2. El tiempo de levantamiento de datos es de primordial importancia, por lo tanto, es necesario asegurar que todos los miembros de la población sean considerados.

4.3. Criterios para el levantamiento de datos

Para la recolección de la información se toman en cuenta los siguientes puntos:

Cuestionario

El cuestionario se compone de dos cuartillas, 30 preguntas y está foliado en la parte superior derecha.

Lugar

Se encuestarán a los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia antes de que inicie algunas de las sesiones quincenales, la ubicación del lugar de reunión es en el Salón Chapultepec, a un costado de la explanada del periódico REFORMA.

Periodo

El lapso designado para el levantamiento de los datos será de tres semanas, a partir del martes 30 de septiembre del 2003.

Se tiene contemplado que la recopilación de datos se realizará en un lapso de entre dos o tres sesiones del Consejo Editorial, debido a que su número es reducido y no es necesario invertir más tiempo en la recolección de los datos.

Registro

En el registro se utilizarán plumas de color azul y hojas blancas tamaño carta. El encuestador proporcionará un cuestionario y bolígrafo a cada uno de los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia.

Un día antes de la aplicación del cuestionario se le explicó al coordinador del Consejo Editorial de la sección Justicia el procedimiento. Entregar un cuestionario y bolígrafo por integrante, asignar las hojas en el siguiente orden: primero a las mujeres, son cuatro, y el resto a los hombres, con el fin de que el censo se divida por género.

Los cuestionarios serán entregados al coordinador del Consejo Editorial de Justicia, por lo menos dos horas antes de que inicie la sesión. Él los proporcionará a cada uno de los integrantes para que los encuestados lo respondan, aproximadamente, en un lapso de entre 5 a 10 minutos. Al final de la reunión el organizador devolverá los cuestionarios.

4.4. Reporte de levantamiento de datos

El primer día del levantamiento de datos se realizó el martes 14 de octubre del 2003, a las 18:00 horas. Se entregaron 14 cuestionarios y 14 bolígrafos al coordinador del Consejo Editorial de Justicia y se le solicitó que instara a los consejeros que no dejaran ningún reactivo sin responder, además de que sólo podían responder una casilla y/o inciso por pregunta.

Una de las reglas para la aplicación del cuestionario fue que sólo el coordinador del Consejo Editorial podía estar en contacto directo con los integrantes del grupo.

La sesión inició a las 20:00 horas y concluyó a las 21:30 horas, en este lapso, los consejeros respondieron el censo al iniciar la reunión y terminaron en 10 ó 15 minutos, posteriormente prosiguieron con su agenda.

Una vez finalizada la reunión, el coordinador del Consejo Editorial entregó ocho cuestionarios resueltos porque fueron los que asistieron a la sesión. Sin embargo, aclaró que de los 14 integrantes sólo quedan 12, por lo que a los cuatro restantes se les aplicará a la semana siguiente.

Posteriormente, se verificaron los cuestionarios para saber si dejaron o no preguntas sin responder. Cada uno de éstos se contestó íntegro.

Los cuatro integrantes del Consejo Editorial de Justicia que no respondieron el cuestionario lo hicieron el 21 de octubre del 2003, el coordinador se basó en los lineamientos de la aplicación y, nuevamente, todos los reactivos fueron contestados en su totalidad.

Gastos

Debido a que la investigación se centra en la opinión de los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA, las impresiones, el fotocopiado de los cuestionarios y la papelería han sido proporcionados por la empresa. Además, el levantamiento de datos se realizó en las instalaciones del

diario y no fue necesario desplazarse a ningún lugar. Por lo tanto, no se invirtió ninguna cantidad económica para la aplicación del censo.

4.5. Lectura de datos

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

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

1. Se elaboró una base de datos en hojas de cálculo Excel XP con el fin de capturar las 30 preguntas y 30 respuestas de los 12 cuestionarios.
2. Se supervisó cada uno los cuestionarios según su folio y sus resultados, con el propósito de garantizar la adecuada captura.
3. Una vez recabados los datos de la población a estudiar, se realizó el cruce de éstos por medio de filtros, de lo cual se obtuvo:
 - a) Resultados generales de conocimiento y opinión
 - b) Resultados de acuerdo a los indicadores y las variables demográficas: sexo, edad, rol familiar, nivel escolar, lugar donde vive y posición política.
 - c) Resultados por categoría, mismos que validan las hipótesis alternativas formuladas desde el Capítulo 3 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 integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA, respecto al contenido de la misma.

Cabe aclarar que el conocimiento de la población se cuantifica del 1 al 100 (frecuencia), 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 de la siguiente forma:

1.1. Declaración de funcionarios

El 100% de la población conoce la periodicidad de la sección Justicia y la cuantifica con un promedio de 3.17, respecto a la ubicación de la sección.

El 100% de la población conoce la periodicidad de la sección Justicia y la cuantifica con un promedio de 2.58, respecto al número de páginas de la sección.

El 100% de la población conoce la periodicidad de la sección Justicia y la cuantifica con un promedio de 3.67, respecto a la pertinencia de que los funcionarios declaren sobre las detenciones.

1.2. Asesinatos

El 42% de la población que conoce la periodicidad de las noticias sobre asesinatos en la sección Justicia la cuantifica con un promedio de 2.60, respecto a la necesidad de publicar asesinatos en la sección; mientras que el 58% que no conoce tiene una opinión de 2.57.

1.3. Fotonota

El 58% de la población que conoce el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 3.14, respecto a la opinión del tamaño de la fotografía; mientras que el 42% que no conoce tiene una opinión de 3.60.

El 58% de la población que conoce el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 2.71, respecto a la pertinencia de que la fotografía se publique en blanco y negro; mientras que el 42% que no conoce tiene una opinión de 3.20.

El 58% de la población que conoce el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 3.86, respecto a la pertinencia de que la

fotografía se publique en color; mientras que el 42% que no conoce tiene una opinión de 3.80.

1.4. Asaltos

El 92% de la población que conoce el lugar de donde se publican, en su mayoría, los asaltos los cuantifica con un promedio de 3.27, respecto a la necesidad de que en cada noticia de asaltos se publique una fotografía; mientras que el 8% que no conoce tiene una opinión de 3.

El 92% de la población que conoce el lugar de donde se publican, en su mayoría, los asaltos la cuantifica con un 3.27, respecto a que se publiquen asaltos en la sección Justicia; mientras que el 8% que no conoce tiene una opinión de 2.

1.5. Accidentes

El 42% de la población que conoce sobre la periodicidad de noticias de accidentes en la sección Justicia los cuantifica con un promedio de 2.80, respecto a la necesidad de publicar noticias sobre accidentes; mientras que el 58% que no conoce tiene una opinión de 2.57.

El 75% de la población que conoce el lugar en donde se presentan los accidentes los cuantifica con un promedio de 2.89, respecto a la viabilidad de que sólo se publiquen accidentes ocurridos en el Distrito Federal; mientras que el 25% que no conoce tiene una opinión de 3.

El 33% de la población que conoce que las noticias de accidentes van acompañadas de fotografías los cuantifica con un promedio de 3.50, respecto a la importancia de las fotografías en las noticias de accidentes en la sección Justicia; mientras que el 67% que no conoce tiene una opinión de 1.83.

El 33% de la población que conoce que las noticias de accidentes van acompañadas de fotografías los cuantifica con un promedio de 3.75, respecto a la ayuda que proporciona una fotografía para identificar una noticia de accidentes; mientras que el 67% que no conoce tiene una opinión de 2.17.

1.6. Detenciones

El 92% de la población que conoce que la mayor parte de las declaraciones de los funcionarios están enfocadas al Distrito Federal las cuantifica con un promedio de 3.64, respecto a la utilidad de las declaraciones de los funcionarios acerca de las noticias de detenciones; mientras que el 8% que no conoce tiene una opinión de 4.

El 92% de la población que conoce que la mayor parte de las declaraciones de los funcionarios están enfocadas al Distrito Federal la cuantifica con un promedio de 2.27, respecto a la certeza de las declaraciones de los funcionarios acerca de las noticias de detenciones; mientras que el 8% que no conoce tiene una opinión de 4.

4.5.2. Resultados generales por CATEGORÍA

Declaración de funcionarios

El 100% de la población conoce sobre las declaraciones de funcionarios y las cuantifica con un promedio de 3.14.

Asesinatos

El 42% de la población que conoce sobre asesinatos los cuantifica con un promedio de 2.60; mientras que el 58% que no conoce tiene una opinión de 2.57.

Fotonota

El 58% de la población que conoce sobre la fotonota la cuantifica con un promedio de 3.23; mientras que el 42% que no conoce tiene una opinión de 3.53.

Asaltos

El 92% de la población que conoce sobre asaltos los cuantifica con un promedio de 3.27; mientras que el 8% que no conoce tiene una opinión de 2.50.

Accidentes

El 45.75% de la población que conoce sobre accidentes los cuantifica con un promedio de 3.23; mientras que el 54.25% que no conoce tiene una opinión de 2.39.

Detenciones

El 92% de la población que conoce sobre las detenciones las cuantifica con un promedio de 2.95; mientras que el 8% que no conoce tiene una opinión de 4.

4.5.3. Resultados específicos por Indicador – Variable Sociodemográfica

Debido al espacio y la cantidad de resultados que arrojó la presente investigación sólo se mostraran los 15 primeros. Los datos completos se adjuntan en el Anexo 2 del CD.

4.5.3.1. Variable Sexo

Declaración de funcionarios

Sexo Femenino

El 100% de la población sexo femenino conoce la periodicidad de la sección Justicia y la cuantifica con un promedio de 3.25, respecto a la ubicación de la sección.

El 100% de la población sexo femenino conoce la periodicidad de la sección Justicia y la cuantifica con un promedio de 2, respecto al número de páginas de la sección.

El 100% de la población sexo femenino conoce la periodicidad de la sección Justicia y la cuantifica con un promedio de 3.75, respecto a la pertinencia de que los funcionarios declaren sobre las detenciones.

Sexo Masculino

El 100% de la población sexo masculino conoce la periodicidad de la sección Justicia y la cuantifica con un promedio de 3.13, respecto a la ubicación de la sección.

El 100% de la población sexo masculino conoce la periodicidad de la sección Justicia y la cuantifica con un promedio de 2.88, respecto al número de páginas de la sección.

El 100% de la población sexo masculino conoce la periodicidad de la sección Justicia y la cuantifica con un promedio de 3.63, respecto a la pertinencia de que los funcionarios declaren sobre las detenciones.

Asesinatos

Sexo Femenino

El 75% de la población que conoce la periodicidad de las noticias sobre asesinatos en la sección Justicia los cuantifica con un promedio de 2.67, respecto a la necesidad de publicar asesinatos en la sección; mientras que el 25% que no conoce tiene una opinión de 2.

Sexo Masculino

El 25% de la población que conoce la periodicidad de las noticias sobre asesinatos en la sección Justicia los cuantifica con un promedio de 2.50, respecto a la necesidad de publicar asesinatos en la sección; mientras que el 75% que no conoce tiene una opinión de 2.67.

Fotonota

Sexo Femenino

El 50% de la población sexo femenino que conoce el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 4, respecto a la opinión del tamaño de la fotografía; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 2.50.

El 50% de la población sexo femenino que conoce el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 3, respecto a la pertinencia de que la fotografía se publique en blanco y negro; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 4.

El 50% de la población sexo femenino que conoce el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 4, respecto a la pertinencia de que la fotografía se publique en color; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 3.

Sexo Masculino

El 63% de la población sexo masculino que conoce el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 2.80, respecto a la opinión del tamaño de la fotografía; mientras que el 37% que no conoce tiene una opinión de 4.33.

El 63% de la población sexo masculino que conoce el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 2.60, respecto a la pertinencia de que la fotografía se publique en blanco y negro; mientras que el 37% que no conoce tiene una opinión de 2.67.

El 63% de la población sexo masculino que conoce el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 3.80, respecto a la pertinencia de que la fotografía se publique en color; mientras que el 37% que no conoce tiene una opinión de 4.33.

4.5.3.2. Variable Edad**Declaración de funcionarios****Edad 28-37**

El 100% de la población del rango de edad 28-37 años conocen la periodicidad de la sección Justicia y la cuantifica con un promedio de 3, respecto a la ubicación de la sección.

El 100% de la población del rango de edad 28-37 años conocen la periodicidad de la sección Justicia y la cuantifica con un promedio de 2, respecto al número de páginas de la sección.

El 100% de la población del rango de edad 28-37 años conocen la periodicidad de la sección Justicia y la cuantifica con un promedio de 3, respecto a la pertinencia de que los funcionarios declaren sobre las detenciones.

Asesinatos**Edad 28-37**

El 67% de la población del rango de edad 28-37 años que conocen la periodicidad de las noticias sobre asesinatos en la sección Justicia los cuantifica con un promedio de 2, respecto a la necesidad de publicar asesinatos en la sección; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 2.

Fotonota**Edad 28-37**

El 67% de la población del rango de edad 28-37 años que conocen el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 3, respecto a la opinión del tamaño de la fotografía; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 4.

El 67% de la población del rango de edad 28-37 años que conocen el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 2.50, respecto a la pertinencia de que la fotografía se publique en blanco y negro; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 4.

El 67% de la población del rango de edad 28-37 años que conocen el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 3.50, respecto a la pertinencia de que la fotografía se publique en color; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 2.

Asaltos**Edad 28-37**

El 67% de la población del rango de edad 28-37 años que conoce el lugar de donde se publican, en su mayoría, los asaltos los cuantifica con un promedio de 1, respecto a la necesidad de que en cada noticia de asaltos se publique una fotografía; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 3.

El 67% de la población del rango de edad 28-37 años que conoce el lugar de donde se publican, en su mayoría, los asaltos los cuantifica con un promedio de 2,

respecto a que se publiquen asaltos en la sección Justicia; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 2.

Accidentes

Edad 28-37

El 100% de la población del rango de edad 28-37 años no conoce sobre la periodicidad de noticias de accidentes en la sección Justicia y los cuantifica con un promedio de 1.67, respecto a la necesidad de publicar noticias sobre accidentes.

El 100% de la población del rango de edad 28-37 años conoce el lugar en donde se presentan los accidentes y los cuantifica con promedio de 2, respecto a la viabilidad de que sólo se publiquen accidentes ocurridos en el Distrito Federal.

El 100% de la población del rango de edad 28-37 años no conoce que las noticias de accidentes van acompañadas de fotografías y los cuantifica con un promedio de 2.67, respecto a la importancia de las fotografías en las noticias de accidentes en la sección Justicia.

El 100% de la población del rango de edad 28-37 años no conoce que las noticias de accidentes van acompañadas de fotografías y los cuantifica con un promedio de 4, respecto a la ayuda que proporciona una fotografía para identificar una noticia de accidentes.

Detenciones

Edad 28-37

El 100% de la población del rango de edad 28-37 años conoce que la mayor parte de las declaraciones de los funcionarios están enfocadas al Distrito Federal y las cuantifica con un promedio de 2.67, respecto a la utilidad de las declaraciones de los funcionarios acerca de las noticias de detenciones.

El 100% de la población del rango de edad 28-37 años conoce que la mayor parte de las declaraciones de los funcionarios están enfocadas al Distrito Federal y las cuantifica con un promedio de 1.67, respecto a la certeza de las declaraciones de los funcionarios acerca de las detenciones.

4.5.3.3. Variable Posición Familiar

Hijo

Declaración de funcionarios

El 100% de la población que conoce la periodicidad de la sección Justicia la cuantifica con un promedio de 4, respecto a la ubicación de la sección.

El 100% de la población que conoce la periodicidad de la sección Justicia la cuantifica con un promedio de 5, respecto al número de páginas de la sección.

El 100% de la población que conoce la periodicidad de la sección Justicia la cuantifica con un promedio de 5, respecto a la pertinencia de que los funcionarios declaren sobre las detenciones.

Hijo

Asesinatos

El 100% de la población que no conoce la periodicidad de las noticias sobre asesinatos en la sección Justicia los cuantifica con un promedio de 3, respecto a la necesidad de publicar asesinatos en la sección.

Hijo

Fotonota

El 100% de la población que conoce el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 3, respecto a la opinión del tamaño de la fotografía.

El 100% de la población que conoce el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 4, respecto a la pertinencia de que la fotografía se publique en blanco y negro.

El 100% de la población que conoce el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un 5, respecto a la pertinencia de que la fotografía se publique en color.

Hijo**Asaltos**

El 100% de la población que conoce el lugar de donde se publican, en su mayoría, los asaltos los cuantifica con un promedio de 5, respecto a la necesidad de que en cada noticia de asaltos se publique una fotografía.

El 100% de la población que conoce el lugar de donde se publican, en su mayoría, los asaltos los cuantifica con un promedio de 3, respecto a que se publiquen asaltos en la sección Justicia.

Hijo**Accidentes**

El 100% de la población que conoce sobre la periodicidad de noticias de accidentes en la sección Justicia los cuantifica con un promedio de 2, respecto a la necesidad de publicar noticias sobre accidentes.

El 100% de la población que conoce el lugar en donde se presentan los accidentes los cuantifica con un promedio de 4, respecto a la viabilidad de que sólo se publiquen accidentes ocurridos en el Distrito Federal.

El 100% de la población que no conoce que las noticias de accidentes van acompañadas de fotografías los cuantifica con promedio de 3, respecto a la importancia de las fotografías en las noticias de accidentes en la sección Justicia.

El 100% de la población que no conoce que las noticias de accidentes van acompañadas de fotografías los cuantifica con un promedio de 2, respecto a la ayuda que proporciona una fotografía para identificar una noticia de accidentes.

Hijo**Detenciones**

El 100% de la población que conoce que la mayor parte de las declaraciones de los funcionarios están enfocadas al Distrito Federal las cuantifica con un promedio de 5, respecto a la utilidad de las declaraciones de los funcionarios acerca de las noticias de detenciones.

El 100% de la población que conoce que la mayor parte de las declaraciones de los funcionarios están enfocadas al Distrito Federal las cuantifica con un promedio de 3, respecto a la certeza de las declaraciones de los funcionarios respecto a las detenciones.

4.5.3.4. Variable Grado de Estudios

Preparatoria

Declaración de funcionarios

El 100% de la población que conoce la periodicidad de la sección Justicia la cuantifica con un promedio de 3.17, respecto a la ubicación de la sección.

El 100% de la población que conoce la periodicidad de la sección Justicia la cuantifica con un promedio de 2.33, respecto al número de páginas de la sección.

El 100% de la población que conoce la periodicidad de la sección Justicia la cuantifica con un promedio de 3.33, respecto a la pertinencia de que los funcionarios declaren sobre las detenciones.

Preparatoria

Asesinatos

El 50% de la población que conoce la periodicidad de las noticias sobre asesinatos en la sección Justicia los cuantifica con un promedio de 2.67, respecto a la necesidad de publicar asesinatos en la sección; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 2.67.

Preparatoria

Fotonota

El 67% de la población que conoce el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 3.50, respecto a la opinión del tamaño de la fotografía; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 4.

El 67% de la población que conoce el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 2.50, respecto a la pertinencia de que la

fotografía se publique en blanco y negro; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 2.50.

El 67% de la población que conoce el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 4, respecto a la pertinencia de que la fotografía se publique en color; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 5.

Preparatoria

Asaltos

El 100% de la población que conoce el lugar de donde se publican, en su mayoría, los asaltos los cuantifica con un promedio de 3.50, respecto a la necesidad de que en cada noticia de asaltos se publique una fotografía.

El 100% de la población que conoce el lugar de donde se publican, en su mayoría, los asaltos los cuantifica con un promedio de 3.33, respecto a que se publiquen asaltos en la sección Justicia.

Preparatoria

Accidentes

El 33% de la población que conoce sobre la periodicidad de noticias de accidentes en la sección Justicia los cuantifica con un promedio de 3, respecto a la necesidad de publicar noticias sobre accidentes; mientras que el 67% que no conoce tiene una opinión de 2.75.

El 83% de la población que conoce el lugar en donde se presentan los accidentes los cuantifica con un promedio de 2.80, respecto a la viabilidad de que sólo se publiquen accidentes ocurridos en el Distrito Federal; mientras que el 17% que no conoce tiene una opinión de 4.

El 33% de la población que conoce que las noticias de accidentes van acompañadas de fotografías los cuantifica con un promedio de 4.50, respecto a la importancia de las fotografías en las noticias de accidentes en la sección Justicia; mientras que el 67% que no conoce tiene una opinión de 2.75.

El 33% de la población que conoce que las noticias de accidentes van acompañadas de fotografías las cuantifica con un promedio de 4.50, respecto a la ayuda que proporciona una fotografía para identificar una noticia de accidentes; mientras que el 67% que no conoce tiene una opinión de 4.

Preparatoria

Detenciones

El 83% de la población que conoce que la mayor parte de las declaraciones de los funcionarios están enfocadas al Distrito Federal las cuantifica con un promedio de 3.40, respecto a la utilidad de las declaraciones de los funcionarios acerca de las noticias de detenciones; mientras que el 17% que no conoce tiene una opinión de 4.

El 83% de la población que conoce que la mayor parte de las declaraciones de los funcionarios están enfocadas al Distrito Federal las cuantifica con un promedio de 2, respecto a la certeza de las declaraciones de los funcionarios respecto a las detenciones; mientras que el 17% que no conoce tiene una opinión de 4.

4.5.3.5. Variable Lugar donde vive

Renta

Declaración de funcionarios

El 100% de la población que conoce la periodicidad de la sección Justicia la cuantifica con un promedio de 3.50, respecto a la ubicación de la sección.

El 100% de la población que conoce la periodicidad de la sección Justicia la cuantifica con un promedio de 1.50, respecto al número de páginas de la sección.

El 100% de la población que conoce la periodicidad de la sección Justicia la cuantifica con un promedio de 2.50, respecto a la pertinencia de que los funcionarios declaren sobre las detenciones.

Renta**Asesinatos**

El 100% de la población que conoce la periodicidad de las noticias sobre asesinatos en la sección Justicia la cuantifica con un promedio de 2, respecto a la necesidad de publicar asesinatos en la sección.

Renta**Fotonota**

El 50% de la población que conoce el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 3, respecto a la opinión del tamaño de la fotografía; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 4.

El 50% de la población que conoce el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 3, respecto a la pertinencia de que la fotografía se publique en blanco y negro; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 4.

El 50% de la población que conoce el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 3, respecto a la pertinencia de que la fotografía se publique en color; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 2.

Renta**Asaltos**

El 100% de la población que conoce el lugar de donde se publican, en su mayoría, los asaltos los cuantifica con un promedio de 1, respecto a la necesidad de que en cada noticia de asaltos se publique una fotografía.

El 100% de la población que conoce el lugar de donde se publican, en su mayoría, los asaltos los cuantifica con un promedio de 2, respecto a que se publiquen asaltos en la sección Justicia.

Renta**Accidentes**

El 100% de la población que no conoce sobre la periodicidad de noticias de accidentes en la sección Justicia las cuantifica con un promedio de 1.50, respecto a la necesidad de publicar noticias sobre accidentes.

El 100% de la población que conoce el lugar en donde se presentan los accidentes las cuantifica con un promedio de 2, respecto a la viabilidad de que sólo se publiquen accidentes ocurridos en el Distrito Federal.

El 100% de la población que no conoce que las noticias de accidentes van acompañadas de fotografías las cuantifica con un promedio de 2, respecto a la importancia de las fotografías en las noticias de accidentes en la sección Justicia.

El 100% de la población que no conoce que las noticias de accidentes van acompañadas de fotografías las cuantifica con un promedio de 4, respecto a la ayuda que proporciona una fotografía para identificar una noticia de accidentes.

Renta**Detenciones**

El 100% de la población que conoce que la mayor parte de las declaraciones de los funcionarios están enfocadas al Distrito Federal las cuantifica con un promedio de 2, respecto a la utilidad de las declaraciones de los funcionarios acerca de las noticias de detenciones.

El 100% de la población que conoce que la mayor parte de las declaraciones de los funcionarios están enfocadas al Distrito Federal las cuantifica con un promedio de 1.50, respecto a la certeza de las declaraciones de los funcionarios respecto a las detenciones.

4.5.3.6. Variable Posición Política

PAN

Declaración de funcionarios

El 100% de la población que conoce la periodicidad de la sección Justicia la cuantifica con un promedio de 3.67, respecto a la ubicación de la sección.

El 100% de la población que conoce la periodicidad de la sección Justicia la cuantifica con un promedio de 2, respecto al número de páginas de la sección.

El 100% de la población que conoce la periodicidad de la sección Justicia la cuantifica con un promedio de 3.67, respecto a la pertinencia de que los funcionarios declaren sobre las detenciones.

PAN

Asesinatos

El 67% de la población que conoce la periodicidad de las noticias sobre asesinatos en la sección Justicia la cuantifica con un promedio de 2.50, respecto a la necesidad de publicar asesinatos en la sección; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 2.

PAN

Fotonota

El 67% de la población que conoce el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 3.50, respecto a la opinión del tamaño de la fotografía; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 4.

El 67% de la población que conoce el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 2, respecto a la pertinencia de que la fotografía se publique en blanco y negro; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 4.

El 67% de la población que conoce el tamaño, en columnas, de la fotografía en la fotonota la cuantifica con un promedio de 4.50, respecto a la pertinencia de que la

fotografía se publique en color; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 2.

PAN

Asaltos

El 100% de la población que conoce el lugar de donde se publican, en su mayoría, los asaltos los cuantifica con un promedio de 2.33, respecto a la necesidad de que en cada noticia de asaltos se publique una fotografía.

El 100% de la población que conoce el lugar de donde se publican, en su mayoría, los asaltos los cuantifica con un promedio de 3.33, respecto a que se publiquen asaltos en la sección Justicia.

PAN

Accidentes

El 33% de la población que conoce sobre la periodicidad de noticias de accidentes en la sección Justicia las cuantifica con un promedio de 3, respecto a la necesidad de publicar noticias sobre accidentes; mientras que el 67% que no conoce tiene una opinión de 2.50.

El 100% de la población que conoce el lugar en donde se presentan los accidentes las cuantifica con un promedio de 3.33, respecto a la viabilidad de que sólo se publiquen accidentes ocurridos en el Distrito Federal.

El 33% de la población que conoce que las noticias de accidentes van acompañadas de fotografías las cuantifica con un promedio de 2.50, respecto a la importancia de las fotografías en las noticias de accidentes en la sección Justicia; mientras que el 67% que no conoce tiene una opinión de 2.50.

El 33% de la población que conoce que las noticias de accidentes van acompañadas de fotografías las cuantifica con un promedio de 4, respecto a la ayuda que proporciona una fotografía para identificar una noticia de accidentes; mientras que el 67% que no conoce tiene una opinión de 2.50.

PAN

Detenciones

El 100% de la población que conoce que la mayor parte de las declaraciones de los funcionarios están enfocadas al Distrito Federal las cuantifica con un promedio de 3.33, respecto a la utilidad de las declaraciones de los funcionarios acerca de las noticias de detenciones.

El 100% de la población que conoce que la mayor parte de las declaraciones de los funcionarios están enfocadas al Distrito Federal las cuantifica con un promedio de 2, respecto a la certeza de las declaraciones de los funcionarios respecto a las detenciones.

4.5.4. Resultados específicos por Categoría – Variable Sociodemográfica

Los resultados específicos por categoría en cada una de las variables sociodemográficas de la investigación se presentan a continuación. (Ver los resultados completos en el Anexo 3 del CD).

4.5.4.1. Variable sexo

Sexo Femenino

Declaración de funcionarios

El 100% de la población sexo femenino conoce las declaraciones de funcionarios y las cuantifica con un promedio de 3.

Sexo Masculino

Declaración de funcionarios

El 100% de la población sexo masculino conoce las declaraciones de funcionarios y las cuantifica con un promedio de 3.14.

Sexo Femenino

Asesinatos

El 75% de la población sexo femenino que conoce sobre asesinatos los cuantifica con un promedio de 2.67; mientras que el 25% que no conoce tiene una opinión de 2.

Sexo Masculino

Asesinatos

El 25% de la población sexo masculino que conoce sobre asesinatos los cuantifica con un promedio de 2.50; mientras que el 75% que no conoce tiene una opinión de 2.67.

Sexo Femenino

Fotonota

El 50% de la población sexo femenino que conoce sobre la fotonota la cuantifica con un promedio de 3.66; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 3.16.

Sexo Masculino

Fotonota

El 63% de la población sexo masculino que conoce sobre la fotonota la cuantifica con un promedio de 3.06; mientras que el 37% que no conoce tiene una opinión de 3.77.

Sexo Femenino

Asaltos

El 100% de la población sexo femenino conoce sobre asaltos y los cuantifica con un promedio de 2.75.

Sexo Masculino**Asaltos**

El 88% de la población sexo masculino que conoce sobre asaltos los cuantifica con un promedio de 3.58; mientras que el 12% que no conoce tiene una opinión de 2.50.

Sexo Femenino**Accidentes**

El 43.75% de la población sexo femenino que conoce sobre accidentes los cuantifica con un promedio de 3.50; mientras que el 56.25% que no conoce tiene una opinión de 2.38.

Sexo Masculino**Accidentes**

El 47.5% de la población sexo masculino que conoce sobre accidentes los cuantifica con un promedio de 3.13; mientras que el 52.75% que no conoce tiene una opinión de 3.

Sexo Femenino**Detenciones**

El 100% de la población sexo femenino conoce sobre las detenciones y las cuantifica con un promedio de 3.

Sexo Masculino**Detenciones**

El 88% de la población sexo masculino que conoce sobre las detenciones las cuantifica con un promedio de 2.67; mientras que el 12% que no conoce tiene una opinión de 4.

4.5.4.2. Variable edad**Edad 28-37****Declaración de funcionarios**

El 100% de la población con 28-37 años de edad conoce la declaración de funcionarios la cuantifica con un promedio de 2.67.

Edad 28-37**Asesinatos**

El 67% de la población con 28-37 años de edad que conoce sobre asesinatos los cuantifica con un promedio de 2; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 2.57.

Edad 28-37**Fotonota**

El 67% de la población con 28-37 años de edad que conoce sobre la fotonota la cuantifica con un promedio de 3; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 3.33.

Edad 28 -37**Asaltos**

El 67% de la población con 28-37 años de edad que conoce sobre Asaltos los cuantifica con un promedio de 1.50; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 2.50.

Edad 28-37**Accidentes**

El 100% de la población con 28-37 años de edad conoce sobre accidentes los cuantifica con un promedio de 2; mientras que el 100% que no conoce tiene una opinión de 2.78.

Edad 28-37**Detenciones**

El 100% de la población con 28-37 años de edad conoce sobre las detenciones y las cuantifica con un promedio de 2.17.

Edad 38-47**Declaración de funcionarios**

El 100% de la población de 38-47 años de edad conoce la declaración de funcionarios la cuantifica con un promedio de 3.08.

Edad 38-47**Asesinatos**

El 25% de la población de 38-47 años de edad que conoce sobre asesinatos los cuantifica con un promedio de 3; mientras que el 75% que no conoce tiene una opinión de 2.67.

Edad 38-47**Fotonota**

El 50% de la población de 38-47 años de edad que conoce sobre la fotonota la cuantifica con un promedio de 3.17; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 3.33.

Edad 38-47**Asaltos**

El 100% de la población de 38-47 años de edad conoce sobre asaltos y los cuantifican con un promedio de 3.38.

Edad 38-47**Accidentes**

El 56.25% de la población de 38-47 años de edad que conoce sobre accidentes los cuantifica con un promedio de 3.54; mientras que el 43.75% que no conoce tiene una opinión de 2.50.

Edad 38-47**Detenciones**

El 100% de la población de 38-47 años de edad conoce sobre las detenciones y las cuantifica con un promedio de 3.25.

Edad 48-57**Declaración de funcionarios**

El 100% de la población de 48-57 años de edad conoce la declaración de funcionarios la cuantifica con un promedio de 3.25.

Edad 48-57**Asesinatos**

El 50% de la población de 48-57 años de edad que conoce sobre asesinatos los cuantifica con un promedio de 3; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 2.50.

Edad 48-57**Fotonota**

El 75% de la población de 48-57 años de edad que conoce sobre la fotonota la cuantifica con un promedio de 3.44; mientras que el 25% que no conoce tiene una opinión de 3.33.

4.5.4.3. Variable rol familiar**Hijo****Declaración de funcionarios**

El 100% de la población con rol familiar de hijo que conoce la declaración de funcionarios la cuantifica con un promedio de 4.67.

Hijo**Asesinatos**

El 100% de la población con rol familiar de hijo no conoce sobre asesinatos y los cuantifica con un promedio de 3.

Hijo**Fotonota**

El 100% de la población con rol familiar de hijo conoce sobre la fotonota la cuantifica con un promedio de 4.

Hijo**Asaltos**

El 100% de la población con rol familiar de hijo conoce sobre asaltos y los cuantifica con un promedio de 4.

Hijo**Accidentes**

El 100% de la población con rol familiar de hijo conoce sobre accidentes y los cuantifica con un promedio de 3; mientras que el 100% que no conoce tiene una opinión de 2.50.

Hijo**Detenciones**

El 100% de la población con rol familiar de hijo conoce sobre las detenciones y las cuantifica con un promedio de 4.

Padre**Declaración de funcionarios**

El 100% de la población con rol familiar de padre conoce la declaración de funcionarios la cuantifica con un promedio de 3.

Padre**Asesinatos**

El 29% de la población con rol familiar de padre que conoce sobre asesinatos los cuantifica con un promedio de 2.50; mientras que el 71% que no conoce tiene una opinión de 2.60.

Padre**Fotonota**

El 57% de la población con rol familiar de padre que conoce sobre la fotonota la cuantifica con un promedio de 2.83; mientras que el 43% que no conoce tiene una opinión de 3.78.

Padre**Asaltos**

El 86% de la población con rol familiar de padre que conoce sobre asaltos los cuantifica con un promedio de 3.50; mientras que el 14% que no conoce tiene una opinión de 2.50.

Padre**Accidentes**

El 46.5% de la población que con rol familiar de padre conoce sobre accidentes los cuantifica con un promedio de 3.15; mientras que el 53.5% que no conoce tiene una opinión de 3.09.

Padre**Detenciones**

El 86% de la población con rol familiar de padre que conoce sobre las detenciones las cuantifica con un promedio de 2.75; mientras que el 14% que no conoce tiene una opinión de 4.

Madre**Declaración de funcionarios**

El 100% de la población con rol familiar de madre conoce la declaración de funcionarios la cuantifica con un promedio de 3.

Madre**Asesinatos**

El 75% de la población con rol familiar de madre que conoce sobre asesinatos los cuantifica con un promedio de 2.67 mientras que el 25% que no conoce tiene una opinión de 2.

Madre**Fotonota**

El 50% de la población con rol familiar de madre que conoce sobre la fotonota la cuantifica con un promedio de 3.87; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 3.17.

4.5.4.4. Variable nivel escolar**Preparatoria****Declaración de funcionarios**

El 100% de la población con nivel escolar de preparatoria conoce la declaración de funcionarios y la cuantifica con un promedio de 2.94.

Preparatoria**Asesinatos**

El 50% de la población con nivel escolar de preparatoria que conoce sobre asesinatos los cuantifica con un promedio de 2.67; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 2.67.

Preparatoria**Fotonota**

El 67% de la población con nivel escolar de preparatoria que conoce sobre la fotonota la cuantifica con un promedio de 3.33; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 3.83.

Preparatoria**Asaltos**

El 100% de la población con nivel escolar de preparatoria conoce sobre asaltos los cuantifica con un promedio de 3.42.

Preparatoria**Accidentes**

El 45.5% de la población con nivel escolar de preparatoria que conoce sobre accidentes los cuantifica con un promedio de 3.70; mientras que el 54.50% que no conoce tiene una opinión de 3.38.

Preparatoria**Detenciones**

El 83% de la población con nivel escolar de preparatoria que conoce sobre las detenciones las cuantifica con un promedio de 2.70; mientras que el 17% que no conoce tiene una opinión de 4.

Licenciatura**Declaración de funcionarios**

El 100% de la población con nivel escolar de licenciatura conoce la declaración de funcionarios la cuantifica con un promedio de 3.

Licenciatura**Asesinatos**

El 67% de la población con nivel escolar de licenciatura que conoce sobre asesinatos los cuantifica con un promedio de 2.50; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 2.

Licenciatura**Fotonota**

El 33% de la población con nivel escolar de licenciatura que conoce sobre la fotonota la cuantifica con un promedio de 3; mientras que el 67% que no conoce tiene una opinión de 3.17.

Licenciatura**Asaltos**

El 67% de la población con nivel escolar de licenciatura que conoce sobre asaltos los cuantifica con un promedio de 2.25; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 2.50.

Licenciatura**Accidentes**

El 50% de la población con nivel escolar de licenciatura que conoce sobre accidentes los cuantifica con un promedio de 2.75; mientras que el 75% que no conoce tiene una opinión de 2.59.

Licenciatura**Detenciones**

El 100% de la población con nivel escolar de licenciatura conoce sobre las detenciones y las cuantifica con un promedio de 3.

Posgrado**Declaración de funcionarios**

El 100% de la población con nivel escolar de posgrado conoce la declaración de funcionarios y la cuantifica con un promedio de 3.67.

Posgrado**Asesinatos**

El 100% de la población con nivel escolar de posgrado no conoce sobre asesinatos y los cuantifica con un promedio de 2.67.

Posgrado**Fotonota**

El 67% de la población con nivel escolar de posgrado que conoce sobre la fotonota la cuantifica con un promedio de 3.17; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 3.33.

Posgrado**Asaltos**

El 100% de la población con nivel escolar de posgrado conoce sobre asaltos y los cuantifica con un promedio de 3.67.

Posgrado**Accidentes**

El 67% de la población con nivel escolar de posgrado que conoce sobre accidentes los cuantifica con un promedio de 2.88; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 2.50.

Posgrado**Detenciones**

El 100% de la población con nivel escolar de posgrado conoce sobre las detenciones y las cuantifica con un promedio de 3.34.

4.5.4.5. Variable lugar donde vive**Renta****Declaración de funcionarios**

El 100% de la población que renta vivienda conoce la declaración de funcionarios y la cuantifica con un promedio de 2.50.

Renta**Asesinatos**

El 100% de la población que renta vivienda conoce sobre asesinatos los cuantifica con un promedio de 2.

Renta**Fotonota**

El 50% de la población que renta vivienda conoce sobre la fotonota la cuantifica con un promedio de 3; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 3.33.

Renta**Asaltos**

El 100% de la población que renta vivienda conoce sobre asaltos los cuantifica con un promedio de 1.50.

Renta**Accidentes**

El 100% de la población que renta vivienda conoce sobre accidentes y los cuantifica con un promedio de 2; mientras que el 100% que no conoce tiene una opinión de 2.50.

Renta**Detenciones**

El 100% de la población que renta vivienda conoce sobre las detenciones y las cuantifica con un promedio de 1.75.

Casa propia**Declaración de funcionarios**

El 100% de la población que cuenta con casa propia conoce la declaración de funcionarios y la cuantifica con un promedio de 3.22.

Casa propia**Asesinatos**

El 33% de la población que cuenta con casa propia conoce sobre asesinatos y los cuantifica con un promedio de 3; mientras que el 67% que no conoce tiene una opinión de 2.50.

Casa propia**Fotonota**

El 67% de la población que cuenta con casa propia conoce sobre la fotonota y la cuantifica con un promedio de 3.28; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 3.58.

Casa propia**Asaltos**

El 89% de la población que cuenta con casa propia conoce sobre asaltos los cuantifica con un promedio de 3.57; mientras que el 11% que no conoce tiene una opinión de 2.50.

Casa propia**Accidentes**

El 47.25% de la población que cuenta con casa propia conoce sobre accidentes los cuantifica con un promedio de 3.41; mientras que el 52.75% que no conoce tiene una opinión de 3.

Casa propia**Detenciones**

El 89% de la población que cuenta con casa propia conoce sobre las detenciones las cuantifica con un promedio de 3.13; mientras que el 11% que no conoce tiene una opinión de 4.

Con un familiar**Declaración de funcionarios**

El 100% de la población que vive con un familiar conoce la declaración de funcionarios y la cuantifica con un promedio de 3.67.

Con un familiar**Asesinatos**

El 100% de la población que vive con un familiar no conoce sobre asesinatos y los cuantifica con un promedio de 3.

Con un familiar**Fotonota**

El 100% de la población que vive con un familiar no conoce sobre la fotonota y la cuantifica con un promedio de 3.33.

Con un familiar**Asaltos**

El 100% de la población que vive con un familiar conoce sobre asaltos y los cuantifica con un promedio de 4.50.

Con un familiar**Accidentes**

El 100% de la población que vive con un familiar conoce sobre accidentes y los cuantifica con un promedio de 3; mientras que el 100% que no conoce tiene una opinión de 3.

Con un familiar**Detenciones**

El 100% de la población que vive con un familiar conoce sobre las detenciones y las cuantifica con un promedio de 4.

4.5.4.6. Variable posición política**PAN****Declaración de funcionarios**

El 100% de la población que se identifica con el PAN conoce la declaración de funcionarios y la cuantifica con un promedio de 4.67.

PAN**Asesinatos**

El 67% de la población que se identifica con el PAN que conoce sobre asesinatos los cuantifica con un promedio de 2.50; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 2.

PAN**Fotonota**

El 67% de la población que se identifica con el PAN que conoce sobre la fotonota la cuantifica con un promedio de 3.33; mientras que el 33% que no conoce tiene una opinión de 3.33.

PAN**Asaltos**

El 100% de la población que se identifica con el PAN conoce sobre asaltos y los cuantifica con un promedio de 2.83.

PAN**Accidentes**

El 49.75% de la población que se identifica con el PAN que conoce sobre accidentes los cuantifica con un promedio de 3.58; mientras que el 67% que no conoce tiene una opinión de 2.50.

PAN**Detenciones**

El 100% de la población que se identifica con el PAN conoce sobre las detenciones y las cuantifica con un promedio de 2.67.

PRD**Declaración de funcionarios**

El 100% de la población que se identifica con el PRD conoce la declaración de funcionarios y la cuantifica con un promedio de 3.33.

PRD**Asesinatos**

El 50% de la población que se identifica con el PRD que conoce sobre asesinatos los cuantifica con un promedio de 3; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 2.50.

PRD**Fotonota**

El 50% de la población que se identifica con el PRD que conoce sobre la fotonota la cuantifica con un promedio de 3.33; mientras que el 50% que no conoce tiene una opinión de 3.67.

PRD**Asaltos**

El 75% de la población que se identifica con el PRD que conoce sobre asaltos los cuantifica con un promedio de 3.67; mientras que el 25% que no conoce tiene una opinión de 2.50.

PRD**Accidentes**

El 50% de la población que se identifica con el PRD que conoce sobre accidentes los cuantifica con un promedio de 2.50; mientras que el 75% que no conoce tiene una opinión de 3.25.

PRD**Detenciones**

El 75% de la población que se identifica con el PRD que conoce sobre las detenciones las cuantifica con un promedio de 3.34; mientras que el 25% que no conoce tiene una opinión de 4.

Otro partido político**Declaración de funcionarios**

El 100% de la población que se identifica con otro partido político conoce la declaración de funcionarios y la cuantifica con un promedio de 3.

Otro partido político**Asesinatos**

El 20% de la población que se identifica con otro partido político que conoce sobre asesinatos los cuantifica con un promedio de 2; mientras que el 80% que no conoce tiene una opinión de 2.75.

Otro partido político**Fotonota**

El 60% de la población que se identifica con otro partido político que conoce sobre la fotonota la cuantifica con un promedio de 3.11; mientras que el 40% que no conoce tiene una opinión de 3.50.

Otro partido político**Asaltos**

El 100% de la población que se identifica con otro partido político conoce sobre asaltos y los cuantifica con un promedio de 3.30.

Otro partido político**Accidentes**

El 60% de la población que se identifica con otro partido político que conoce sobre accidentes los cuantifica con un promedio de 3.13; mientras que el 40% que no conoce tiene una opinión de 2.54.

Otro partido político**Detenciones**

El 100% de la población que se identifica con otro partido político y conoce sobre las Detenciones las cuantifica con un promedio de 2.90.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

En la presente investigación se ofrecen tres tipos de conclusiones: teóricas-metodológicas, técnicas y temáticas.

Como conclusiones teóricas-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 al Consejo Editorial del periódico REFORMA sobre el que se basó el estudio de opinión; así como a los elementos de la Opinión Pública: actores, Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA; instrumentos, la encuesta -censo- como herramienta de Opinión Pública; expresiones, expresiones respecto al contenido de la sección Justicia del periódico REFORMA, y representaciones, como el conjunto de datos de referencia contenidos en las expresiones del grupo social y que tienen un significado para alguien, en el referente por investigar.
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 éstas son precisamente emitidas por un grupo social lo que importa a la Opinión Pública.

5. Así, las expresiones (de los integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA), respecto al contenido de la sección Justicia del periódico REFORMA, permitieron ubicar el presente estudio de Opinión Pública dentro del ámbito comunicativo.
6. Se concluye también que la Opinión Pública tiene su campo de acción en cuanto se desenvuelve a las siguientes temáticas.
 - a) Sobrevivencia del grupo social, ya que permite la transmisión de las costumbres, hábitos, actividades y de los avances en las diferentes razas.
 - b) La producción de bienes materiales e inmateriales.
 - c) La conservación de la propiedad privada o el Estado.
 - d) La cultura.
7. Para definir y construir la Tabla de Especificaciones fue necesario establecer la relación entre la Teoría General de Sistemas, de Manuel Martín Serrano, la Naturaleza Comunicativa de la Opinión Pública, planteada en el Capítulo 1; y el objeto de estudio, en el que se desarrollaron las características, contenido de la sección Justicia del periódico REFORMA, que constituyeron las categorías de la Tabla de Especificaciones.
8. La construcción de la Tabla de Especificaciones sirvió para operacionalizar los conceptos de conocimiento, opinión y variables sociodemográficas; para la elaboración del diagrama de Arboreación, una lista de equivalencias entre los Indicadores y los reactivos y la construcción de un cuestionario piloto.

9. Se concluye que el procedimiento de la prueba piloto sirvió para identificar los errores en la pertinencia de los sujetos a encuestar, el levantamiento de datos y la estructura de los reactivos del cuestionario final.
10. El método de análisis que se empleó es cuantitativo, en el que se obtuvieron resultados basados en frecuencias, porcentajes y promedios.

Como conclusiones técnicas tenemos:

1. El procedimiento del 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 (censo) al 100% de la población.
 - En esta investigación el número de sujetos encuestados fue de 12.
2. La técnica para la recolección de Información empleada fue de manera personal, para el cruce de datos se emplearon, como herramienta técnica, filtros que sirvieron para cuantificar los resultados. Esto permitió el cruce de datos entre los indicadores y las variables sociodemográficas; las categorías y las variables sociodemográficas, y sirvieron para probar o disprobar las hipótesis alternativas. Las variables independientes fueron las sociodemográficas (sexo, edad, rol familiar, nivel escolar, lugar donde vive y posición política), así como variables dependientes eran los conceptos de conocimientos 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. Sistema Hipotético, concluyendo que:

1. Se dice que el conocimiento, de la variable sociodemográfica sexo, de los 12 integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA, respecto al contenido de la sección no es del 90%, ahora se sabe que es del 71.83%.
2. Se dice que la opinión, en una escala del 1 al 5, de la variable sociodemográfica sexo, de los 12 integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA, respecto al contenido de la sección no es de 4, ahora se sabe que es de 3.08.
3. Se dice que el conocimiento, de la variable sociodemográfica edad, de los 12 integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA, respecto al contenido de la sección no es del 80%, ahora se sabe que es del 81.43%.
4. Se dice que la opinión, en una escala del 1 al 5, de la variable sociodemográfica edad, de los 12 integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA, respecto al contenido de la sección no es de 4, ahora se sabe que es de 3.07.
5. Se dice que el conocimiento, de la variable sociodemográfica posición familiar, de los 12 integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA, respecto al contenido de la sección no es del 90%, ahora se sabe que es del 79.29%.

6. Se dice que la opinión, en una escala del 1 al 5, de la variable sociodemográfica posición familiar, de los 12 integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA, respecto al contenido de la sección no es de 5, ahora se sabe que es de 3.29.
7. Se dice que el conocimiento, de la variable sociodemográfica nivel escolar, de los 12 integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA, respecto al contenido de la sección no es del 80%, ahora se sabe que es del 75.43%.
8. Se dice que la opinión, en una escala del 1 al 5, de la variable sociodemográfica nivel escolar, de los 12 integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA, respecto al contenido de la sección no es de 3, ahora se sabe que es de 3.06.
9. Se dice que el conocimiento, de la variable sociodemográfica nivel económico, de los 12 integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA, respecto al contenido de la sección no es del 90%, ahora se sabe que es del 84.57%.
10. Se dice que la opinión, en una escala del 1 al 5, de la variable sociodemográfica nivel económico, de los 12 integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA, respecto al contenido de la sección no es de 5, ahora se sabe que es de 2.97.
11. Se dice que el conocimiento, de la variable sociodemográfica posición política, de los 12 integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA, respecto al contenido de la sección no es del 95%, ahora se sabe que es del 74.58%.

12. Se dice que la opinión, en una escala del 1 al 5, de la variable sociodemográfica posición política, de los 12 integrantes del Consejo Editorial de la sección Justicia del periódico REFORMA, respecto al contenido de la sección no es de 5, ahora se sabe que es de 3.12.

FUENTES DE CONSULTA

FUENTES DE CONSULTA

BIBLIOGRAFÍA

1. ACEVES, José Ignacio; et. al. Antología en Comunicación. México, Publicaciones ENEP Acatlán, s/a, 203 p.
2. ARMENTA Fraga, María Venus. Análisis de las Representaciones Contenidas en las Expresiones de Perceptores de la Televisión. Tesis de Licenciatura. México, UNAM-ENEP Acatlán, 1992.
3. BAENA Paz, Guillermina. Instrumentos de la Investigación: Tesis Profesionales y Trabajos Académicos. México, Editores Mexicanos Unidos, 1986, 134 p.
4. BOHMANN, Karin. Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México. México, Alianza Editorial, 1997, 417 p.
5. CÓDIGO de Ética de la Empresa Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI). México, 1993.
6. GALLO Romo, Olga. Avances de Tesis de Maestría. México, UNAM – Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2003.
7. GALTUNG, Yoahan. Teoría y Métodos de la Investigación Social. Buenos Aires, Eudeba, 1966, 205 p.
8. GONZÁLEZ Liaca, Edmundo. La Opinión Pública. Bases Preliminares para el Estudio de la Propaganda Política. México, UNAM – Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1977, 69 p.

9. HABERMAS, Jürgen. Historia y Crítica de la Opinión Pública: La Transformación Estructural de la Vida Pública. México, Gustavo Gilli, 1981, 351 p.
10. HYMAN Hebert, Hiram. Diseño y Análisis de las Encuestas Sociales. Buenos Aires, Amorrortu, 1968, 531 p.
11. KATZ, Eliu. La Influencia Personal: El Individuo en el Proceso de la Comunicación de Masas. Barcelona, Hispanoamericana, 1979, 446 p.
12. KIMBALL, Young. La Opinión Pública y la Propaganda. México, Paidós, 1993.
13. MALETZKE, Gerhard. Psicología de la Comunicación Colectiva. Ecuador, CIESPAL, 1983, 103 p.
14. MARTÍN Serrano, Manuel. La Mediación Social. Madrid, Akal, 1977, 217 p.
15. MARTÍN Serrano, Manuel. La Producción Social de la Comunicación. Madrid, Alhambra, 1992, 510 p.
16. MARTÍN Serrano, Manuel. Métodos Actuales de Investigación Social. Madrid, Akal, 1978, 510 p.
17. MARTÍN Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia. México, UNAM – ENEP Acatlán, 1992, 227 p.
18. MÉNDEZ Ramírez, Ignacio. El Protocolo de la Investigación: Lineamientos para su Elaboración y Análisis. México, Trillas, 1984, 210 p.
19. NOELLE, Elizabeth. Encuesta en la Sociedad de Masas. Introducción a los Métodos de la Demoscopia. Madrid, Alianza, 1970, 420 p.

20. OPPENHEIMER, Andrés. México: En la Frontera del Caos. México, Javier Vergara, 1996, 368 p.
21. RIVADENEIRA Prada, Raúl. La Opinión Pública: Análisis, Estructura y Métodos para el Estudio. México, Trillas, 1984, 230 p.
22. ROJAS Soriano, Raúl. Guía para Realizar Investigaciones Sociales. México, Plaza y Valdés, 1998, 286 p.
23. Trejo Delarbre, Raúl. Volver a los medios. De la crítica a la ética. México, Cal y Arena, 1997, 389 p.
24. TORRES Lima, Héctor Jesús. La Comunicación Educativa: Objeto de Estudio y Áreas de Trabajo. Tesis de Maestría. México, UNAM - Facultad de Filosofía y Letras, 1994.
25. TORRES Lima, Héctor Jesús. La Naturaleza Comunicativa de la Expresión de la Opinión Pública. Segundo Coloquio de Comunicación. México, UNAM - ENEP Acatlán, 1995.
26. YOUNG, Pauline. Métodos Científicos de Investigación Social: Introducción a sus Fundamentos, Contenidos y Análisis de las Investigaciones Sociales. México, UNAM, 1948, 640 p.

HEMEROGRAFÍA

1. Curso de Inducción del Periódico REFORMA. México, CICSA, Recursos Humanos, 2003.

2. Información General del Periódico REFORMA. México, CICSA, Recursos Humanos, 2003.
3. Manual de Estilo del Periódico REFORMA. México, CICSA, 1999.

DIRECCIONES ELECTRÓNICAS Y MULTIMEDIA

1. *Biblioteca de Consulta Microsoft ® Encarta ® 2004*. © 1993-2003 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.
2. www.elnorte.com
3. www.mural.com
4. www.palabra.com
5. www.reforma.com
6. Historia del periodismo mundial www.laibaa.org/ayudadetaareas/periodismo/per3.htm
7. Breve Esbozo de Historia del Periodismo Mexicano.
www.udem.edu.mx/agencia/historia/mexico/
8. Breve historia de la Prensa. www.quadraginta.org/documentos-teoricos/cuademo-de-adjuntos/brevehistoriaprensa.html

ENTREVISTAS

1. Gustavo Adolfo Hernández, editor de la sección Justicia del periódico REFORMA, agosto del 2003.
2. Pedro Terán, editor de la sección Justicia del periódico REFORMA, octubre del 2003.

Se realizaron varias entrevistas a editores de periódicos que pertenecen al GRUPO REFORMA en el Distrito Federal, Monterrey y Guadalajara, las cuales no se me permitió citarlas para el estudio de Opinión Pública, pero la información sí se utilizó.