



Universidad nacional autónoma de México



Facultad de estudios Superiores

Campus Acatlán



**“La Opinión Pública de los radioescuchas de la
estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio;
respecto a su formato y contenido”**

**Trabajo para obtener el título de Licenciada en
Comunicación**

P r e s e n t a:

Karina Itzel Ortega Juárez

Asesora: Lic. Olga Gallo Romo



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.



Universidad nacional autónoma de México



Facultad de estudios Superiores

Campus Acatlán



**“La Opinión Pública de los radioescuchas de la
estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio;
respecto a su formato y contenido”**

**Trabajo para obtener el título de Licenciada en
Comunicación**

P r e s e n t a:

Karina Itzel Ortega Juárez

Asesora: Lic. Olga Gallo Romo

AGRADECIMIENTOS

Hoy finalmente después de muchos años de esfuerzo, de muchas cosas buenas y otras malas, es tiempo de concluir una etapa más; quizás la más importante de mi vida, la culminación de mi licenciatura. Me refiero a que con esto se escribe una nueva página en mi vida profesional, una nueva lucha de seguir adelante, preparándome pero sobre todo de buscar esa tan anhelada satisfacción profesional.

Poco es el espacio que tengo para dar gracias a todos aquellos que en su tiempo y momento fueron parte de este *sueño que ahora es una realidad*, así que trataré de ser breve sin olvidar a nadie ya que todos han sido parte clave de esta aventura.

A las primeras personas que tengo que agradecer infinitamente son a mis padres Francisco y Martha, por darme la mejor infancia vivida, por dejarme soñar y más aún por estar conmigo y apoyarme siempre en todas mis locuras, pero sobre todo por enseñarme con ejemplo que para escoger una profesión se necesita vocación, pasión y un gran amor por lo que haces.

Papi gracias por ser el motivo de todos mis triunfos, por estar conmigo siempre, por apoyarme y creer en mí, por querernos tanto, por darnos siempre todo lo material, pero más aún por darnos en plenitud todo lo emocional...tú me enseñaste el valor de una familia, el amor que pueden generar seres tan pequeños en personas duras, en fin tu siempre fuiste, eres y serás mi gran compañero.

Mamá gracias a ti por ser un ejemplo de vida, por el doble esfuerzo que hiciste al ser padre y madre, por querer tanto a tu profesión, por darnos siempre lo mejor, de verdad te digo lo que ya muchas veces te he dicho "hiciste un excelente trabajo y todo esto va por ti". Gracias por quererme y respetarme aunque no siempre de la mejor manera, se que amas tanto como yo a ti y como dice la canción.... "recuerda que me tienes a mí, siempre a mí".... Te amo.....

Patty gracias por ser más que mi hermana mi mejor amiga, tu de verdad que siempre has creído en mí y este triunfo es tuyo también, ahora sólo te pido que le eches mil ganas por que se que tu puedes y aunque esto nunca fue competencia espero sí sea un estímulo. Gracias por darme lo mejor de lo mejor: a mí Rock; a ti bebé gracias por dejarme sentir ese amor tan natural, tan sincero, por ser mi más claro estímulo pues desde que tu naciste mi vida mejoró, ahora soy un mejor ser humano y sobre todo un ser humano mucho mas feliz "*te amo rock*". Gracias Robert por quererlos tanto, a ti también te quiero mucho y agradezco tu apoyo.

Argenis tu apenas empiezas ese camino... se un niño inteligente, bueno y noble como lo haz sido hasta el día de hoy. Échale muchas ganas a la vida nene, a ti solo te pido no defraudes a mamá ella tiene todas sus esperanzas y amor puestos en ti, sabes que te quiero con todo mi corazón pues eres y siempre serás el bebé de la familia, y pues no olvides que siempre podrás contar conmigo.

Infinitas gracias a ustedes mis queridas abuelas Chuyita e Inés si tan solo supieran cuanta falta me hacen y cuanto las extraño... aunque se que siempre están conmigo esto va directito a donde estén pues son parte clave de este gran rompecabezas

Gracias a ti mi siempre querido tío Jaime quien a su modo supo guiarme, quererme y apoyarme en la buenas y en la malas, una cosa te digo, haz sido un buen representante de papá estoy muy orgullosa de ti. Quiere y cuida mucho esa gran familia que tienes recuerda el tiempo esta corriendo. Tía chíó, Arvick y Alan los quiero mucho!

Gracias también a ti Yoya quien fuiste desde pequeña mas que una tía una amiga, efectivamente crecemos y cambiamos, pero de todos modos gracias por quererme tanto como yo a ti.

Amigos que sería de la vida sin esos ángeles que Dios nos pone en forma de amigos, algunos pasajeros, otros eternos pero a fin de cuentas todos amigos. Gracias a ti Caro Goyri, Kary Ortiz, Ale Suaste, a ti mi Carlitos Rivas quienes mas que ser mis grandes amigos son mis hermanos, de verdad chicos son parte esencial en esta aventura. Haciendo una mención especial a ti la mejor de las mejores mi gran amigui, tu de veras que siempre estuviste conmigo, de verdad amiga esto también es en gran parte por ti, sin tu apoyo no hubiera podido terminar, Astrid gracias por ser mi ángel de la guarda.

Gracias también a todos aquellos que dedicaron su vida a la docencia una de la profesiones mas lindas, Miss lita, Mtra chuy, Mtra berth, Mtra Olga Gallo, Profe Torres Lima, Mtra Venus, Mtra Laura y Escamilla gracias por ser un apoyo incondicional.

Gracias especiales a un gran profesional pero sobre todo a una gran persona Heriberto Vázquez, sin tu apoyo créeme que esto no se hubiera concretado, te admiro y te respeto por todo lo que eres.

Gracias a ti amor, gracias a esos cuidados, a esa entrega, a ese amor incondicional que desde el primer día que te vi me diste, solo puedo decirte que te admiro y te amo mucho. Gracias por enseñarme el otro sentido de la vida, donde se valora el pan que te llevas a la boca, el sol de cada mañana, el aire de cada día. Tú eres el mejor regalo que la vida y Dios mismo puso en mi camino. En fin gracias por devolverle el sentido a la vida y a las cosas simples con tu sola presencia... a ti GRACIAS POR TODO; ERES EL AMOR DE MI VIDA esto es por y para ti. Y no olvides "*lo que opinen los demás esta de mas...* Te Amo."

Gracias a mi siempre amada UNAM, mi alma mater, la mejor de las mejores, gracias por ser mi segunda casa, gracias por darme grandes amigos, conocimientos, ambiciones, pero sobre todo gracias por darme las armas con las que ahora puedo defenderme en el *mundo real* donde he descubierto que soy lo que soy gracias a ti mi universidad, mi F.E.S. ACATLÁN "por mi raza hablará el espíritu...."

.

Así pues gracias a ti el ser más lindo y real quien me mando todas aquellas cosas, ya que sin ti nada de lo anterior habría podido pasar...gracias a ti DIOS. En fin la palabra exacta para todos y cada uno de esos seres o situaciones pasajeras o permanentes que han caminado conmigo y aquellas otras que vienen es GRACIAS...

Karina Itzel Ortega Juárez

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1 “Marco Teórico”.....	6
1.1.- Teoría General de Sistemas.....	6
1.2.-Modelo General de Sistemas.....	8
1.3.- Teoría de la Mediación Social.....	15
1.4.- La Opinión Pública.....	20
CAPÍTULO 2 “Marco Contextual”.....	47
2.1.- Sistema Histórico de Bésame 940 (Televisa Radio).....	47
2.2.- Sistema Cultural.....	51
CAPÍTULO TRES “Metodología para la elaboración del cuestionario”.....	61
3.1. Relación del Marco Teórico con la Tabla de Operacionalización....	61
3.2.- El Sistema Hipotético.....	63
3.3 Variables.....	65
3.4.- Tabla de Operacionalización.....	66
3.5.- La Arboreación del Cuestionario.....	88
3.6. Cuestionario Piloto.....	98
3.7.- Reporte del Levantamiento de Datos.....	106
3.8.- Cuestionario Final.....	108
3.9.- Resultados del Piloteo.....	115
3.10.- Interpretación de los Datos.....	132
CAPÍTULO 4: “Levantamiento de datos y análisis de resultados”.....	134
4.1.- Características de la población.....	134
4.2.- Tipo de levantamiento de datos.....	135
4.3.- Estrategia del levantamiento de datos.....	135

4.4.- Reporte del levantamiento de datos.....	136
4.5.- Método para el vaciado de datos.....	137
4.6.- Presentación y análisis de resultados.....	138
CONCLUSIONES.....	226
Fuentes de Consulta.....	230
Anexos.....	231
Apéndice.....	233

INTRODUCCIÓN

El principal motivo del presente trabajo es agradecer y recompensar a mi máxima casa de estudios y a mis padres, es por eso que a continuación se presenta un estudio de opinión pública, se da a conocer el proceso, paso a paso del presente trabajo. El título del trabajo es “La opinión pública de los radioescuchas de la estación Bésame 940, perteneciente a Televisa radio; respecto a su formato y contenido”.

El interés para la realización de este estudio en específico surgió al platicar la inquietud de un tema de tesis con el licenciado Heriberto Vázquez Muñoz, coordinador de la estación Bésame 940; él siempre dispuesto a apoyar comentaba que nunca se había realizado un estudio de este tipo en la estación, a pesar que llevan más de 60 años al aire, después de preguntarnos lo que tendríamos que hacer y a quién teníamos que recurrir para permisos y acreditaciones decidimos poner manos a la obra y *ayudarnos mutuamente* él apoyándome con las autorizaciones y facilidades correspondientes; yo con un estudio detallado que mostrara resultados sobre lo que opinaban los radioescuchas respecto al formato y contenido de la estación; pues a lo largo de tanto años y transformaciones dentro de la misma era el momento de acercarse a preguntar que pensaban de la estación.

Así pues enfocándonos ya al presente trabajo es importante señalar cuál fue el instrumento de trabajo que se utilizó: siendo *la encuesta telefónica* el utensilio a través del cual pudimos preguntar a un total de 101 sujetos la opinión acerca de la estación; el tiempo aproximado en la aplicación de las encuestas fue de dos semanas.

De igual manera es relevante mencionar el impacto que al parecer arrojará este estudio, no solo para la estación, los radioescuchas y directivos de la empresa; sino para todos aquellos estudiosos de la opinión pública, los fenómenos masivos y en especial los fenómenos comunicativos, ya que este es claramente uno de ellos. Para entender mejor este trabajo se menciona el objetivo: conocer la opinión pública de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio; respecto a su formato y contenido, no olvidando que se abarcará tan solo una pequeña porción de todos los escuchas.

La perspectiva teórica a través de la cual se abordará este estudio, es la que afirma que “la opinión pública es el conjunto de expresiones (que no necesariamente tienen la misma dirección, ni intensidad) producida por los actores (miembros de un grupo

social específico) a través de instrumentos de comunicación, para generar representaciones sobre un mismo referente público”¹.

Describamos pues el concepto que se manejará dentro de ésta investigación respecto a formato y contenido; entendiendo por formato la estructura de la estación, es decir, las llamadas y mensajes que entran en los programas (en vivo y grabados) para peticiones musicales, saludos y obsequios; donde se pretende preguntar a los encuestados que opinan acerca de la prioridad que se está dando actualmente a los mensajes multimedia dejando en segundo termino el contacto vía telefónica. Respecto al conocimiento el principal objetivo, es saber que tanto conocen los escuchas acerca de la estación y programación, ya que una de las conclusiones a las que se llegó fue que cualquiera puede opinar, pero no cualquiera puede conocer.

Respecto a la teoría que se aplicó en esta investigación podemos señalar que se inició con la aplicación de la teoría que maneja Manuel Martín Serrano denominada Teoría General de Sistemas donde se definió lo que es como tal un sistema, (entendiendo con ello al conjunto de elementos organizados). Aplicando la teoría a nuestro tema de investigación podemos decir que la estación Bésame 940 es un subsistema del sistema Televisa radio (este punto se podrá ver mas a detalle en el capítulo primero).

Esta teoría también nos indica que cualquier elemento debe estar organizado, punto más que cumple nuestra organización (Televisa Radio), no obstante lo que se busca en este trabajo es la opinión pública, analizar ¿Qué piensan?, ¿Qué relación tienen los escuchas con los locutores y con la estación?, y ¿Cómo afecta a favor o en contra, los cambios, de formato y contenido?.

Se puede decir también que el tema, la institución y el presente trabajo responde a las características del modelo dialéctico de comunicación propuesto también por Manuel Martín Serrano cuyos elementos comparte con el sistema de la comunicación y los cuales son: actores (radioescuchas de la estación Bésame 940), instrumentos (encuesta telefónica), expresiones (Lo que dijeron) y representación (La interpretación de lo que dijeron).

Otra de las teorías aplicadas a este trabajo fue la Teoría de la Mediación Social la cual permite interpretar y sistematizar la realidad, además de imponer modelos de integración y un sistema de reglas. Tal teoría permite darle a toda sociedad y a sus

¹ Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública, Modulo 1 F.E.S. Acatlán 2007

individuos sistemas de regulación es decir, sistemas que controlen la actividad, que imponga límites a lo que puede ser dicho, y las maneras de decirlo.

De lleno ya en la investigación le adelantamos que este trabajo cuenta con 4 capítulos:

♣ **1er Capítulo:** indica cuales teorías y autores fueron tomados en cuenta para la aplicación del estudio, además de ubicar su relevancia en la actualidad con la sociedad; qué es un sistema regulador, qué importancia tienen estos sistemas en nuestras vidas y como se aplican hoy en día a nuestras sociedades. Además se podrá determinar cuales modelos mediacionales e instancias mediadoras rigen a la institución estudiada en este caso la estación Bésame 940, Televisa Radio y Grupo Televisa.

También se podrá leer el concepto, características, componentes, historia y transformaciones que ha sufrido a lo largo del tiempo **la opinión pública**.

♣ **2do Capítulo:** en este capítulo se conseguirá leer la técnica aplicada a este trabajo, las variables sociodemográficas y características que se tomaron en cuenta para la selección de la muestra de población. Además de desglosar lo más detallado que se pueda el sistema que como institución es Televisa tomando en cuenta para éste estudio su código de ética, principios de conducta, políticas de grupo Televisa; misión, visión y valores de la estación Bésame 940.

♣ **3er Capítulo:** en este capítulo podremos encontrar el proceso que se llevó a cabo para la metodología de esta investigación que servirá para diseñar y elaborar el instrumento de este trabajo, es decir en estos apartados se puede leer el proceso para la elaboración del cuestionario piloto y final.

Para ello se recurrió a la elaboración de la tabla de operacionalización, los criterios de arbitrariedad y de aplicación del cuestionario, reporte del levantamiento y la interpretación de la prueba piloto todo esto, para que al concluir el capítulo se tenga ya un cuestionario final, listo para la aplicación final a la población muestra.

También en este capítulo se pueden leer las hipótesis planteadas en el trabajo, derivando en hipótesis nula e hipótesis alternativas; además de las variables que se aplicarán en esta investigación.

♣ **4to Capítulo:** el contenido de éste apartado nos habla sobre todo lo relacionado con el levantamiento, vaciado y análisis de resultados, teniendo primero que definir conceptos como población y radioescuchas, esto para un mejor entendimiento de la investigación.

Además podemos encontrar qué tipo de levantamiento se aplicó (en este caso la encuesta telefónica), la estrategia y el tiempo de aplicación que se definieron para la realización de este trabajo.

También en este capítulo podremos ver el procedimiento de vaciado de datos, el reporte del levantamiento de datos, la bitácora y la interpretación de resultados.

*El presente estudio no pretende contestar todo lo que pasa en las estaciones de radio, ya que cada estación tiene un formato y un contenido diferente, los resultados obtenidos sólo se pueden aplicar a éste estudio de opinión pública con características especiales. Si es de su interés conocer el proceso, conceptos y teorías que se aplicaron para la realización de ésta investigación deberá leerse con cuidado y detenimiento.

capítulo 1

CAPÍTULO 1 “Marco Teórico”

El presente capítulo es un resumen de los materiales brindados en el Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública, realizado en el año 2007 en la FES Acatlán, respecto a la investigación realizada preguntando la opinión pública de los radioescuchas de la estación Bésame 940, perteneciente a Televisa Radio; respecto a su formato y contenido.

1.1.- Teoría General de Sistemas

Al especialista en comunicación le interesa el concepto general de organización, orden, complejidad de los sistemas de comunicación; desde este punto de vista, la forma de medida de las señales que ha desarrollado la Teoría de la Información es sólo una variedad de cálculo más, entre otras posibles. Al especialista en comunicación más que la medida cuantitativa de la información le interesa conocer el uso que los actores hacen de la organización de un sistema de señales, con fines comunicativos, en el marco más amplio de un sistema de comunicación.

La Teoría General de Sistemas nos define primeramente lo que es como tal un sistema, entendiendo con ello al conjunto de elementos organizados, ya que un elemento es necesario para que el sistema permanezca como tal.

1.1.1.- Sistema como Entidad Real.

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, que se constituyen por la concurrencia de más de un elemento; la diferencia pues entre ambos consiste en que el conjunto de los elementos de un sistema muestra una organización la cual carecen los elementos del agregado.

A los elementos que se organizan en un sistema, Manuel Martín Serrano los denomina, a partir de ahora, componentes del sistema.

Algunos ejemplos de un sistema pueden ser una melodía, un desfile militar o los movimientos del juego de ajedrez, mientras que una nube de langosta, los movimientos de un ataque epiléptico y los ruidos parasitarios en la radio son ejemplo de los “agregados”.

1.1.2.- Sistema como Método de Análisis.

a) Definición de análisis sistemático

A nivel metodológico, el término «sistemático» se opone al término «asistemático». El análisis sistemático de un conjunto de elementos se caracteriza porque se propone explicar la organización del objeto de estudio.

b) Requisitos que debe reunir el objeto de estudio para que sea posible el análisis sistemático:

El requisito previo necesario para que sea posible un estudio sistemático es que el objeto posea alguna organización, es decir, que sea un sistema a nivel real.

La comunicación puede ser estudiada sistemáticamente, porque es un objeto organizado de estudio. Conviene definir de modo más preciso posible el concepto de «organización» que aquí se propone:

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

- 1) han sido seleccionados;
- 2) se distinguen entre sí;
- 3) se relacionan entre sí;

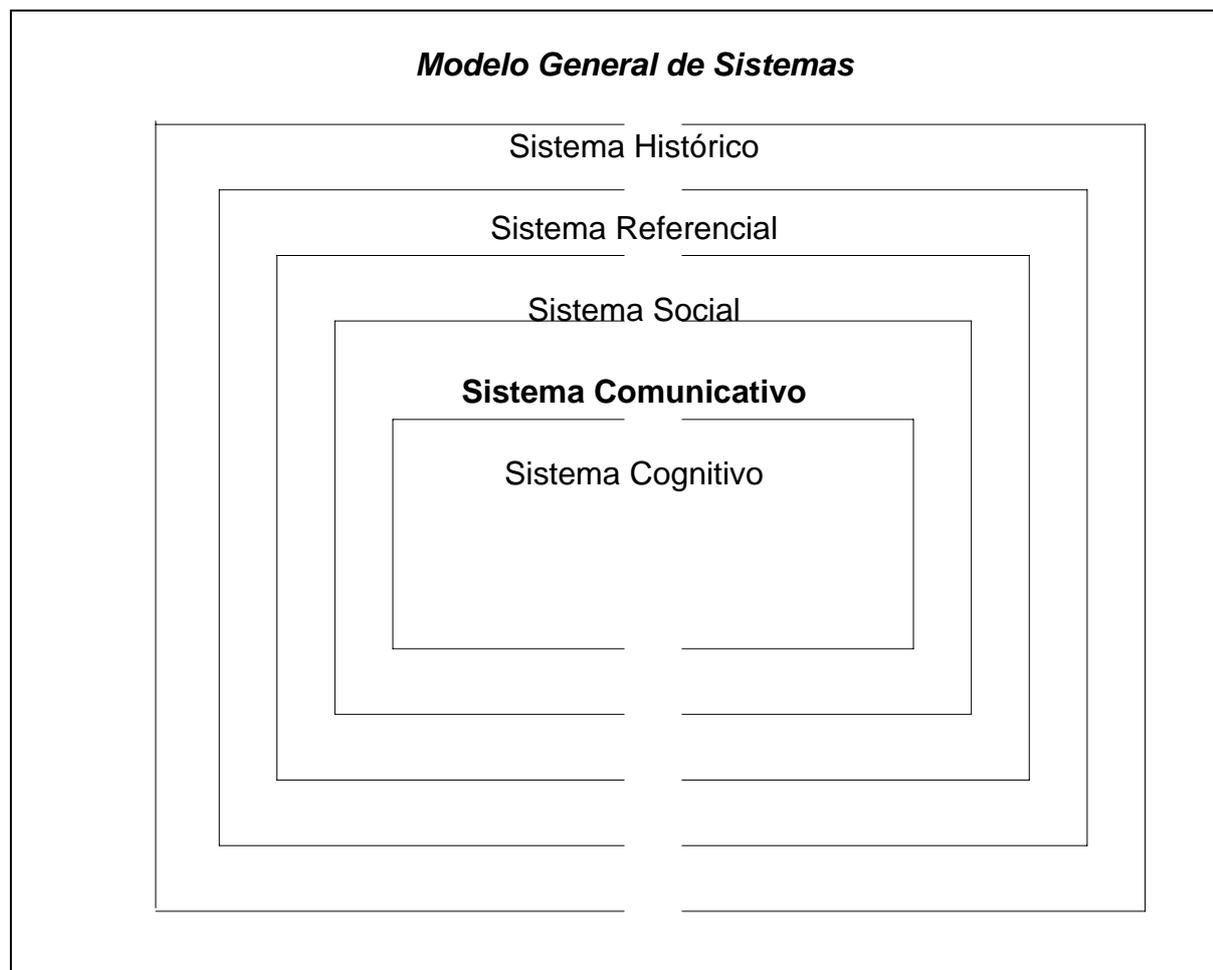
De tal modo que esas características pueden ser explicadas como una consecuencia de su pertenencia al sistema.

El estudio de la organización de los sistemas consiste en saber cuáles son los componentes; es decir: qué selecciona cada sistema, cómo se distinguen de otros cada uno de los elementos, qué relaciones mantienen en el sistema los elementos, todo para que varios de los sistemas que por ser abiertos sean calificados como sistemas interactuantes o multiafectados.

El conocimiento de los componentes implicados de forma obligatoria u optativa en un sistema, de sus diferenciaciones estructurales o funcionales y de las dependencias solidarias, causales o específicas que les relacionan, permiten saber cómo es y cómo funciona el sistema¹. Se comprende que para alcanzar un conocimiento analítico tan sistemático se requiere un trabajo

¹Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia*. México, ENEP Acatlán, UNAM, 1991.

previo de mucha extensión, por lo que mientras deberá conformarse con representaciones del sistema parcial o imperfecta, en las cuales puede faltar el reconocimiento de algún componente, de alguna diferenciación o de alguna dependencia. En cualquier caso, por trabajosa y larga que resulte la tarea de análisis, se sabe que si el objeto de estudio es efectivamente un sistema hay un modelo que puede describirlo.



Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación. Epistemología y Análisis de la Referencia. México, ENEP Acatlán, UNAM, 1991.

El Sistema de Comunicación [SC] no es completamente autónomo; funciona abierto a las influencias exteriores de otros sistemas no comunicativos. Las influencias de los sistemas *no* comunicativos controlan en mayor o menor grado el funcionamiento del sistema de comunicación. El control se ejerce sobre todos y cada uno de los componentes. A su vez, el propio sistema de comunicación afecta al funcionamiento de los otros sistemas con los que está relacionado. El Sistema Social [SS] constituye aquel otro sistema respecto al cual se establecen las relaciones de interdependencia más importantes.

1.1.3.- Elementos del Sistema de la Comunicación

Este sistema se desprende como se menciona anteriormente del modelo de la cebolla, específicamente hablando del sistema social, ya que una de los requisitos de la comunicación es tener como mínimo dos actores, que complementen el proceso comunicativo.

El sistema comunicativo esta constituido por cuatro elementos a continuación se presentan los elementos que Manuel Martín Serrano maneja y a través de los cuales define uno a uno los mismos:

Actores: 1) Son actores las personas físicas que en nombre propio o como portavoces o representantes de otras personas, instituciones, grupos u organizaciones entran en comunicación con otros actores; independientemente si lo que dicen es verdad o mentira.

2) Son actores las personas físicas por cuya mediación técnica, unos actores pueden comunicarse con otro siempre y cuando los otros actores modifiquen los datos de referencia proporcionados por los actores, es decir, que se obtenga una respuesta.

Instrumentos: 1) Se entiende por instrumentos a todos sois aparatos biológicos o instrumentos tecnológicos que pueden acoplarse a otros aparatos biológicos o tecnológicos para obtener la producción e intercambio en la recepción de señales.

2) Los instrumentos tecnológicos pueden acoplarse a cualquier otro aparato y se dividen en:

Amplificadores.- los que amplían pero no modifican la señal, por ejemplo, el micrófono

Traductores.- son aquellos que cambian o traducen la señal, por ejemplo la radio, el altavoz, etc.

Expresiones: para que exista una expresión se necesita que un actor dote de posibilidades o convierta una sustancia transmitiendo algo en sustancia informada. Se entiende por sustancia cualquier cosa de la naturaleza, objeto fabricado o cualquier organismo vivo.

Sustancia + Información + Trabajo Expresivo = EXPRESION
--

Representaciones: conjunto de datos proporcionados por un producto comunicativo en un modelo de referencia que posee algún sentido para el usuario o usuarios de esa representación.

Así pues podemos decir que este proceso comunicativo, nos lleva a un subsistema del mismo, en este caso podemos hablar del subsistema de opinión pública, señalado y analiza posteriormente.

1.2.- Teoría de la Mediación Social

a) Criterio para determinar los componentes diferenciados en el 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. A partir de ahora se expresará esta distinción entre los componentes, como diferenciación.

b) Clases de diferenciaciones:

La diferenciación en el interior de un sistema puede ser:

- Estructural. Existe, al menos una configuración o estado del sistema en la cual la existencia de ese componente es necesaria para que ocupe al menos una de las posiciones que presenta esa configuración, sin que en esa configuración tal/es posición/es pueda/n ser ocupada/s por otros componentes.
- Funcional. Existe, al menos una configuración o estado del sistema, en el cual la existencia de ese componente es necesaria para que asuma al menos una de las funciones que contiene ese estado, sin que en ese estado tal/es función/es pueda/n ser asumida/s por otros componentes.

c) Distinción entre diferenciación y heterogeneidad de los componentes del sistema.

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

sistemas que se estudian en ciencias sociales suelen estar constituidos por elementos heterogéneos.

d) Indicadores del tamaño del sistema.

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; a partir de este tamaño, la apreciación es relativa: será grande (respecto a un sistema que diferencian componentes) aquel otro que posea al menos $n + 1$ componentes.

1.1.3.3 Las relaciones entre los elementos componentes de un sistema

a) Criterio para determinar los componentes dependientes en el 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. A partir de ahora, se expresarán estas relaciones como dependencias, indicando con ello que el estado de cada componente del sistema se ve afectado por otro u otros componentes y viceversa.

b) Clases de dependencias

Las dependencias que pueden existir entre los componentes del sistema pueden ser:

- Solidarias (Interdependencia \leftrightarrow) b). Cuando el cambio del componente significa necesariamente que le antecede, acompaña o sucede el cambio de otro u otros componentes (y viceversa).
- Causales (determinación a \leftarrow) b). Cuando el cambio del componente significa necesariamente que le antecede, acompaña o sucede el cambio de otro u otros componentes, pero no a la inversa.

- Específicas (covariación, asociación, correlación a - - - - b). Cuando el cambio del componente significa que algunas veces cambian otro u otros componentes, pero no necesariamente, y viceversa.

c) Formas de afectación de las dependencias

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

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

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

d) Indicadores de la constricción del sistema

La distribución que existe en el sistema entre relaciones de carácter específico, por una parte, y de carácter solidario o causal, por otra, es un indicador de la constricción que caracteriza a la organización del sistema. El sistema más constreñido sería aquel en el cual todas las relaciones que existen entre sus componentes fuesen solidarias. A medida que las relaciones solidarias dejen paso a relaciones causales, disminuye la constricción. El sistema menos constreñido sería aquel en el cual todas las relaciones que existen entre sus componentes fuesen de carácter específico.

El análisis efectuado permite ofrecer una definición de los sistemas como aquellos conjuntos constituidos por componentes implicados, diferenciados y dependientes. El análisis sistemático puede definirse como 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.

1.1.4 Sistema Finalizado

Una vez identificados los componentes se puede definir a los sistemas como: "Aquellos conjuntos constituidos por componentes implicados, diferenciados y dependientes"².

Para que se puede definir como un sistema finalizado deben tener la siguiente característica: "que su organización y/o funcionamiento puedan modificarse por la intervención del hombre"³.

1.2.1 Niveles de los que da cuenta el Modelo General de Sistemas

El modelo que se ofrece incluye:

a) A nivel del propio sistema de comunicación: aquellos componentes que, por su naturaleza están implicados en el sistema comunicativo (aunque puedan formar parte de otros sistemas distintos).

Actores de la comunicación.

Expresiones comunicativas.

Representaciones.

Instrumentos de comunicación.

b) A nivel de otros sistemas a los que está abierto el sistema de comunicación:

- El sistema de objetos de referencia de la comunicación.

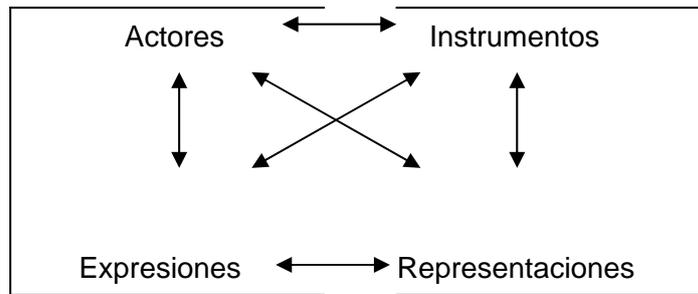
- Las intervenciones y mediaciones originadas en el sistema social, que controlan a cada uno de los componentes del sistema comunicativo y al sistema en su conjunto.

1.2.2 Componentes pertenecientes al Sistema de Comunicación

El espacio recuadrado contiene los componentes que por su función se incluyen en el interior del Sistema Comunicativo [SC]:

²Martín Serrano Manuel, et.al. TEORÍA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN. Epistemología y Análisis de la Referencia.

³ Idem 107



1.2.2.1 Actores

a) 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.

b) 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.

El sistema de objetos de referencia incluye todo aquello a propósito de lo cual cabe comunicar mediante el manejo de datos de referencia.

1.2.2.2 Instrumentos

Los Instrumentos de la Comunicación ya han sido definidos como todos los aparatos biológicos o tecnológicos para obtener la producción, el intercambio y la recepción de señales.

Los Instrumentos de Comunicación se organizan en sistemas de amplificación y de traducción de señales, constituidos por un órgano emisor, un canal transmisor y un órgano receptor, como mínimo.

1.2.2.3 Expresiones

Recordaremos brevemente el concepto de sustancia expresiva y de expresión:

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

Una sustancia está informada cuando puede presentar diferencias perceptibles o puede adoptar diferentes estados perceptibles y algunas de esas diferencias o de esos estados designan algo para alguien. Cada variedad o estado distinto (respecto a otra variedad o estado) es una expresión (distinguible respecto a otras expresiones).

Las relaciones que existen entre los distintos estados expresivos y las distintas designaciones se denominan articulaciones.

1.2.2.4 Representaciones

La representación, en el campo de la comunicación, actúa organizando un conjunto de datos de referencia proporcionados por el producto comunicativo, en un modelo que posee algún sentido para el usuario o los usuarios de esa representación.

- La mera aparición de datos de referencia perro, niño, morder no es una representación ni tiene sentido.
- La organización de esos datos según la variante perro muerde a niño, o bien niño muerde a perro, corresponde a modelos diferentes que poseen sentidos distintos.

Las representaciones pueden diferenciarse según su uso:

- a) Representaciones que son modelos para la acción. Dan a la información un sentido que afecta al comportamiento.

1.3 Teoría de la Mediación Social

A continuación se presenta la definición de mediación social, características, instancias mediadoras, planos de la mediación y modelos mediacionales que maneja Manuel Martín Serrano.

1.3.1 Definición de Mediación

Es la actividad que impone límites a lo que puede ser dicho, y a las maneras de decirlo, por medio de un sistema de orden.

Cada sociedad está interesada en transmitir y conservar el conjunto de sistemas de orden mediante los cuales impone una determinada visión del mundo. "Se trata de que el sistema de orden no cambie, aunque cambien los objetos que sirven para transmitir el repertorio de mensajes" ⁴.

Tal teoría permite darle un orden a las cosas, hechos, objetos y conceptos que se han estado dando de acuerdo al grado de desarrollo de las sociedades occidentales. Este orden se puede formalizar en modelos que Serrano nombra Modelos Mediacionales.

La Mediación suele encomendarse a instituciones culturales, científicas y profesionales.

Cuando el mediador introduce un modelo de orden entre las cosas, para ofrecer una visión estable del mundo se produce un cambio importante. La formación 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.

1.3.2 Instancias Mediadoras

Todas las instancias normativas podrían ser estudiadas desde el punto de vista de la Teoría de la Mediación, en cuanto mediadoras en los procesos sociales.

- La clase social como instrumento de mediación entre la estructura de producción y las relaciones de producción.
- La política como un instrumento de mediación entre los recursos y las aspiraciones.
- La educación como un instrumento de mediación entre los recursos y los comportamientos.
- La psicoterapia psicoanalítica como un instrumento de mediación entre los instintos y la socialización.

⁴ Martín Serrano, Manuel. La Mediación Social. p. 54

1.3.3 Modelos Mediacionales

Se afirma que un modelo es comparable a un código porque:

1. Puede interpretarse como un mero sistema codificante que significa lo mismo que una estructura.
2. Si todo modelo en un código entonces significa lo mismo que coerción.

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.

El modelo de coerción explica que el modelo es una forma de tomar partido acerca de lo que ocurre, lo que equivale a decir que el código e ideología son términos que designan en este contexto, la misma cosa.

Tal información contenida en un modelo de mediación indica los grados de libertad de las definiciones de la realidad, de las interpretaciones alternativas que puede tener un miembro de una comunidad respecto al significado del acontecer, respetando el código.

La significación del código como control social es una constante cultural.

En la medida que el mediador utiliza los mismo supersignos para PENSAR y ACTUAR. Orden equivale al modo establecido para entenderse con el mundo.

La disonancia ha sido descrita por Festinger (1957) como un estado de incomodidad o tensión producido por la concurrencia de dos elementos cognoscitivos igualmente aceptados por el sujeto, que lleva a los sujetos afectados a realizar algún esfuerzo por restablecer la consonancia.

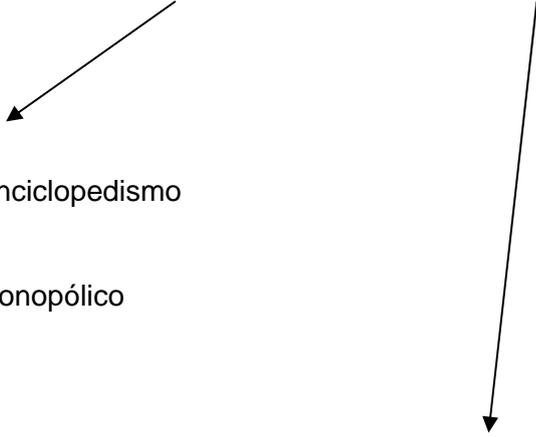
Un elemento cognoscitivo es cualquier opinión o creencia acerca del ambiente, de uno mismo o de la conducta de uno mismo⁵.

Ejemplo: A y B son disonantes si uno implica la negación del otro por ejemplo, la tecnología antifecundatoria es disonante respecto a las normas católicas de procreación para un creyente.

La mediación se propone como el análisis histórico de las relaciones sociales.

⁵ Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública Módulo 2 impartido en la FES Acatlán 2007

Hay cuatro modelos culturales y cuatro sociales:

- 
- Medieval
 - Ilustración o enciclopedismo
 - Capitalismo
 - Capitalismo monopólico

- Mosaico
- Jerárquico
- Articular
- Latente o Abstracto

Material proporcionado en el Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública Módulo 2 impartido en la FES Acatlán 2007

MODELOS SOCIALES

Ideología que se utiliza para interpretar al mundo

Mosaico → Datos desunidos, unos junto a otros

Jerárquico → Datos dependientes

Articular → Cambio de códigos para transmitir los mismos datos

Latente o Abstracto → Oculta los datos

MODELOS CULTURALES

Interpretación. Historia de acontecer

Dios —————> Obra de Dios

Razón —————> Ciencia experimental

Capitalismo ———> Desarrollo tecnológico

Capitalismo monopólico —————> Medio artificial

1.3.4 Planos Mediacionales

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

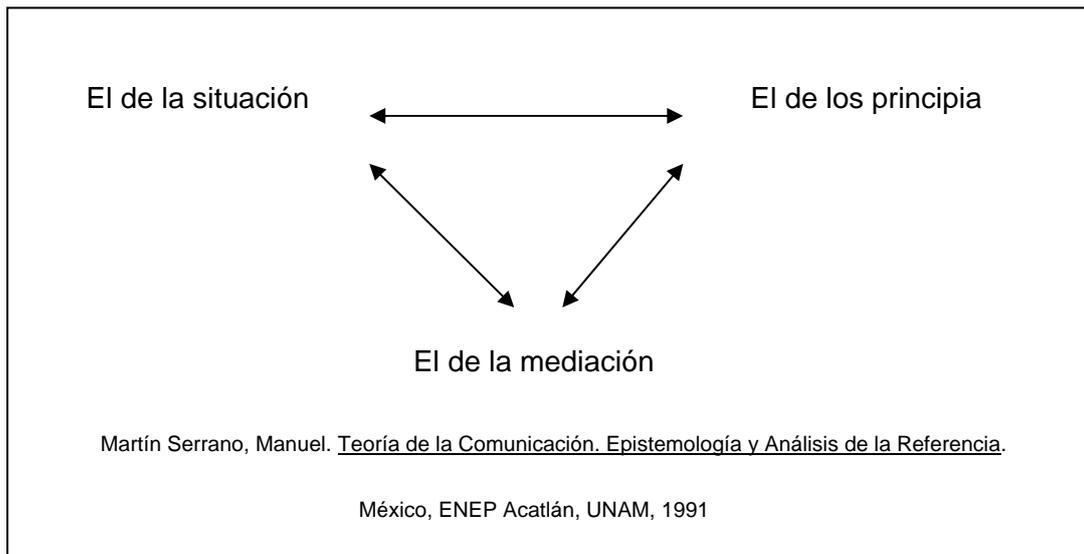
Plano de la situación: está constituido por los cambios que el acontecer opera en la realidad social, un suceso que afecta al grupo, una norma que cambia, un código nuevo, etc.

Plano de los principios: constituido por las circunstancias cuya preservación es fundamental para la preservación 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.

En el siguiente cuadro se ejemplifican los planos mediacionales y la correlación que existe entre los mismos.

PLANOS MEDIACIONALES



1.4. La Opinión Pública

La Teoría General de Sistemas, Teoría de la Mediación y Teoría de la Comunicación aportan hasta este momento los conceptos necesarios para identificar a la Opinión Pública como un subsistema de la Comunicación, así como para establecer los elementos que componen lo que se considera un sistema y por tanto, objeto de análisis.

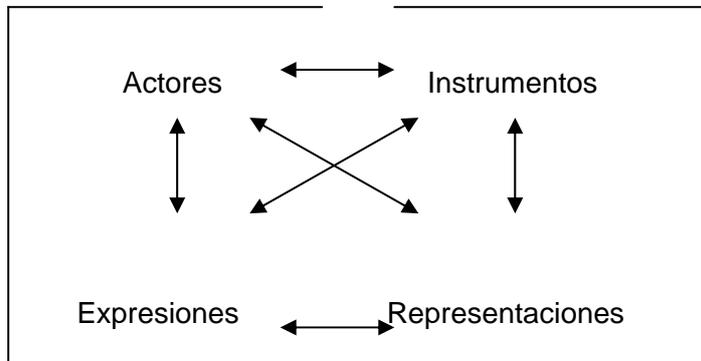
1.4.1 Definición de Opinión Pública

La Opinión Pública es el conjunto de expresiones (que no necesariamente tienen la misma dirección, ni intensidad) producida por los actores (miembros de un grupo social específico) a través de instrumentos de comunicación para generar representaciones sobre un referente público.

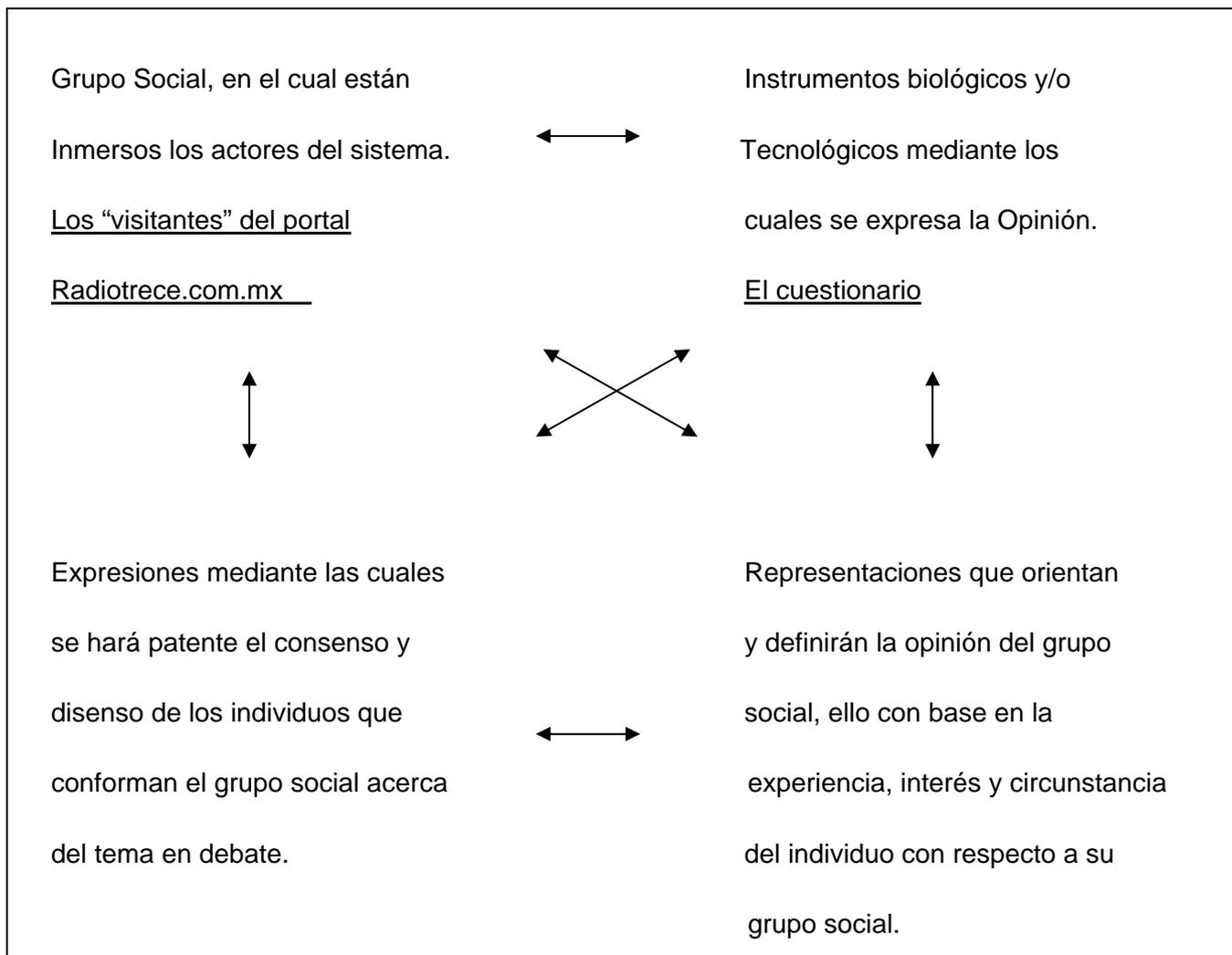
La Opinión Pública se observa a través de la expresión y permite el consenso o disenso de los asuntos de interés público.

La Opinión Pública sólo puede ser ejercida, entendida y analizada por el grupo social a partir de la **expresión**.

Para estudiar a la Opinión Pública dentro del Sistema Comunicativo, es necesario reconocer que es un subsistema perteneciente al Sistema Comunicativo, ya que comparte con él a sus elementos estructurales (Actores, Instrumentos, Expresiones y Representaciones), pero las Expresiones les dan sentido de pertenencia al sistema comunicativo.



1.4.2 Componentes del Sistema Opinión Pública



1.4.3 Características de la Opinión Pública

- Cumple con la condición de ser una entidad real.
- Los elementos que la constituyen como sistema son: Actores, Instrumentos, Expresiones y Representaciones.
- Es un tipo de expresión (con las características que estableció Sócrates) por lo que es un subsistema del Sistema de la Comunicación.
- Está conformada por opiniones de individuos que no necesariamente tienen la misma dirección, ni intensidad.
- Se da entre los miembros de un grupo social.
- Tienen como referentes a los temas públicos.

1.5 Historia de la Opinión Pública⁶

En el siguiente apartado se explica la historia de la Opinión Pública en las diferentes etapas, como fue evolucionando desde la comunidad primitiva, hasta la actualidad y como llegar a ser un objeto de estudio.

1.5.1 La Opinión Pública en la Comunidad Primitiva

La comunicación humana es una conquista de la evolución humana que ha permitido desarrollar una vida social que a su vez se ha sobrepuesto dialécticamente al individuo concreto.

Como lo han mostrado las ciencias sociales y demostrado las biológicas.

- La comunicación es una conquista de la evolución de las especies.
- Éste tiene como principal función contribuir a la permanencia y desarrollo de la vida, ya en el nivel filogenético (de especie) como el ontogenético (de individuo).

Además de estar presente en todas las sociedades que han existido, es un elemento estructurante de la personalidad del hombre.

Permite la transmisión de las costumbres, hábitos de las actividades y de los avances en las diferentes razas.

⁶ Material proporcionado por la Lic. Olga Gallo Romo dentro del Seminario Taller Extracurricular de Opinión pública impartido en la Fes Acatlán.

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

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

Sino es precisamente su capacidad para aprender de su entorno, y así no sólo saciar sus necesidades básicas.

Sino también buscar formas de trascendencia espiritual.

Todo lo anterior lleva a caracterizar a la Opinión Pública dentro de este periodo primitivo como fenómeno y no como objeto de estudio, pues surge desde el inicio del grupo social, que es precisamente en lo que se denomina Comunidad Primitiva.

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

- La protección de los individuos frente a la naturaleza.
- El abastecimiento de alimentos.
- La posesión de un territorio.

Se clasifican en los rubros de sobrevivencia

Para recapitular sobre este periodo, se deja por argumentado que:

a. En cuanto a los referentes de interés común:

- La realidad de la muerte estimuló, desde el Paleolítico Inferior, alguna forma de pensamiento sobre la continuidad de la vida no física del individuo, lo que propició la construcción de enterramientos no naturales.
- La visualización de los restos del arte paleolítico permiten establecer los principales referentes comunicativos acerca de los animales, los hombres, el tiempo.
- Desde que el hombre llega a tener conciencia de sí mismo y del medio que lo rodea, siempre ha tenido como referente a la muerte, a la que se representa de múltiples maneras, ya sea de manera simbólica o a través de ceremonias religiosas y espirituales.
- La escultura neolítica parece estar directamente relacionada, por lo menos en sus inicios, con las prácticas funerarias.
- Las tres temáticas que afectaban al grupo social – y sobre las cuales había que llevar a cabo un consenso – son la protección de los individuos frente a la naturaleza y otros grupos del abastecimiento de alimentos y la posesión de un territorio aspectos que se clasifican en el rubro de la sobrevivencia y conservación de la incipiente propiedad privada.

b. En lo referente a los roles de los actores de la Comunicación se puede mencionar que:

- Las primeras muestras de la cultura humana se tienen en el periodo paleolítico.
- Se atribuye a los neandertales formas avanzadas de comportarse y pensamiento simbólico.
- El homo sapiens apareció en el periodo paleolítico superior y significó un paso definitivo en su desarrollo lo que le condujo a crear o a perfeccionar una red de relaciones de tipo simbólico que le hablaban de consentir una comunicación con lo inmediato (lenguaje) y con lo trascendente (magia, religión).
- 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 comunicativos y las construcciones defensivas.

c. En lo tocante a la forma en que llegaban a los consensos; se señala:

- Al conformarse la humanidad en los albores de las comunidades primitivas, se desarrolla el primer y más arcaico sistema estamental en el cual ya existe un código de referencia común entre todos los integrantes de dicho grupo social.
- La llamada libertad civil colectiva permite la protección, alimento y territorio, a través de la creación, desarrollo y consolidación de un Estado como conformación política, económica y social.

De manera general se puede decir que:

1. La Opinión Pública, en su aspecto fenoménico, se origina y realiza al interior de la vida social de los grupos humanos y de esta forma tiene pertenencia en estos grupos.
2. La Opinión Pública en esta etapa, se presenta como fenómeno que cumple una función de carácter comunicativo, no ejecutivo sino expresivo, con capacidad simbólica, ya que rescata la capacidad natural del hombre para comunicarse no sólo acerca de presente, sino también sobre ideas y sucesos del pasado y del futuro, con lo cual se ahorra energía y se cumple una función de carácter social de producción y reproducción tanto de ideas como de bienes.

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

La sedentarización del hombre trajo consigo cambios sustanciales en la forma de concebir al mundo.

El cuidado del entorno ecológico se convirtió en un apremiante, pero a la vez decayó en la depredación del medio, conforme fueron creciendo las comunidades.

El medio ambiente es un tema de interés público.

El tiempo del desarrollo se torna consciente de su propia existencia y de su separación de los demás seres de la naturaleza de la naturaleza, lo que condujo a crear o a perfeccionar una red de relaciones de tipo simbólico que le habían de consentir una comunicación con lo inmediato (lenguaje) y con lo trascendente (magia, religión).

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

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

1.5.2 Mesopotamia

Significa país o lugar entre dos ríos, por que se asentó entre las cuencas del Tigris y Éufrates. Fue el resultado de varios pueblos asentados en el Próximo Oriente y la primera cultura en la historia por la aparición de la escritura. Su evolución se remonta a la prehistoria y protohistoria (antes de la historia). Se distingue de otras culturas por su aportación a la escritura con el Poema de Gilgames y el Código de Hamurabi.

- ✓ Creían en la vida y en la muerte, pero no en una vida después de morir.
- ✓ La sobrevivencia que tenían estaba ligada a la caza, la pesca y la recolección de frutos.
- ✓ Algunos referentes de esta cultura se plasman en paredes y cuevas: animales: ciervos, cabras, venados, caballos; y figurillas humanas.

Se habla que existen tres grandes periodos del Imperio Mesopotámico

- ✓ Sumerio-Arcadio (3000-2340 a. J.C.) Se erigieron ciudades como: Ur, Uruk, Mari.
- ✓ Reinado de Nabucodonosor (605-562) Mesopotamia se convierte en el centro del mundo. Se constituye la majestuosa Ciudad de Nínive.
- ✓ Periodo de decadencia Se da la conquista de los persas a Mesopotamia.

En el siglo XIX (1849-1850) se descubrieron las ruinas del palacio de Nínive, donde se encontró la biblioteca de Assurbanipal con más de 26 mil tablillas, en donde se concentraba todo el saber de babilónicos y asirios.

Por estas inscripciones se supo que la fastuosa Babilonia poseía:

- ❖ 53 templos dedicados a dioses
- ❖ 55 al Dios Marduk
- ❖ 300 a deidades de la tierra y 600 a las del cielo

Mesopotamia entra en la historia en el paso de IV al III milenio. De esta época datan las primeras tablillas de escritura pictórica, halladas en Tell Abu Salabij. En estas tablillas se recogen no sólo transacciones comerciales, sino mitos, himnos, construcciones pedagógicas e historia.

A diferencia de la cultura egipcia, que tenía su fundamento en una vida más allá de la muerte, la mesopotámica negó toda posibilidad ultraterrena. Por ello las formas artísticas surgieron como exaltación del poder temporal, encarnado por el rey.

En el poema épico del Gilgames, En Kkidu fue creado el barro por la diosa Ururu para destruir a Gilgames. Uno de los temas principales es la concepción de la muerte como condenación, como infierno. Ningún cuerpo humano, ni el de héroes como Gilgames, perduraría en el más allá.

El arte desarrollado en Mesopotamia difiere de otras culturas, responde más a una estética hedonista, con predominio de los sentidos, que del intelecto. Las expresiones son demanda del Rey, nunca del pueblo pobre y hambriento.

Los referentes públicos son la exaltación de los triunfos y glorias, denominación de los pueblos y la guerra, poder ejercido por los Reyes, opresión a otros pueblos, diferencias sociales entre los pobladores, la religión utilizada como forma de dominación y la vida terrenal.⁷

No es extraño que las tumbas no adquieran especial relevancia en el arte mesopotámico, aunque no significa que la muerte no les angustie y que los héroes mitológicos busquen las hierbas de la inmortalidad.

Los dioses eran seres que podían intervenir en las cosas de los hombres; 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 gobernantes eran sólo administradores de las divinidades.

La cultura mesopotámica, al igual que otras culturas siempre creyó en seres superiores que no son terrenales, sino más bien divinos. El poderío a veces irracional de los reyes generó una

⁷ Material proporcionado en el Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública Módulo 2 impartido en la FES Acatlán 2007

nueva clase social reconocida y respetada: la burocracia que trabajaba en palacio, conocidos como “hijos de palacio”, enviados por las clases más desprotegidas.

1.5.3 La Opinión Pública de la Comunidad Egipcia

La creación del mundo es el acontecimiento que genera la compleja red de divinidades egipcias.

La primera cosmología que se elaboró para construir un verdadero sistema teológico fue la del santuario de Heliópolis, que tuvo en el número nueve un sistema de ordenación.

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

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

Estrechamente ligado al dios halcón Horus, primer dios de Estado Egipcio, el faraón (término que no se usó para designar al rey hasta el primer milenio, cuando su figura ya no despertaba el respeto o la veneración de las épocas clásicas) estaba más cerca de los dioses que de los hombres: era un ser omnisciente y de bondad absoluta, que procuraba el bien de los súbditos, protegiendo al débil y haciendo que reinase la justicia. Su venida significaba la renovación de la primera creación, el restablecimiento del equilibrio de la naturaleza. Cualquier cambio en el trono no era pues, en Egipto, algo exclusivamente temporal, sino de orden cósmico. A la muerte del faraón, el caos amenazaba el orden del universo.

En relación a la estructura social egipcia, el personaje que ocupaba el máximo rango social era el rey, quien era tenido por un dios o emisario de un dios y, por tanto, digno de adoración.

La historia egipcia se inicia hacia el año 3000 (final del periodo predinástico), con una primera dinastía de 2920 a 2770 a. 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.

El inicio de cada reinado suponía la vuelta al principio al año I, sería necesario conocer la duración exacta del reinado de todos los faraones para precisar la fecha de cualquier acontecimiento.

Para adentrarse y comprender el mundo egipcio es fundamental tomar en consideración la cronología, y más aún si se tiene en cuenta que los egipcios no poseían un sistema cronológico único, ni tan siquiera continuo.

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

La civilización egipcia muestra la complejidad de una cultura que nació en el tercer milenio anterior a la era actual y pervivió durante aproximadamente tres mil años.

En cuanto a los roles de los actores de la Comunicación se puede mencionar que:

- ⇒ El imperio antiguo fue cuando se asentaron los principios que luego definirían la cosmovisión egipcia: la lengua, la religión, las instituciones. Es la época en la que la piedra, en las construcciones oficiales desbancó por completo el adobe; la época en la que se levantaron las grandes pirámides y los templos solares, en la que se desarrolló la estatuaria, el relieve y la pintura, y en la que proliferaron las tumbas.
- ⇒ Entre las aportaciones más importantes de esta cultura cabe destacar la escritura jeroglífica, heredada por los sumerios.
- ⇒ Egipto es el imperio que ha perdurado durante un mayor lapso de tiempo en la historia de la humanidad.

En cuanto a los referentes de interés común en este periodo se encuentran:

- ⇒ La génesis de lo humano, representada en la creación del mundo que generó una compleja red de divinidades egipcias. La primera cosmología que se elaboró para constituir el sistema teológico fue la del santuario de Heliópolis, que tuvo en él número nueve un sistema de ordenación.
- ⇒ La religión, caracterizada por un rey que era tenido por un dios. El faraón era un ser omnisciente y de bondad absoluta, que procuraría el bien de los subsidios, protegiendo al débil y haciendo que reinase la justicia. Su venida significaba la renovación de la

primera creación, el restablecimiento del equilibrio de la naturaleza. Cualquier cambio en el trono no era algo exclusivamente temporal sino de orden cósmico. A la muerte del faraón, el caos amenazaba el orden del universo.

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

En lo tocante a la forma en la que llegaban los consensos:

- ⇒ Existe un poder real absoluto que se apoyaba en una rígida teología basada en la preeminencia del Dios Solar Ra, lo que hacía que la administración interna del país obedecía a una regulación muy estricta y escasamente flexible.
- ⇒ El clero tenía como función, por delegación real, asegurar el mantenimiento permanente de la creación y el equilibrio universal obtenido el primer día del mundo, gracias al cual se alejó el caos y se hizo posible la vida.

1.5.4 La Opinión Pública en el periodo de Grecia y Roma

El empleo de la Opinión Pública como un aspecto del gobierno democrático tiene una historia que se remonta a los griegos.

Los supuestos son:

- ① La comunidad y los controles políticos descansan en un cuerpo compuesto por los ciudadanos adultos y responsables de la comunidad.
- ① Estos adultos tienen el derecho y el deber de discutir los problemas políticos con la vista puesta en el bienestar de la comunidad.

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 a todos los integrantes del grupo social con derecho a opinar).

Comicios y Plebiscitos eran práctica democrática de uso más frecuente en Roma o, también, en charlas informales de los ciudadanos reconocidos (líderes de opinión) en los diversos ágoras de la ciudad.

De esta discusión puede resultar cierto grado de acuerdo. El consenso será la base de la acción pública, de esta manera, se supone que las opiniones de la mayoría tienen el control, pero las minorías reciben protección.

1.5.5 La opinión Pública en la Edad Media

En la Edad Media el representante de la Opinión Pública cambió notablemente al perder su relevancia política a cambio de la religiosa. La Opinión Pública disminuyó su matiz político preponderante en los siglos de dominación romana y lo confundió con el religioso.

Un ejemplo de ello son las ideas religiosas que denominaban como es el caso de la frase histórica tan bien conocida hasta nuestros días: “bienaventurados los pobres porque de ellos será el reino de los cielos”.

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 insta a 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.

Los siervos, y en general del grupo social, aceptaban y no replicaban: ¿Para qué discutir los asuntos políticos si en esta vida sólo se está de paso?, así que se daba por hecho que a los únicos que debía de incumbirles las decisiones sobre el ejercicio y la preservación del poder político era a la parte minoritaria del grupo social conformada por la familia real. Por lo tanto, el único asunto de interés común a todo el grupo era la fe.

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

El elemento ordenador del hombre y de la naturaleza era Dios, éste disponía a través de sus representantes divinos en la tierra: los reyes o señores feudales.

Jesucristo en vida posee el poder de su padre, éste al morir se lo otorga a Pedro, la posesión de dicho poder significa que él será su representante en la tierra; Pedro al morir debe transferir

este poder divino a otro y así sucesivamente. De esta manera los reyes de la Edad Media legitiman el control absolutista del que hacían objeto a sus gobernados.

Finalmente, de este periodo interesa rescatar tres aspectos importantes que son:

- 1) El referente público más importante de la Edad Media fue la Fe (en su ámbito religioso), que vista como institución es la que asegura la sobrevivencia eterna de los individuos en esencia, en espíritu.
- 2) 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 público.
- 3) Los actores son los reyes o señores feudales y los representantes del clero quienes en la tierra eran los que representaban a Dios.
- 4) En cuanto a la forma en que se construyen los consensos, es importante mencionar que sólo intervenían los reyes, señores feudales y clero quienes imponían a los siervos los consensos tomados.

1.5.6 Periodo Histórico de La Ilustración

La Opinión Pública en El Renacimiento

En el mundo occidental la Edad Media tiene su fin aproximadamente en el siglo XV, a partir de este comienza la etapa que conocemos con el nombre de Renacimiento. Se le llama de esta manera porque en este periodo reconocen las artes, la ciencia y la tecnología que no habían encontrado cabida dentro del Medievo.

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

La libertad en una democracia está siempre equilibrada por un sentimiento de la responsabilidad individual, por los propios actos. Las premisas básicas de la democracia son que el 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 misma comunidad.

Es entonces cuando se vislumbra el establecimiento de nuevas formas de organización de Estado, en donde cede el derecho individual en busca del derecho social, en el cual todos los integrantes del grupo social están debidamente 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 libre expresión de ideas, que empezó a conceptuarse como tal en la Revolución Francesa y que posteriormente invadió al Nuevo Mundo con inclinaciones libertadoras, todo ello implicó que se valorará como un objeto de estudio y no solo como un fenómeno.

En el Renacimiento el valor de la Opinión Pública se liga estrechamente al concepto de democracia, ya que es a través de ésta que el poder político adquiera legitimidad. La Opinión Pública cobra un matiz preponderantemente político, y a diferencia de cómo se consideraba en Grecia y Roma, ahora es considerada un objeto de estudio dada la importancia que representa para lograr la cohesión de un grupo social y para la conformación e instauración de los nuevos regímenes políticos.

1.5.7 La Opinión Pública en la Época Liberal

Características del liberalismo:

⇒ El liberalismo abarca de la segunda mitad del siglo, XVIII aparece como la filosofía de la clase burguesa.

Se define por:

⇒ Su confianza en el hombre como ser racional y libre.

⇒ Por el progreso y la felicidad universal.

⇒ Por la creencia en una armonía natural y social.

⇒ Su visión individualista, pragmática y utilitarista de la vida.

La Revolución Francesa es la Revolución Liberal por excelencia y con ella triunfa la libertad de expresión.

La verdad y la justicia ya no dependen de poder establecido, sino de la sociedad, entendida ésta como un organismo de discusión libre donde todos pueden opinar, escuchar y plantear problemas.

Con la Revolución Francesa, la Opinión Pública, sale de los círculos ilustrados y llega a la calle, aunque haya que soportar ciertas opiniones contrarias a la revolución.

La expresión de la Opinión Pública es diversa, contradictoria, plural y persuasora sobre diversos temas que el grupo social considera atañen a la sobre vivencia del mismo grupo y que cobra la importancia para otros solo en la medida en que le afecten a otros grupos sociales, por lo cual cada grupo busca difundir, comunicar y persuadir a otros de la importancia de prever fenómenos.

Se traslada al terreno de la vida pública la idea de mercado y las leyes de la oferta y la demanda, también regulan el intercambio de opiniones. Las ideas de soberanía y participación política, el poder de la razón y la libertad de expresión serán encargadas de poner en funcionamiento el debate público.

El mercado se ha cambiado por.

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

Las características de los Individuos que pueden formar la Opinión Pública en aquel entonces era que debían saber escribir, compartir ideas para así poder llegar a formar una auténtica opinión pública, entre el ejercicio de los derechos civiles que a su sociedad regían se encuentra la libertad de expresión por medio de la cuál realizaban la difusión de ideas, discusión, o debate público que a su vez todo esto formaba la opinión publica.

COMUNICACIÓN- MEDIO DISCURSIVO

La reflexión es insuficiente para alcanzar la Opinión Pública; se requiere del: "Intercambio de Luces".

Difuso por no estar sujeto a procedimiento.

Así se permite reproducir en el ámbito social las restricciones que se aplican en la formulación de la voluntad general.

Mientras que en el debate parlamentario su momento decisivo y procedimental, mediante la votación, era evidente.

La voluntad general era identificable a través de la ley, aprobada por la mayoría.

La Opinión Pública susceptible a diversas interpretaciones.

Material proporcionado en el Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública Módulo 2 impartido en la FES Acatlán 2007

Es importante diferenciar entre:

OPINIÓN PÚBLICA

Manifestaba la opinión de "lo mejor para todos".

MEDIO DISCURSIVO

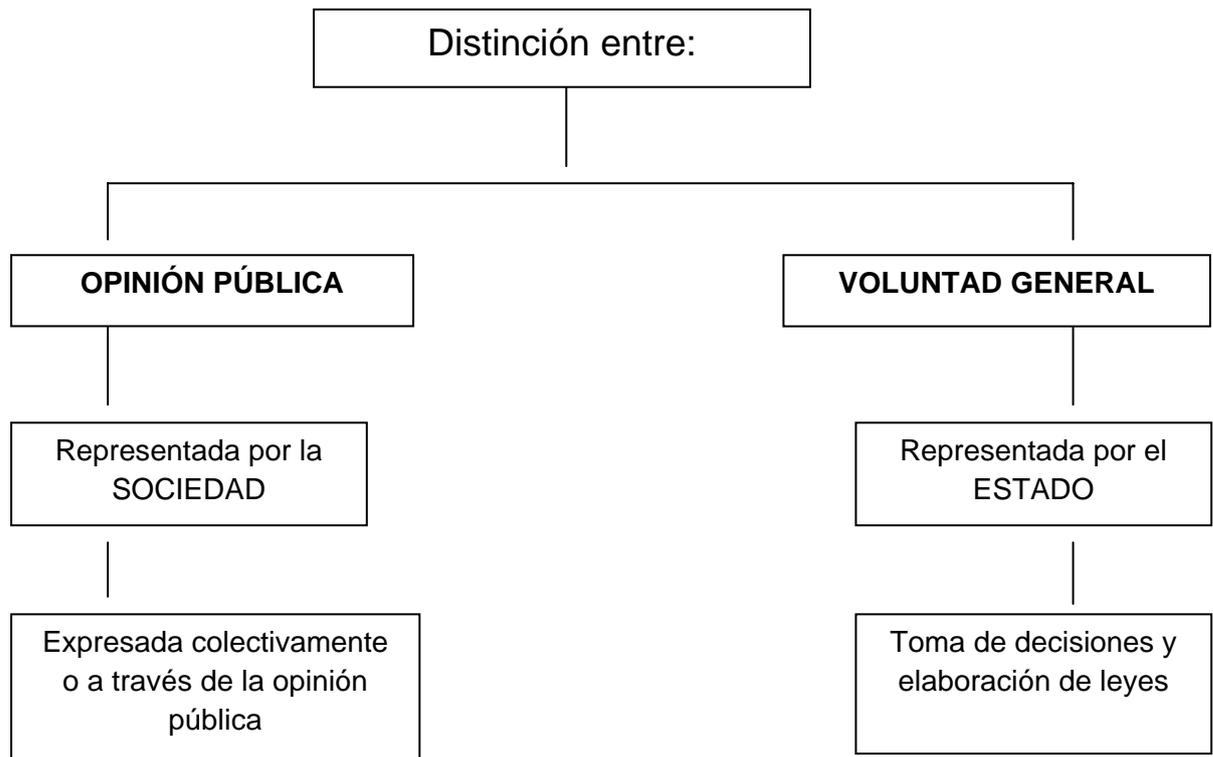
Emite ponerse de acuerdo en que es lo mejor para la nación.

OPINIONES

Mera doxa, conjeturas parciales y carentes de racionalidad.

POR LO TANTO: La discusión y la circulación de las ideas aseguraban la racionalidad.

Material proporcionado en el Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública Módulo 2 impartido en la FES Acatlán 2007



Material proporcionado en el Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública Módulo 2 impartido en la FES Acatlán 2007

Surge así el parlamento, al cual le corresponde en exclusiva dictar la ley: “Manifestar la voluntad general”. La participación de los individuos en una presencia mediata no directa, a través de la opinión pública, que el parlamento debe tomar en cuenta para determinar cuál era la voluntad general del pueblo.

La mal llamada democracia del liberalismo consistía en que sólo aquellas personas que no pudieran corromper se podían elegir y éstas son las que defienden el interés de la nación aunque esos intereses de la nación no sean los mismos de la gente del pueblo, ya que este tipo de personas son egoístas, pero son ellos quienes deben votar por quienes sí defienden los intereses de la nación, pero no los de los lectores.

El Sufragio Restringido pretendía seleccionar aquellos individuos que si representaban el interés general, personas ilustradas, preparadas que son capaces de renunciar a intereses personales por el bienestar y prosperidad de la nación.

La representación de la nación esta dada por un ente abstracto y unitario y no un mero agregado de provincias o estamentos: La JUSTIFICACIÓN FUE que no todos los individuos pueden representar la voluntad general, por lo tanto, no participan en las decisiones.

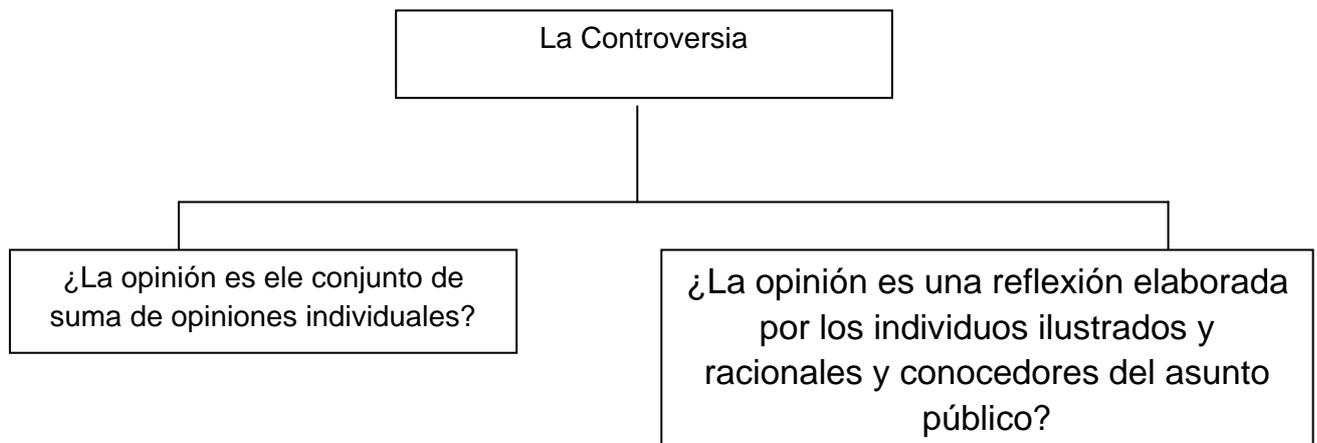
La doctrina liberal negó, la democracia directa y el sufragio universal, por que el representante o gobernante manifestaba la voluntad de toda la nación y no la de un grupo social.

Concepto que describe el Pensamiento Ilustrado

Se puede esquematizar pues con el cuadro que:

Voluntad General	Voluntad Individual
➤ Representado por el Estado	➤ Representada por los intereses individuales
➤ Busca el bienestar de la comunidad o mayoría	➤ Intereses egoístas
➤ Producto de la reflexión y de la razón	➤ Voluntad

La opinión pública es una realidad interrelacionada entre: Lo social (grupos) y lo comunicativo (individuos) por lo que, existe intersección como nueva temática sobre todo UN NUEVO CAMPO DE ESTUDIO.



Material proporcionado en el Seminario Taller Extracurricular de Opinión Pública Módulo 2 impartido en la FES Acatlán 2007

Por lo tanto los estudiosos de la opinión pública concuerdan en que la definición más acertada es la que indica que la opinión es una reflexión elaborada por los individuos ilustrados y racionales y conocedores del asunto público

Rousseau decía que para que hubiera todo esto, debía haber un pacto social, la sociedad se rige por la voluntad general, pese a que la voluntad general son las voluntades individuales que de manera concreta buscan el bienestar colectivo.

El pensamiento liberar del Siglo XVIII- XIX se caracteriza por enarbolar preceptos dicotómicos:

Ejemplos:

- Individuo-Nación
- Sociedad – Estado
- Voluntad general- Voluntad individual

No hay puntos intermedios, por lo tanto se niega la existencia de:

- 1 Partidos políticos
- 2 Asociaciones
- 3 Corporaciones

Los actores de la opinión pública en la ilustración eran el Estado, los senadores y en general el cuerpo legislativo. Los ciudadanos, principalmente hombres sabios e ilustrados, quienes expresaban la voluntad colectiva.

Los consensos se presentaban en tres formas:

- a) 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.
- b) La opinión pública se constituye para hacer contrapeso e incidir en la toma de las decisiones políticas.
- c) 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 y no se equivoca.

1.5.8 Perspectivas Actuales de la Opinión Pública

Vertientes actuales de la Opinión Pública

- 1 Aquellos que tratan de conocer la Opinión Pública de algunos grupos sobre un tema específico utilizan métodos y técnicas que les permiten conocer con cierto grado de incertidumbre lo que las personas de un determinado grupo social dicen que piensan o hacen.
- 2 Aquellos que tratan de hacer una teoría de la expresión de la Opinión Pública aclaran cómo el cambio de las sociedades ha interactuado con las expresiones de la Opinión de los diversos grupos sociales.

Diferencias entre el modelo clásico (Ilustración) y la actualidad, con respecto a la temática de interés:

1. En el modelo clásico de la ilustración, la opinión pública resulta de la agregación de opiniones individuales, emitidas por ciudadanos informados que ocupan la esfera pública en calidad de iguales, todos ellos críticos, atentos al quehacer gubernamental, que 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.

La dinámica actual de la Opinión Pública se da:

1. En la actualidad quienes producen la opinión y las agendas de discusión son una proporción muy pequeña de la población total. Sólo existen si publicitan sus ideas a través de los medios impresos o electrónicos. dependen de su visibilidad.
2. Los asuntos de interés público presentan mayores complicaciones técnicas, que hacen de las opiniones un asunto de competencias en saberes especializados.

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 entre éstos y el público.
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: los periodistas, los expertos, los políticos, algunos empresarios y profesionistas, entre otros.
5. Quienes sustentan la Opinión Pública transitan las esferas públicas ilustradas; en tanto, la audiencia de la política y de la información sobre los asuntos políticos, despliega sus opiniones como opinión popular a través de los registros de encuestas.
6. Las encuestas imponen temas, formulan preguntas sobre lo que habitualmente no se piensa, limitan opciones de respuesta; o registran aquello que los individuos dicen, verbalmente, que harán o harían, prefieren o preferirían.
7. Las encuestas se hacen, se publican, se organizan, almacenan y se usan como anclas de verdad. Cuando se hacen con seriedad validan los hechos que la experiencia ha documentado sobradamente, aún tratándose de cuestiones electorales.
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 por momentos o en ciertos temas responder o no responder lo que piensa, pero un buen diseño técnico de una encuesta debe considerar esta circunstancia anticipando al daño que esto puede provocar. Y si bien es cierto que hay agencias de investigación que pueden fabricar resultados a conveniencia, también es cierto que son menos, por lo que las agencias honestas sobreviven al mercado por su credibilidad.
9. La opinión política que registra una encuesta tampoco agota el conocimiento de lo político, el que es más complejo de los dichos de los individuos acerca de sí y de sus relaciones, se considera que la realidad social se estructura en diversos momentos: el cultural, el de la conciencia práctica y el de la conciencia discursiva.

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 pocas palabras las encuestas no agotan el saber de un tema.

Una encuesta registra los dichos sobre una preferencia o una posible acción. La encuesta electoral podría presentar proporciones sobre las intenciones de voto.

La expresión de lo que los miembros de distintos grupos sociales producen con respecto a referentes públicos.

- 1 No es única
- 2 Ni homogénea
- 3 Ni verdadera
- 4 Ni válida
- 5 Ni representa la mejor
- 6 Ni la única vía para dar cuenta de los fenómenos sociales

La utilidad de los estudios de Opinión Pública se deben tomar con las reservas teóricas. Sirven para coadyuvar a la toma de decisiones de carácter político, económico y cultural.

Las instituciones 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.

La Encuesta:

Es una técnica que consiste en recopilar información sobre una parte de la población denominada muestra, a través de un cuestionario estructurado sobre un determinado tema.

Características de la encuesta:

1. La información recogida se emplea para un análisis cuantitativo con el fin de identificar y conocer la magnitud de los problemas sociales.

2. Sirven para diagnosticar, evaluar, pronosticar y tomar decisiones.

3. La emplean disciplinas como:

- Sociología
- Ciencias Políticas
- Psicología

El instrumento que se utiliza para levantar una encuesta es el cuestionario, el cual se formula considerando:

1. Un marco teórico conceptual
2. Una hipótesis (con sus variables)

Los objetivos de la investigación:

La elaboran especialistas en el tema e investigadores sociales.

En comunicación se emplea para conocer la Opinión Pública de un grupo social acerca de un tema público. Requiere de método, el cual valida los resultados mediante la operacionalización de variables, selección de la muestra y estratificación.

El Sondeo:

Son preguntas que se hacen a algunas personas que se encuentran o camina por alguna parte de la ciudad, cuyo levantamiento de datos es azaroso y sin validez metodológica.

Características del sondeo:

1. Carece de método
2. Azaroso
3. Temas de interés público
4. No permite generalizaciones
5. Muy utilizado en los medios masivos de comunicación por su facilidad y bajo

- presupuesto para realizarlo
6. Con fines informativos e ideológicos
 7. De uso frecuente en el periodismo actual
 8. No da cuenta de la realidad social
 9. Su formulación es sencilla y breve

Aportes de la Investigación Norteamérica a los estudios de Opinión.

La investigación mediante encuestas es, producto básicamente, en este siglo de investigadores norteamericanos.

Samuel A. Stouffer. Pionero en la investigación al aplicar métodos empíricos a problemas sociales, empezando con el análisis de los efectos de la depresión en los Estados Unidos, y la compilación de los estados tocantes a la condición de los negros norteamericanos durante los treinta.

Al inicio de la segunda guerra mundial dirigió la rama de la información y la educación del ejército de los EUA reuniendo a un grupo de científicos sociales para examinar cuestiones tocantes a la prosecución de la guerra. Durante el macartismo de comienzos de los cincuenta, dirigió encuestas nacionales para examinar los efectos de la cruzada anticomunista.

El legado de Stouffer continúa en los diseños de estudio actualmente utilizados: métodos de muestreo, diseños de cuestionarios, lógica de análisis, entre lo más importante, su contribución radica en los aportes al campo de muestreo y la recolección de datos.

Ha desempeñado un papel de gran importancia en la creación de definiciones estandarizadas para muestreos y métodos para aplicar estas definiciones de campo.

PAUL L. LAZARFELD. Empleó el equipo mecanizado procesador de datos para elucidar y formar la lógica del análisis de encuestas. Formó el 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.

APORTE A UNIVERSIDADES, INSTITUCIONES Y ASOCIACIONES

Lazarsfeld y Stouffer, contribuyeron a reunir y preparar jóvenes científicos sociales quienes participaron y crearon instituciones de gran importancia como:

- 1 El centro nacional de investigación de la opinión, de la universidad de Chicago.
- 2 El centro de investigación de encuestas de la universidad de Michigan.
- 3 El centro de investigación de encuestas de la universidad de California en Berkley.

En la actualidad existen institutos similares en universidades por todos los Estados Unidos y ahora en países latinoamericanos como México y Brasil.

Algunas de las virtudes de la investigación por encuesta:

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.

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.

El formato de la encuesta permite hacer una elaboración clara y rigurosa de un modelo lógico, esto aclarará el sistema determinista de causa efecto.

En la práctica, los datos de la encuesta permiten facilitar la aplicación cuidadosa del entendimiento lógico. Su formato 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 pruebas proposiciones complejas que incluyan diversas variables de interacción simultánea.

La práctica de las encuestas en este momento exige una discusión teórica que en estas primeras etapas se centra especialmente en la naturaleza de los cuestionarios: ¿Cómo confeccionar las preguntas, cómo y quién debe formularlas, y a través de qué medio?, entre otros aspectos.

Más recientemente, las encuestas comerciales han resultado fuente inapreciable de datos para el análisis secundario y se han publicado muchos libros y artículos académicos en que se informa con el más detallado análisis de datos inicialmente recabados con procesos descriptivos y comerciales.

ASOCIACIONES:

- 1 Asociación sociológica Norteamericana
- 2 Asociación norteamericana de ciencias políticas
- 3 Asociación norteamericana para la investigación de la opinión pública (AAPOR).

REVISTAS

- 1 Public Opinión Quartely (POQ) que nace en 1937. tiene una sección dedicada a las encuestas, al estudio y a la cuantificación de la opinión Pública.

EMPRESAS

Empresas comerciales. Geroge Gallup, Elmo Roper, y más recientemente, Louis Harris, son empresas que han generado una fuente cotidiana de fondos para apoyar la creación y el uso de métodos encuesta, particularmente en los campos de mercadeo de productos y encuestas políticas.

capítulo 2

CAPÍTULO 2 “Marco Contextual”

2.1.- Sistema Histórico de Bésame 940 (Televisa Radio)

Definitivamente Grupo Televisa es una de las empresas más grandes y dominantes en lo que a comunicaciones responde, antes sólo era un sueño loco, pero ahora más que una realidad, Grupo Televisa abarca todo lo que a entretenimiento refiere, uno de las filiales pertenecientes a este grupo es Televisa Radio, quien actualmente maneja dentro y fuera de la ciudad de México algunas de las estaciones más escuchadas.

Así pues en el presente estudio se abordará un análisis sobre contenido y formato de la estación Bésame 940, con un enfoque tomado desde la Opinión Pública ya que el coordinador de la estación, el licenciado Heriberto Vázquez Muñoz tiene la inquietud de llevar un seguimiento y tener presente qué pasa actualmente con la estación y con los radioescuchas.

La técnica aplicada en esta investigación, se llevará a cabo por medio de instrumentos tecnológicos; entendiéndose con ello; la realización de encuestas telefónicas, aplicando esta técnica debido al número de los encuestados, ya que el objeto de estudio tiene un aproximado de 3,600 radioescuchas.

Es importante señalar que el público de la estación, ya está ubicado; pues bien se puede decir que el público de la estación es cautivo, ya que no es necesario venderles ni ofrecerles, lo que la estación ofrece pues son escuchas de tiempo atrás, el número aproximado de los oyentes de la estación es de 150 por hora un total de 3,600 en todo el día.

Este porcentaje lo podemos tomar en cuenta ya que una de las nuevas modalidades que la estación ha presentado es la implementación de mensajes multimedia, (vía celular) medio por el cual la gente puede ganarse boletos, pedir canciones y mandar saludos, registrando así nombre, número telefónico, mensaje hora y compañía a la que pertenece el celular, creando una base de datos y dejando tener un contacto inmediato con el radioescucha.

Las variables o características de mis elementos o factores que pueden alterar de alguna u otra manera los resultados de esta investigación y los cuales serán tomados en cuenta son:

- ♣ Edad
- ♣ Sexo
- ♣ Ocupación

- ♣ Nivel Socioeconómico
- ♣ Municipio o Delegación donde viven
- ♣ Nivel máximo de escolaridad
- ♣ Tiempo que llevan escuchando la estación

2.1.1.- Antecedentes de Televisa Radio

El 18 de septiembre de 1930 inicia transmisiones regulares XEW conocida como "La voz de la América Latina desde México", desde sus estudios y oficinas localizados dentro del Cine Olimpia, propiedad del empresario Emilio Azcárraga Vidaurreta, fundador de esta radiodifusora, logrando un impacto tanto nacional como internacional; al ser de las primeras estaciones de radio que darían surgimiento. No sólo la W logró tener éxito con sus comerciales, sino por sus radionovelas.

El éxito que tendría la XEW en esa época haría que Emilio Azcárraga Vidaurrueta fundara una estación más: XEQ el 30 de octubre de 1938. De los micrófonos de ambas estaciones nacieron grandes figuras de la comunicación tales como: Paco Malgesto, Pedro Ferriz Santa Cruz, Jacobo Zabludovsky, Daniel Pérez Alcaráz, Roberto Armendáriz y Paco Stanley, entre muchos otros.

El 1 de julio de 1975 se conforma oficialmente el Grupo Radiopolís, conformado por XEW, XEQ y XEX (con sus respectivas estaciones en FM, conocidas inicialmente como Magia Digital, La Tropi Q y Estelar FM) en los edificios de Ayuntamiento 52 y Ayuntamiento 54.

Para el 1 de octubre de 1992 el Grupo Radiopolís se muda a Calzada de Tlalpan No. 3000 Colonia Espartaco Delegación Coyoacán, en la Ciudad de México. La tecnología de los satélites y la fibra óptica fue integrada al moderno complejo radiofónico, que hasta el momento alberga a la *Catedral de la Radio*. En este mismo año, el consorcio de comunicaciones adquiere seis estaciones a ARTSA en Guadalajara, extendiendo así su dominio en el occidente del país.

2.1.2.- Desarrollo de Televisa Radio

En 2002, la empresa española Grupo Prisa compra el 50% de las acciones de Televisa Radio. Dando como resultado la creación en México de las cadenas radiales W Radio; Los 40

Principales y Bésame Radio. La empresa Grupo Latino de Radio, filial del Grupo Prisa tiene presencia en varios países del continente americano; en México es a través de Televisa Radio. Esta emisora (Bésame 940) es la segunda estación que fue fundada por Emilio Azcárraga Vidaurreta en la Ciudad de México. En 2003, Televisa Radio y Grupo Radiorama firman una alianza estratégica para que en las estaciones de ésta última transmita la programación de las cadenas W Radio, Ke Buena, Los 40 Principales y Bésame Radio en diferentes ciudades del país.

En el Distrito Federal Televisa Radio opera las siguientes estaciones:

W Radio XEW-AM 900 kHz, transmite noticias, programas de revista y deportes. y música en español en los fines de semana y madrugadas. transmite con 250.000 watts de potencia cubriendo todo el centro y sur del país y llegando mas allá de las fronteras

W Radio XEW-FM 96,9 MHz, transmite noticias, programas de revista y música en inglés por las madrugadas. los sábados por la noche y los domingos todo el día.

Estadio W XEX-AM 730 kHz, emisora hablada que transmite información y eventos deportivos. transmite con 100 mil watts de potencia para todo el centro del país

Los 40 Principales XEX-FM 101,7 MHz, emite música pop en inglés y español, eventos musicales y programas temáticos.

Bésame XEQ-AM 940 kHz, emite música romántica y de catálogo en español.

Ke Buena XEWF-AM 540 kHz, emite música grupera, anteriormente Colorín Color Radio.

Ke Buena XEQ-FM 92,9 MHz, emite música grupera.

Parte de las voces que acompañaron en el crecimiento a Bésame

- José Alberto Sánchez

- Karla Santillán

Algunos de los formatos con los que se ha conocido a la estación XEQ-AM son: Enamorada 940 AM, Cadena Q Verde y Oro, Q 940 AM con el lema "comunicación total", La Tropi Q y La Q Mexicana.

2.1.3.- Situación Actual de Televisa Radio

Bésame Radio es un concepto continental, que transmite los éxitos de los artistas consagrados en Iberoamérica, de las décadas de los '70 y '80, con balada en español y música romántica.

Las personas de edad madura son un demográfico de alto valor, pues tienen menos obligaciones y más tiempo disponible. Pensado en ellos existe Bésame, una estación que cuenta con 120 horas de programación musical, balada romántica en español de los años 80's 90's y actuales y 62 horas de entretenimiento hablado (programas esotéricos, naturistas (de salud), espectáculos, musicales y especiales).

Éstas 182 horas de programación están diseñadas para que nuestros radioescuchas, que oscilan entre los 45 y 54 años se sientan acompañados, queridos y comprendidos.

La audiencia de Bésame es en su mayoría mujeres, ya que representan el 53% de nuestros radioescuchas. Pensando en ellas se ha pensado en programas como: Dame un Beso y Dime Adiós, De Mi Para Ti y Mano a Mano. Para los hombres que representan un 47% de la audiencia se tienen programas que cubren sus intereses como: Serenata Bohemia, Bésame al despertar y Beso a Beso.

Los adultos de corazón joven son los principales radioescuchas de esta estación, la edad promedio es de 45 a 54 años y representan el 44% de su audiencia.

La programación actual que en la estación se puede escuchar es:

- BESAME AL DESPERTAR
- LOS SESENTAS
- POR LA OREJA
- DE MI PARA TI
- SERENATA BOHEMIA
- DAME UN BESO Y DIME ADIOS
- BESO A BESO
- EL ESPECIAL 940
- MANO A MANO
- CARRUSEL MUSICAL

La cobertura de XEQ 940 abarca hoy el Valle de México y estados circunvecinos, como Hidalgo, Morelos, Tlaxcala, Puebla, Guanajuato, Guerrero, Veracruz y el estado de México.

Las voces que engalanan programas, tras programa en la estación son.

- ✓ Heriberto Vázquez (Coordinador de la estación)
- ✓ Rubén Mercado Rivas
- ✓ Federico Acosta
- ✓ Arturo Díaz
- ✓ Alfonso Romero
- ✓ Eugenio López
- ✓ Jesús Ugalde

Podemos decir pues que Bésame es una emisora eminentemente musical que, transmite los éxitos comprobados del recuerdo en español, de las décadas 60's, 70's y 80's de los intérpretes más consolidados. La fórmula de programación es única en su tipo, diseñada minuciosamente, éxito tras éxito, para agrandar y brindar entretenimiento a un público oyente, claramente identificado.

Bésame es parte de un concepto continental con presencia en Costa Rica, Chile, Colombia y México.

2.2.- Sistema Cultural

Lo que hace ser o no a una institución de tal magnitud como lo es Televisa, es también la relevancia que el grupo da a sus procesos corporativos, valores, visiones y políticas impuestos en un código firmado y por ende leído por todos sus trabajadores, donde fielmente se comprometen a guardar discreción en contenidos y a ser un instrumento para el crecimiento personal y de la empresa.

2.2.1.- Código de ética Grupo Televisa

NOTA: La siguiente información es confidencial, queda prohibida su reproducción total o parcial ya que pertenece a Televisa S.A. de C.V. cualquier uso requiere autorización correspondiente.

El propósito del código de ética de Grupo Televisa es la formalización del compromiso como empresa para desempeñarse con los más altos niveles éticos.

En éste se articulan las políticas que regulan y orientan las conductas éticas que se basan en la responsabilidad individual de todos aquellos que forman parte del Grupo Televisa, S.A., incluyendo todas sus divisiones y subsidiarias.

Todos los consejeros, funcionarios y empleados deben asegurar que se mantenga el más alto nivel de honestidad e integridad en el ejercicio de sus responsabilidades, así como en representación del Grupo. Cada uno debe actuar de acuerdo con este Código y con las leyes aplicables en el país y otras jurisdicciones gubernamentales en donde el Grupo realiza actividades.

El Código precisa la aspiración empresarial, misión y los valores correspondientes. Por ello, en la actividad que se realiza, el buen hacer ético es una condición intrínseca y no sólo algo superfluo, es un valor agregado que da ventajas competitivas a nivel mundial, haciendo de esta la gran empresa que hoy represente Grupo Televisa.

2.2.2.- Visión Bésame 940AM

“Ser la cadena radiofónica de catálogo en español más importante del país”.

2.2.3.- Misión Bésame 940AM

“Evocar siempre los grandes recuerdos del auditorio a través de nuestra música”.

2.2.4.- Valores Bésame 940AM

“Credibilidad, ética, integración, liderazgo, profesionalismo, innovación, comunicación, relación humana y reconocimiento”.

Son parte fundamental para alcanzar la misión y estar en posibilidad de solventar el compromiso que se tiene con el público, clientes, accionistas, proveedores, comunidad laboral y sociedad.

2.2.5.- Principios de conducta Grupo Televisa

En Grupo Televisa la viabilidad y el éxito de la labor profesional dependen, en gran medida, de la credibilidad que la empresa forja ante sus clientes, inversionistas y el público en general.

Dicha credibilidad se sustenta en el compromiso con cuatro principios que norman esta conducta:

Disciplina.- La actividad personal debe realizarse con apego a las políticas y normas internas, las leyes y los reglamentos, ya que ello da orden a todo lo que se hace y por ende garantiza el logro de los objetivos de la organización además de asegurar el patrimonio institucional.

Integridad.- La estatura genuina del ser humano sólo puede rescatarse en una actitud ética; por ello debemos ser congruentes entre lo que decimos y hacemos.

Es la armonía entre el individuo y la organización, de manera tal que tenga un genuino interés en tratar clientes, empleados y accionistas de manera respetuosa, teniendo siempre un trato profesional.

La actitud ética es la que permite consolidar la reputación de integridad de este Grupo, la cual ha sido construida por los que en esta empresa laboran y por quienes lo hicieron en el pasado siendo al final la integridad el elemento más importante con el que se trabaja.

Respeto.- Todos aquellos que forman parte Grupo Televisa, jefes y subordinados, están obligados a actuar dentro de un marco de respeto y tolerancia hacia los demás, ya que ello permitirá afianzar las relaciones interpersonales básicas para el buen desempeño de cada una de las diversas actividades.

Así pues la existencia de un clima organizacional sano, que propicie el desarrollo de la fuerza laboral y fomente el trabajo en equipo, es lo que redundará en conductas adecuadas para el cumplimiento de las responsabilidades individuales y el bienestar colectivo.

Discreción.- La conducta ética obliga a quienes aquí laboran a tratar los asuntos y la información, que como producto de nuestro trabajo conocemos, con absoluta reserva y por lo tanto no la podemos divulgar a terceros, salvo aquellos con los que se está autorizado a compartir.

2.2.6.- Políticas de Grupo Televisa

NOTA: La siguiente información es confidencial, queda prohibida su reproducción total o parcial ya que pertenece a Televisa S.A. de C.V. cualquier uso requiere autorización correspondiente.

Todos los consejeros, funcionarios y empleados del Grupo deben, sobre una base anual, certificar su entendimiento y cumplimiento con los requisitos de este Código. La certificación requiere que se firme y se devuelva un Certificado de Cumplimiento en una forma que será suministrada por Recursos Humanos. El incumplimiento de este proceso se considera como resistencia al cumplimiento de este Código y puede resultar en una acción disciplinaria e, incluso, en la terminación justificada de su relación de trabajo con la Empresa.

Uno de los propósitos de este Código es la observancia de las leyes, tanto en su forma como en su espíritu, es el cimiento sobre el cual están contruidos estos principios éticos de la Institución. Buscamos lograr mejores resultados que la competencia en forma justa y honesta. Buscamos beneficios competitivos a través de un desempeño superior, nunca a través de prácticas comerciales no éticas o ilícitas. Los consejeros, funcionarios y empleados del Grupo deben respetar y obedecer las leyes aplicables de las jurisdicciones en las cuales operamos. El incumplimiento en los procesos podría dañar seriamente a la Empresa y su prestigio.

La Empresa está comprometida con la protección ambiental, salud y seguridad para sus empleados, clientes, vecinos y terceros que puedan ser afectados por sus productos o actividades. Aunque este compromiso se basa en el cumplimiento con la ley, éste va más allá de ese fundamento.

Para efecto del cumplimiento de estas leyes, los empleados están obligados a cumplir con las disposiciones internas que se emiten en cuestión de protección ambiental, conservación de la salud y protección civil.

Grupo Televisa cuenta con un Reglamento Interior de Trabajo, cuyas premisas representan el compromiso de la Empresa y de los empleados para promover la disciplina, seguridad, salud y bienestar de nuestros empleados en la convivencia cotidiana.

Somos un Grupo de propiedad pública. Por lo tanto, los inversionistas se apoyan en la calidad e integridad de nuestros reportes financieros y boletines de prensa. Por lo anterior, es imperativo que la Empresa mantenga libros, registros, reportes, resultados y condición

financiera en forma precisa, oportuna y adecuada.

Todos los activos, pasivos, gastos y transacciones deben registrarse en los libros contables ordinarios de la Empresa, en una manera que sea consistente con los controles internos y las políticas contables de la misma. La documentación de todas las operaciones comerciales sustanciales debe describir la información esencial en forma precisa.

Queda estrictamente prohibido, de acuerdo a la política de la Empresa y por ley, declarar intencionalmente hechos en forma incorrecta en la preparación de estados financieros, datos financieros u otros registros del Grupo.

El personal que se comunica con nuestros auditores externos y con el personal de auditoría interna, debe apegarse a las normas que se señalan a continuación:

- No debe intencionalmente declarar incorrectamente hechos, u omitir revelar hechos sustanciales.

- No debe realizar o instruir a cualquier otra persona para que realice alguna acción para influir, obligar, manipular en forma intencional o engañar a ningún auditor involucrado en la ejecución de una auditoría de los estados financieros y de las operaciones de la Empresa.

Las contribuciones políticas o pagos a funcionarios gubernamentales están altamente regulados y restringidos por la ley. Usted no deberá hacer ningún pago en nombre de la Empresa ya sea en forma directa o indirecta, para influir o para obtener acciones favorables por parte de una dependencia gubernamental, cualquier cargo público o cualquier candidato para cargo público. Esta política no tiene la intención de coartar su libertad para apoyar candidatos y causas políticas dentro de los límites legales; sin embargo, deberá tener cuidado de manera que ninguna acción realizada por usted se perciba como una intención de influir en decisiones gubernamentales en asuntos que afectan a la Empresa. Cualquier contribución personal a cualquier candidato, partido u organización política no deberá estar representada como una contribución de la Institución.

Deseamos tener éxito con base en nuestros méritos, y no debido a que hemos pagado ilegalmente a alguien por algún favor. Asimismo, no deberá comprometerse en procurar, recibir o aceptar, directa o indirectamente ningún soborno, coerción u otro pago o beneficio de ningún empleado o agente de cualquier actual vendedor o posible vendedor, proveedor o posible proveedor, cliente o cliente potencial, arrendador, arrendatario, competidor u otra persona o entidad relacionada con el Grupo.

Nosotros deseamos que las compañías y las personas que realizan actividades comerciales

con nosotros estén libres de presiones a dar regalos, favores, o similares a personas que toman decisiones.

Queda prohibido procurar o aceptar regalos de clientes o proveedores o de otras personas que actualmente o que en el futuro puedan realizar actividades comerciales con el Grupo a menos que se haya obtenido previa aprobación como se describe a continuación. Los regalos incluyen mercancías, servicios, entretenimiento despilfarrado o inusual, viajes personales, uso de bienes inmuebles y otros productos tangibles o intangibles.

Esto es verdad independientemente del valor del regalo o de cualquier forma de servicio. Los regalos no solicitados deben rechazarse si es posible, citando este Código. Si rechazar un regalo mermara una relación comercial, se debe informar a la Vicepresidencia Jurídica del Grupo, y la Empresa a su discreción puede hacer una excepción. Cuando no sea práctico devolver regalos no solicitados, se deberán turnar, con el acuerdo del Auditor Interno, a instituciones de beneficencia apoyadas por el Grupo, tales como Fundación Televisa y/o Fundación Teletón. Bajo ninguna circunstancia puede usted aceptar regalos en efectivo o de valores.

Está permitida la aceptación de entretenimiento razonable (por ejemplo, almuerzos/comidas de negocios) de acuerdo con la práctica acostumbrada, pero en ningún caso debe usted aceptar arreglos para viajes o vacaciones personales o favores similares de nuestros clientes o proveedores. La asistencia a eventos deportivos o de teatro, o tener almuerzos/comidas de negocios involucra una práctica comercial aceptable y normal si se mantiene dentro de los límites razonables.

Debido a que la gente que opera valores sobre la base de "información interna", tiene un beneficio injusto sobre otros inversionistas, tales acciones son ilícitas y podrían someterlo a usted y a la Empresa a riesgos y sanciones. Si tiene acceso a información confidencial, no está autorizado para utilizarla o compartirla para fines de operación de acciones, ni para ningún otro propósito, excepto la conducción de nuestro negocio. Tampoco puede proporcionar a otros (incluyendo miembros de la familia), información interna sustancial.

Los miembros de su familia inmediata (cónyuge e hijos) se presume que tienen la misma información que tiene usted, y por lo tanto, ellos no pueden involucrarse en ninguna actividad que viole esta política.

Se espera que los empleados dediquen su esfuerzo, energía y lealtad total a Televisa. Con esto en mente, la Empresa desincentiva el que los empleados se involucren en trabajos ajenos o presten servicios a entidades de lucro. Casi siempre existe un conflicto de interés si usted trabaja para un competidor, cliente o proveedor.

Esta restricción no tiene la intención de impedir a los empleados el ofrecerse como voluntarios para actividades de beneficencia y otras actividades comunitarias que no tengan fines de lucro. De hecho, la institución anima a los empleados que desean ofrecerse como voluntarios para tales entidades; en tanto que estas actividades no interfieran con las responsabilidades y deberes del empleado.

Se prohíbe a los empleados, funcionarios y consejeros (a) tomar en forma personal aquellas oportunidades que pertenecen en forma apropiada a la Empresa, o que se descubren a través del uso de bienes, información o posición corporativos, (b) utilizar propiedades, información o posición corporativa para ganancias personales, y (c) competir con la Empresa. Los empleados, funcionarios y consejeros tienen un deber para con la Institución de beneficiar sus intereses legítimos cuando surge la oportunidad.

En términos generales, la "información interna sustancial" se define como cualquier información no pública que un inversionista razonable consideraría importante para una decisión de inversión. Los siguientes aspectos, si no han sido del conocimiento público, podrían ser considerados importantes para una decisión de inversión: información respecto a ventas, ganancias, estimados, cambios en la política de la estructura de capital o dividendos, la adquisición o disposición de estaciones u otros activos importantes, planes estratégicos, convenios para programación o talentos en el aire, pérdida de un proveedor significativo, cambios importantes de personal, litigios significativos o la posible venta de valores patrimoniales o de deuda. Esta lista no es exhaustiva.

Aquellos consejeros, funcionarios y trabajadores que por la naturaleza de su trabajo es más probable que entren en contacto con información interna sustancial, deberán firmar anualmente una declaración de que reconocen el cumplimiento con la política para el manejo de valores de la empresa, así como para revelar cualquier compra y venta durante el año, de acciones de Grupo Televisa y/o subsidiarias que coticen en bolsas de valores.

Televisa requiere que usted se conduzca de una manera profesional y mantenga en todo momento las más altas normas éticas comerciales. Los asuntos comerciales de Televisa y sus clientes son de carácter confidencial y no deben discutirse con ninguna persona, aún con otros empleados, excepto en la medida que se requiera para el curso normal de los negocios de Televisa o bajo previa autorización de su supervisor. En ningún momento puede usted usar o divulgar información confidencial (incluyendo cartas, memorandum y documentos internos de la Empresa), a ninguna persona, empresa o entidad para promover su propio interés. Tampoco puede acceder a información confidencial de supervisores u otros empleados de la institución.

Si usted divulga información o documentos confidenciales, además de la terminación

inmediata de su empleo, puede verse sujeto a responsabilidades civiles, penales o ambas, como lo estipula la ley. Es mejor referir todas las indagaciones respecto a información confidencial a su supervisor. Si usted no está seguro respecto a la confidencialidad de alguna información en particular, debe preguntar a su supervisor.

La protección de los bienes y servicios de la Empresa es vital para nuestra actividad. Queda prohibido el uso de fondos, servicios o activos del Grupo para cualquier propósito ilícito o inadecuado. Los bienes de la Empresa muebles e inmuebles, equipo, herramientas, vehículos, etc.- no deberán ser usados para beneficio personal o con propósitos no autorizados.

Así pues el personal es, sin duda, nuestro capital más valioso y merece, por ende, atención y respeto. La idea que tengamos respecto a nuestro personal influirá irremediablemente en todos los ámbitos de la Empresa.

En nuestra Empresa todo trabajador es considerado como una persona que posee:

- Capacidad para evaluar las situaciones y tomar decisiones.
- Capacidad para responder por lo que hace, por lo que se le puede responsabilizar de sus acciones.
- La obligación de tratar a los demás como éste espera ser tratado.

Por exigencias del trabajo, el personal de nuestra Empresa se distribuye en niveles jerárquicos, buscando así una optimización de los desempeños individuales y obtener beneficios del trabajo en equipo. En el Grupo se reconocen los niveles jerárquicos como una forma de trabajo, y se mantiene siempre -más allá de las jerarquías- el respeto a las personas.

Los jefes son responsables de vigilar la existencia de un adecuado ambiente de trabajo, de promover el desarrollo laboral de sus subalternos y de que éstos alcancen su más alto nivel de desempeño. Sus órdenes deberán estar enmarcadas, siempre, dentro de los procedimientos autorizados.

Se espera que usted se apegue a los principios éticos aceptables en asuntos de conducta personal y mostrar un alto grado de integridad personal en todo momento. No debe actuar de manera tal que afecte negativamente a la Empresa y sus actividades comerciales, durante el tiempo que usted no está en el trabajo o no está actuando en nombre de la Empresa.

Concluyendo y recordando que cualquier conducta contraria a lo especificado en este Código se considera fuera del alcance de las actividades del empleado. No son aceptables

cualesquiera acciones ilícitas o no éticas, o la apariencia de conducta inadecuada o inapropiada de cualquier persona que actúe en nombre de la Empresa.

Aquellos que violen las normas de este Código estarán sujetos a acciones disciplinarias que, inclusive, podrán dar lugar a rescisión justificada de su relación laboral con la empresa, independientemente de cualesquiera otras acciones civiles y/o penales a las que se pudieran dar lugar. Si se encuentra en una situación que considere que pueda violar o conducir a una violación de este Código, siga las orientaciones que al efecto se señalen.

Es importante no olvidar el siguiente *marco que la empresa toma como instructivo para una eficaz ó mejor dicho para una toma de Decisiones que convenga a la empresa como tal llamándole también “ética” obligado dirigido hacia cualquier empleado de la misma:*

- 1) Reconoce el hecho, decisión o problema.
- 2) Piensa antes de actuar.
- 3) Decide cuál es el curso de acción a seguir.
- 4) Prueba tu decisión.
- 5) Procede con confianza.

capítulo 3

CAPÍTULO TRES “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 operacionalización, los criterios de arboreación y de aplicación del cuestionario piloto, es decir, la forma en que se abordará a los encuestados para mejorar el cuestionario final.

3.1. Relación del Marco Teórico con la Tabla de Operacionalización.

En el Marco Teórico, sub capítulo 1.3., la naturaleza comunicativa de la opinión pública, se definió a la opinión pública como el conjunto de expresiones de los individuos de un grupo social específico con respecto a un referente público, se entiende como público a todo lo que interesa y o afecta al grupo social en sí mismo a diferencia del público que es el grupo en sí mismo.

La definición anterior conduce a diferenciar:

- Las expresiones de los individuos del grupo social
- El referente público
- El grupo social en sí mismo.

En el mismo marco teórico se mencionó que los elementos del sistema comunicativo son:

- ◆ Los actores de la comunicación
- ◆ Los instrumentos
- ◆ Las representaciones
- ◆ Las expresiones

Así mismo, se hizo la analogía entre:

- Actores de la comunicación con individuos del grupo social y el investigador
- Instrumentos de la comunicación con cuestionario (presencial)
- Las expresiones con el conjunto de respuestas de los miembros del grupo social Específico, en donde se manifestarán los consensos/disensos
- 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 actores de la comunicación.

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

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

Se indicó que hay varios sistemas y que unos de ellos es él de la referencia [SR]. En este sistema se contempla todo aquello que es nombrado, es decir, aquellos referente 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:

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

Si se considera la definición de opinión pública se tendría que aclarar que:

- ✓ La indagación de un grupo social no puede contrastarse con lo que realmente hacen los agentes sociales, pero si es necesario considerar los aspectos más importantes de los roles que desempeñan los agentes sociales y que serian el género, la edad, la posición política, la posición religiosa el nivel de escolaridad, la posición económica y la posición social.
- ✓ 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 él grupo social conoce acerca de los referentes, es decir, que se debe tener cierto grado de certeza acerca del conocimiento de la temática con la finalidad que lo expresado como opinión en él cuestionario diferencia a los actores que conocen o no hay referente.
- ✓ La indagación de lo que se expresa sobre lo que se hace y del sistema referencial es lo propio de la opinión pública, pero hay que indicar que esta expresión (opinión) varia dependiendo de los roles que desempeña el actor de la comunicación y del grado de conocimiento sobre la temática.

Por lo antes mencionado resulta imprescindible:

- ❖ Considerar como variable de estudio de opinión pública a los diferentes roles de los actores de la comunicación y que en la tabla de operacionalización se dominara bajo el concepto de sociodemográfico.
- ❖ Considerara como variable de un estudio de opinión el grado de conocimiento de las temática por parte de los actores de la comunicación y que en la tabla de operacionalización se denominará bajo el término de concepto de conocimiento.
- ❖ Considerar como variante de un estudio de opinión a las valoraciones expresadas en el cuestionario (opiniones) por los actores (grupo social a investigar) sobre la temática y que en la tabla de operacionalización se denominara bajo el concepto opinión.

3.2.- El Sistema Hipotético

Este sistema hipotético contempla una hipótesis nula h_0 y las hipótesis alternativas h_1 en dónde el criterio de validación de las mismas será de carácter estadístico expresado en porcentaje del grado de conocimiento sobre la temática y en frecuencia de las opiniones de acuerdo a una escala estimativa (LIKERT) con un rango de entre 1 y 5 donde 1 es el mínimo y 5 es el máximo.

HIPÓTESIS NULA

No se conoce la opinión pública de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.

HIPÓTESIS ALTERNATIVAS

Las hipótesis alterativas que se plantean a continuación están enunciadas de acuerdo a las variables de conocimiento, opinión y sociodemográficas:

1. El conocimiento que tienen los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido es de 90%.
2. La opinión que tienen los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido es de 3.

3. El género determina en un 80% el conocimiento que los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.
4. El género determina en un rango 4 la opinión que los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.
5. El tiempo que llevan escuchando la estación determina un 80% del conocimiento de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.
6. El tiempo que llevan escuchando la estación determina un rango 5 de la opinión de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.
7. El lugar de residencia determina un 60% del conocimiento de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.
8. El lugar de residencia determina un rango 3 de la opinión de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.
9. La edad determina en un 100% el conocimiento de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.
10. La edad determina en un rango 5 la opinión de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.
11. La escolaridad determina en un 40% el conocimiento de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.
12. La escolaridad determina en un rango 1 la opinión de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.
13. La ocupación determina un 60% del conocimiento de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.
14. La ocupación determina un rango 3 de la opinión de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.

3.3 Variables

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

1. Con respecto a la hipótesis tres la variable independiente es el género de los miembros del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento que tienen los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con relación al formato y contenido.

2. Con respecto a la hipótesis cuatro la variable independiente es el género de los miembros del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tienen los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con relación al formato y contenido.

3. Con respecto a la hipótesis cinco la variable independiente es la antigüedad de los miembros del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento que tienen los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con relación al formato y contenido.

4. Con respecto a la hipótesis seis la variable independiente es la antigüedad de los miembros del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tienen los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con relación al formato y contenido.

5. Con respecto a la hipótesis siete la variable independiente es el lugar de residencia de los miembros del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento que tienen los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con relación al formato y contenido.

6. Con respecto a la hipótesis ocho la variable independiente es el lugar de residencia de los miembros del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tienen los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con relación al formato y contenido.

7. Con respecto a la hipótesis nueve la variable independiente es la edad de los miembros del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento que tienen los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con relación al formato y contenido.

8. Con respecto a la hipótesis diez la variable independiente es la edad de los miembros del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tienen los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con relación al formato y contenido.

9. Con respecto a la hipótesis once la variable independiente es la escolaridad de los miembros del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento que tienen los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con relación al formato y contenido.

10. Con respecto a la hipótesis doce la variable independiente es la escolaridad de los miembros del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tienen los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con relación al formato y contenido.

11. Con respecto a la hipótesis trece la variable independiente es la ocupación de los miembros del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento que tienen los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con relación al formato y contenido.

12. Con respecto a la hipótesis catorce la variable independiente es la ocupación de los miembros del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tienen los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con relación al formato y contenido.

3.4.- Tabla de Operacionalización

La tabla de operacionalización es un instrumento que se utiliza para operacionalizar los conceptos que determinarán la construcción del cuestionario donde se consideran los conceptos y las variables dependientes e independientes utilizadas en las hipótesis de esta investigación¹.

La función de la tabla de operacionalización 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 ésta investigación.

La tabla de operacionalización contiene cuatro columnas; en la primera se especifican los conceptos y se enumeran en orden progresivo con un numeral, en la segunda se anotan las categorías por conceptos y se enumeran en orden progresivo con dos numerales; en la tercera se anotan los indicadores o categorías y se enumeran en orden progresivo con tres numerales; la cuarta columna contiene los reactivos uno por cada indicador y se enumeran con el mismo número del indicador correspondiente. Así la tabla de operacionalización contiene a los conceptos que 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 socio demográficos del grupo social a estudiar.

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

El término indicador es la determinación en 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 estudiar.

¹ Torres Lima, H. Modulo 3, seminario taller extracurricular de titulación: la opinión pública. México. FES Acatlán, Octubre 2007.

Se entenderá por reactivo a una pregunta (bases de reactivos) con sus respectivas opciones (posibles respuestas a la base de reactivos y de las cuales sólo una será válida).

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

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

La tabla de operacionalización se lee en forma horizontal y de arriba hacia abajo. Para un mejor entendimiento a continuación se presenta la tabla de operacionalización que dio como resultado la presente investigación.

TABLA DE OPERACIONALIZACIÓN

CONCEPTO	CATEGORÍAS	INDICADORES	REACTIVOS
1.- CONOCIMIENTO	1.1.- FORMATO	1.1.1.- Llamadas de Dudas en el programa de Salud “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”.	1.1.1. En el programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan” las llamadas se refieren a: <ul style="list-style-type: none"> a. Salud b. Noticias c. Deportes d. Esoterismo e. Espectáculos
		1.1.2. Llamadas de Dudas en el programa de Salud “La clínica de la columna”	1.1.2. En el programa “La clínica de la columna” las llamadas se refieren a: <ul style="list-style-type: none"> a. Salud b. Higiene

			<ul style="list-style-type: none"> c. Noticias d. Hueseros e. Espectáculos
		1.1.3. Llamadas de Dudas en el programa de Salud “El ángel de tu salud”	<p>1.1.3. En el programa “El ángel de tu salud” las llamadas se refieren a:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Salud b. Noticias c. Curaciones d. Hermetismo e. Espectáculos
		1.1.4.- Llamadas de Dudas en los programas esotéricas	1.1.4. En los programas transmitidos de 2-3pm las llamadas se refieren a:

			<ul style="list-style-type: none"> a. Misterios b. Ocultismo c. Astrología d. Hermetismo e. Esoterismo
		<p>1.1.5.- Mensajes Multimedia para peticiones de canciones dentro de la programación musical.</p>	<p>1.1.5.- Dentro de la programación musical los mensajes multimedia solicitan:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Noticias b. Chismes c. Canciones d. Horóscopos e. Tips Caseros

		<p>1.1.6.- Mensajes Multimedia para premios dentro de la programación musical.</p>	<p>1.1.6.- Dentro de la programación los mensajes multimedia solicitan:</p> <ul style="list-style-type: none">a. Regalosb. Deportesc. Astrologíad. Tips de Salude. Oportunidades de empleo
		<p>1.1.7.- Mensajes Multimedia para peticiones dentro del programa de espectáculos "La Oreja".</p>	<p>1.1.7.- En el programa "La Oreja" los mensajes solicitan:</p> <ul style="list-style-type: none">a. Saludosb. Cancionesc. Aviso Oportunod. Venta de productos

			e. Cápsulas informativas
	1.2.- CONTENIDO	1.2.1.- Programas musicales especiales semanales (de un solo artista)	1.2.1.- Los programas especiales se refieren a : a. Notas rojas b. Tips caseros c. Noticia del día d. Comentarios oportunos e. Música de un solo artista
		1.2.2.- Programas musicales (todo los días a todas horas)	1.2.2.- Los programas que se transmiten todos los días a todas horas tienen temas de contenido: a. Música b. Noticias c. Deportes d. Espectáculos

			e. Entretenimiento
		1.2.3.- Programa de espectáculos “La Oreja”	<p>1.2.3.- El contenido del programa “La Oreja” es de:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Música b. Noticias c. Deportes d. Espectáculos e. Entretenimiento
		1.2.4.- Programa de salud “La luz de naturismo con el maestro Shaya Michan”	<p>1.2.4.- En el programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan” sus temas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Salud b. Noticias c. Notas rojas

			<p>d. Entretenimiento</p> <p>e. Cápsulas esotéricas</p>
		1.2.5.- Programa de salud “La clínica de la columna”	<p>1.2.5.- En el programa “La clínica de la columna” hablan sobre problemas relacionados con:</p> <p>a. Salud</p> <p>b. Caseros</p> <p>c. Emocionales</p> <p>d. Autodestructivos</p> <p>e. Problemas con los hijos</p>
		1.2.6.- Programa de salud “El ángel de tu salud”	<p>1.2.6.- Dentro del programa “El ángel de tu salud” se abordan temas relacionados:</p>

			<ul style="list-style-type: none"> a. Salud b. Astrología c. Espectáculos d. Entretenimiento e. Higiene personal
		1.2.7.- Programas Esotéricos	<p>1.2.7.- En los programas que se transmiten de 2-3pm se habla sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Misterios b. Ocultismo c. Astrología d. Esoterismo e. Hermetismo
2.- OPINIÓN	2.1.- FORMATO	2.1.1.- Llamadas de Dudas en el programa de Salud “La luz del naturismo con el maestro Shaya	2.2.1.- Considera que las llamadas dentro del programa “La luz del

		Michan”.	naturismo con el maestro Shaya Michan” son: a. Confusas b. Aclaran dudas c. No se entienden d. No aportan nada e. Son muy prudentes
		2.1.2. Llamadas de Dudas en el programa de Salud “La clínica de la columna”	2.2.2.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público cómo considera usted que son: a. Confusas b. De apoyo c. Aclaran dudas d. Aportan mucho

			e. No aportan nada
		2.1.3. Llamadas de Dudas en el programa de Salud “El ángel de tu salud”	2.1.3.- Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”: a. Poco b. Nada c. Mucho d. A veces e. Depende
		2.1.4.- Llamadas de Dudas en los programas esotéricas	2.1.4- Considera que las llamadas dentro de los programa esotéricos:

			<ul style="list-style-type: none"> a. Son confusas b. Aclaran dudas c. No aportan nada d. Apoyan al contenido del programa e. La mayoría de las veces no vienen al caso
		<p>2.1.5.- Mensajes Multimedia para peticiones de canciones dentro de la programación musical.</p>	<p>2.1.5.- considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Prefiero llamar b. Si es más fácil c. No, pues no tengo celular d. No, pues no se mandar mensajes

			e. Si, pero también deben aceptar llamadas
		2.1.6.- Mensajes Multimedia para premios dentro de la programación musical.	<p>2.1.6.- Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular:</p> <p>a. Sí</p> <p>b. No</p> <p>c. A veces</p> <p>d. Depende</p> <p>e. Casi siempre</p>
		2.1.7.- Mensajes Multimedia para peticiones dentro del programa de espectáculos "La Oreja".	<p>2.1.7.- Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire:</p> <p>a. Poco</p>

			<p>b. Nada</p> <p>c. Depende</p> <p>d. Me da igual</p> <p>e. Mucho me hace sentir importante</p>
	2.2.- CONTENIDO	2.2.1.- Programas musicales especiales semanales (de un solo artista)	<p>2.2.1.- Cómo considera que son los programas musicales especiales:</p> <p>a. Muy buenos</p> <p>b. Me aburren</p> <p>c. No me gustan</p> <p>d. Depende el artista</p> <p>e. Me agradan deberían repetirse más días a la semana</p>
		2.2.2.- Programas musicales (todo los días a todas horas)	2.2.2.- Qué opina de la música que se toca en a

			<p>estación</p> <p>a. Me gusta pues son solo éxitos</p> <p>b. Hay canciones que no conozco</p> <p>c. A veces la música es aburrida</p> <p>d. No me gusta que a veces repiten mucho la música</p> <p>e. Me gusta pues me hace recordar</p>
		<p>2.2.3.- Programa de espectáculos “La Oreja”</p>	<p>2.2.3.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?</p> <p>a. Si me gusta mucho, pues me distrae</p>

			<p>b. No, me aburren los chismes de los famosos</p> <p>c. No, me caen mal los conductores del programa</p> <p>d. Si, me interesan los chismes de los artistas</p> <p>e. Me da igual, yo solo escucho la estación cuando tienen música</p>
		<p>2.2.4.- Programa de salud “La luz de naturismo con el maestro Shaya Michan”</p>	<p>2.2.4.-¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?</p> <p>a. Es muy amable</p> <p>b. No se le entiende mucho</p> <p>c. Es bromista y aclara las dudas</p>

			<p>d. En ocasiones es un poco grosero</p> <p>e. En ocasiones grita mucho</p>
		2.2.5.- Programa de salud “La clínica de la columna”	<p>2.2.5.- Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> <p>c. A veces</p> <p>d. Para nada</p> <p>e. En ocasiones</p>
		2.2.6.- Programa de salud “El ángel de tu salud”	2.2.6.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa

			<p>“El ángel de tu salud?</p> <p>a. Malo</p> <p>b. Bueno</p> <p>c. Me gusta</p> <p>d. No son muy claros</p> <p>e. Creo que se deben poner mas ejemplos</p>
		2.2.7.- Programas Esotéricos	<p>2.2.7.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?</p> <p>a. Me gustan los temas</p> <p>b. No creo que sea bueno</p> <p>c. Es una excelente opción</p> <p>d. Creo que quita veracidad a la estación</p> <p>e. Es bueno, que se traten</p>

			diversos temas
3.- SOCIODEMOGRAFICOS	3.1.- GÉNERO	<p>3.3.1.- Tomando en cuenta que solo existen genero:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Masculino - Femenino 	<p>3.3.1.- Indique a qué género pertenece:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Femenino b. Masculino
	3.2.- EDAD	<p>3.3.2.- Teniendo como rangos de edad dentro de nuestro auditorio</p> <ul style="list-style-type: none"> 20-30 años 31-40 años 41-50 años 51-60 años 61-70 años 	<p>3.3.2.- Señale en cuál de los siguientes rangos se encuentra su edad:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. 20-30 años b. 31-40 años c. 41-50 años d. 51-60 años e. 61-70 años
	3.3.- OCUPACIÓN		3.3.3.- ¿A qué se dedica

			<p>actualmente?</p> <p>-----</p>
	<p>3.4.- LUGAR DE RESIDENCIA (MUNICIPIO O DELGACIÓN)</p>		<p>3.3.4.- ¿En que Delegación o Municipio nos escucha?</p> <p>-----</p>
	<p>3.5.- NIVEL MAXIMO DE ESCOLARIDAD</p>		<p>3.3.5.- ¿Cuál es nivel máximo de escolaridad?</p> <p>-----</p>
	<p>3.6.- TIEMPO QUE LLEVA ESCUCHANDO LA ESTACÓN</p>		<p>3.3.6.- ¿Cuánto tiempo lleva escuchando la estación?</p> <p>-----</p>

	3.7.- NIVEL SOCIOECONÓMICO		3.3.7.- Indique a cuanto ascienden sus ingresos mensuales: a. 1,000 - 5,000 b. 5,500 - 13,000 c. 13,500 ó más
--	-----------------------------------	--	---

3.5.- La Arboreación del Cuestionario

La Arboreación se refiere a la ordenación de los reactivos conforme aparecerán en el cuestionario, para ello se establecen los siguientes criterios:

- *Cuestionario difícil, preguntar primero datos sociodemográficos,*
- *Criterio de lo mas fácil a lo mas difícil*
- *De lo más conocido a lo menos conocido*
- *De lo sencillo a lo complejo*
- *Por tipo de reactivo... pregunta abierta... abc... 12345*
 - a. Sociodemográficos
 - b. Concepto
 - c. Opinión

A continuación se presenta la tabla de arboreación realizada en esta investigación, pretendiendo que con la misma pueda usted tener un mejor entendimiento del proceso que se llevó en este trabajo.

TABLA DE ARBOREACIÓN

REACTIVOS	No. de Pregunta en cuestionario
3.3.1.- Indique a qué género pertenece: a. Femenino b. Masculino	1
3.3.6.- ¿Cuánto tiempo lleva escuchando la estación?	2
3.3.4.- ¿En que Delegación o Municipio nos escucha?	3
3.3.2.- Señale en cuál de los siguientes rangos se encuentra su edad: a. 20-30 años b. 31-40 años c. 41-50 años d. 51-60 años e. 61-70 años	4
3.3.5.- ¿Cuál es su nivel máximo de escolaridad?	5
3.3.3.- ¿A qué se dedica actualmente?	6
3.3.7.- Indique a cuanto ascienden sus ingresos mensuales: a. 1,000 - 5,000 b. 5,500 - 13,000 c. 13,500 ó más	7
1.2.2.- En los programas que se transmiten todos los días a todas horas se puede escuchar:	8

<p>a. Música</p> <p>b. Noticias</p> <p>c. Deportes</p> <p>d. Espectáculos</p> <p>e. Entretenimiento</p>	
<p>1.2.3.- El contenido del programa “La Oreja” es de:</p> <p>a. Música</p> <p>b. Noticias</p> <p>c. Deportes</p> <p>d. Espectáculos</p> <p>e. Entretenimiento</p>	9
<p>1.2.1.- Los programas especiales se refieren a :</p> <p>a. Notas rojas</p> <p>b. Tips caseros</p> <p>c. Noticia del día</p> <p>d. Comentarios oportunos</p> <p>e. Música de un solo artista</p>	10
<p>1.1.1. En el programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan” las llamadas se refieren a:</p> <p>a. Salud</p> <p>b. Noticias</p> <p>c. Deportes</p>	11

d. Esoterismo e. Espectáculos	
1.1.4. En los programas transmitidos de 2-3pm las llamadas se refieren a: a. Misterios b. Ocultismo c. Astrología d. Hermetismo e. Esoterismo	12
1.1.2. En el programa “La clínica de la columna” las llamadas se refieren a: a. Salud b. Higiene c. Noticias d. Hueseros e. Espectáculos	13
1.1.3. En el programa “El ángel de tu salud” las llamadas se refieren a: a. Salud b. Noticias c. Curaciones d. Hermetismo e. Espectáculos	14

<p>1.1.5.- Dentro de la programación musical los mensajes multimedia solicitan:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Noticias b. Chismes c. Canciones d. Horóscopos e. Tips Caseros 	<p>15</p>
<p>1.1.6.- Dentro de la programación de la estación, los mensajes multimedia solicitan:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Regalos b. Tips de Salud c. Tips deportivos d. Tips Astrológicos e. Oportunidades de empleo 	<p>16</p>
<p>1.1.7.- En el programa “La Oreja” los mensajes solicitan:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Saludos b. Canciones c. Aviso Oportuno d. Venta de productos e. Cápsulas informativas 	<p>17</p>
<p>2.1.5.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Prefiero llamar b. No, pues no tengo celular 	<p>18</p>

<p>c. No, pues no se mandan mensajes</p> <p>d. Si, pero también deben aceptar llamadas</p> <p>e. Si es más fácil y seguro que me complazcan</p>	
<p>2.2.3.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?:</p> <p>a. No, me caen mal los conductores</p> <p>b. Si me gusta mucho, pues me distrae</p> <p>c. No, me aburren los chismes de los famosos</p> <p>d. Si, me interesan los chismes de los artistas</p> <p>e. Me da igual, yo solo escucho la estación cuando tienen música</p>	19
<p>2.2.2.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?</p> <p>a. Me gusta pues son solo éxitos</p> <p>b. Hay canciones que no conozco</p> <p>c. Me gusta pues me hace recordar</p> <p>d. No me gusta que a veces repiten mucho la música</p> <p>e. A veces la música es aburrida, debería poner más música moderna</p>	20
<p>2.2.1.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?:</p> <p>a. Muy buenos</p> <p>b. Me aburren</p> <p>c. No me gustan</p> <p>d. Depende el artista</p> <p>e. Me agradan deberían repetirse más días a la semana</p>	21

<p>2.1.6.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?:</p> <p>a. Sí</p> <p>b. No</p> <p>c. A veces</p> <p>d. Depende</p> <p>e. Casi siempre</p>	<p>22</p>
<p>2.1.7.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:</p> <p>a. Poco</p> <p>b. Nada</p> <p>c. Depende</p> <p>d. Me da igual</p> <p>e. Mucho me hace sentir importante</p>	<p>23</p>
<p>2.2.6.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud?:</p> <p>a. Malo</p> <p>b. Bueno</p> <p>c. Me gusta</p> <p>d. No son muy claros</p> <p>e. Creo que se deben poner mas ejemplos</p>	<p>24</p>
<p>2.2.4.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?:</p> <p>a. Es muy amable</p>	<p>25</p>

<p>b. No se le entiende mucho</p> <p>c. Es bromista y aclara las dudas</p> <p>d. En ocasiones es un poco grosero</p> <p>e. En ocasiones grita y eso me molesta</p>	
<p>2.2.5.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?:</p> <p>a. Si</p> <p>b. No</p> <p>c. A veces</p> <p>d. Para nada</p> <p>e. En ocasiones</p>	26
<p>2.2.7.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?:</p> <p>a. Me gustan los temas</p> <p>b. No creo que sea bueno</p> <p>c. Es una excelente opción</p> <p>d. Creo que quita veracidad a la estación</p> <p>e. Es bueno, que se traten diversos temas para distraernos</p>	27
<p>2.2.1.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”:</p> <p>a. Confusas</p> <p>b. Aclaran dudas</p>	28

<p>c. No se entienden</p> <p>d. No aportan nada</p> <p>e. Son muy prudentes</p>	
<p>2.1.3.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:</p> <p>a. Poco</p> <p>b. Nada</p> <p>c. Mucho</p> <p>d. A veces</p> <p>e. Depende</p>	29
<p>2.2.2.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?:</p> <p>a. Confusas</p> <p>b. De apoyo</p> <p>c. Aclaran dudas</p> <p>d. Aportan mucho</p> <p>e. No aportan nada</p>	30
<p>2.1.4- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?:</p> <p>a. Confusas</p> <p>b. Aclaran dudas</p> <p>c. No aportan nada</p> <p>d. La mayoría de las veces no vienen al caso</p> <p>e. Apoyan y dan sentido al contenido del programa</p>	31

<p>1.2.4.- En el programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan” sus temas son:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Salud b. Noticias c. Notas rojas d. Entretenimiento e. Cápsulas esotéricas 	<p>32</p>
<p>1.2.6.- Dentro del programa “El ángel de tu salud” se abordan temas relacionados:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Salud b. Astrología c. Espectáculos d. Entretenimiento e. Higiene personal 	<p>33</p>
<p>1.2.5.- En el programa “La clínica de la columna” hablan sobre problemas relacionados con:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Salud b. Caseros c. Emocionales d. Autodestructivos e. Problemas con los hijos 	<p>34</p>
<p>1.2.7.- En los programas que se transmiten de 2-3pm se habla sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Misterios 	<p>35</p>

b. Ocultismo

c. Astrología

d. Esoterismo

e. Hermetismo

3.6. Cuestionario Piloto

Análisis del Formato y Contenido de la estación Bésame 940

Este cuestionario tiene la intención de recopilar la información necesaria para un diagnóstico de carencias y necesidades de la estación Bésame 940; el carácter de esta investigación es meramente educativo. Los datos que este cuestionario arrojen se tomarán en cuenta para la mejora de la estación. Agradecemos responda con veracidad las preguntas que a continuación se presentan.

INSTRUCCIONES: Escuche con atención las preguntas y elija solo una de las opciones que se dan como respuesta:

- 1.- Indique a qué género pertenece: F M
- 2.- ¿Cuánto tiempo lleva escuchando la estación? _____
- 3.- ¿En que Delegación o Municipio nos escucha? _____

- 4.- Señale en cuál de los siguientes rangos se encuentra su edad:
 - a. 20-30 años
 - b. 31-40 años
 - c. 41-50 años
 - d. 51-60 años
 - e. 61-70 años

- 5.- ¿Cuál es su nivel máximo de escolaridad? _____

- 6.- ¿A qué se dedica actualmente? _____

- 7.- Indique a cuanto ascienden sus ingresos mensuales:
 - a. 1,000 - 5,000
 - b. 5,500 - 13,000
 - c. 13,500 ó más

- 8.- En los programas que se transmiten todos los días a todas horas se puede escuchar:
 - a. Música

- b. Noticias
- c. Deportes
- d. Espectáculos
- e. Entretenimiento

9.- El contenido del programa "La Oreja" es de:

- a. Música
- b. Noticias
- c. Deportes
- d. Espectáculos
- e. Entretenimiento

10.- Los programas especiales se refieren a :

- a. Notas rojas
- b. Tips caseros
- c. Noticia del día
- d. Comentarios oportunos
- e. Música de un solo artista

11.- En el programa "La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan" las llamadas se refieren a:

- a. Salud
- b. Noticias
- c. Deportes
- d. Esoterismo
- e. Espectáculos

12.- En los programas transmitidos de 2-3pm las llamadas se refieren a:

- a. Misterios
- b. Ocultismo
- c. Astrología
- d. Hermetismo

e. Esoterismo

13.- En el programa “La clínica de la columna” las llamadas se refieren a:

- a. Salud
- b. Higiene
- c. Noticias
- d. Hueseros
- e. Espectáculos

14.- En el programa “El ángel de tu salud” las llamadas se refieren a:

- a. Salud
- b. Noticias
- c. Curaciones
- d. Hermetismo
- e. Espectáculos

15.- Dentro de la programación musical los mensajes multimedia solicitan:

- a. Noticias
- b. Chismes
- c. Canciones
- d. Horóscopos
- e. Tips Caseros

16.- Dentro de la programación de la estación, los mensajes multimedia solicitan:

- a. Regalos
- b. Tips de Salud
- c. Tips deportivos
- d. Tips Astrológicos
- e. Oportunidades de empleo

17.- En el programa “La Oreja” los mensajes solicitan:

- a. Saludos
- b. Canciones
- c. Aviso Oportuno
- d. Venta de productos
- e. Cápsulas informativas

18.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?:

- a. Prefiero llamar
- b. No, pues no tengo celular
- c. No, pues no se mandar mensajes
- d. Si, pero también deben aceptar llamadas
- e. Si es más fácil y seguro que me complazcan

19.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?:

- a. No, me caen mal los conductores
- b. Si me gusta mucho, pues me distrae
- c. No, me aburren los chismes de los famosos
- d. Si, me interesan los chismes de los artistas
- e. Me da igual, yo solo escucho la estación cuando tienen música

20.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?

- a. Me gusta pues son solo éxitos
- b. Hay canciones que no conozco
- c. Me gusta pues me hace recordar
- d. No me gusta que a veces repiten mucho la música
- e. A veces la música es aburrida, debería poner más música moderna

21.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?:

- a. Muy buenos
- b. Me aburren

- c. No me gustan
- d. Depende el artista
- e. Me agradan deberían repetirse más días a la semana

22.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?:

- a. Sí
- b. No
- c. A veces
- d. Depende
- e. Casi siempre

23.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:

- a. Poco
- b. Nada
- c. Depende
- d. Me da igual
- e. Mucho me hace sentir importante

24.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud?”:

- a. Malo
- b. Bueno
- c. Me gusta
- d. No son muy claros
- e. Creo que se deben poner mas ejemplos

25.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?:

- a. Es muy amable
- b. No se le entiende mucho
- c. Es bromista y aclara las dudas
- d. En ocasiones es un poco grosero

e. En ocasiones grita y eso me molesta

26.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?:

a. Si

b. No

c. A veces

d. Para nada

e. En ocasiones

27.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?:

a. Me gustan los temas

b. No creo que sea bueno

c. Es una excelente opción

d. Creo que quita veracidad a la estación

e. Es bueno, que se traten diversos temas para distraernos

28.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”:

a. Confusas

b. Aclaran dudas

c. No se entienden

d. No aportan nada

e. Son muy prudentes

29.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:

a. Poco

b. Nada

c. Mucho

d. A veces

e. Depende

30.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?:

- a. Confusas
- b. De apoyo
- c. Aclaran dudas
- d. Aportan mucho
- e. No aportan nada

31.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?:

- a. Confusas
- b. Aclaran dudas
- c. No aportan nada
- d. La mayoría de las veces no vienen al caso
- e. Apoyan y dan sentido al contenido del programa

32.- En el programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan” sus temas son:

- a. Salud
- b. Noticias
- c. Notas rojas
- d. Entretenimiento
- e. Cápsulas esotéricas

33.- Dentro del programa “El ángel de tu salud” se abordan temas relacionados:

- a. Salud
- b. Astrología
- c. Espectáculos
- d. Entretenimiento
- e. Higiene personal

34.- En el programa “La clínica de la columna” hablan sobre problemas relacionados con:

- a. Salud
- b. Caseros

- c. Emocionales
- d. Autodestructivos
- e. Problemas con los hijos

35.- En los programas que se transmiten de 2-3pm se habla sobre:

- a. Misterios
- b. Ocultismo
- c. Astrología
- d. Esoterismo
- e. Hermetismo

*****Gracias por su participación*****

3.7 Reporte del Levantamiento de Datos

El levantamiento de los datos del cuestionario piloto se realizó el 09 de noviembre del 2007 con un horario de 9:00 a 13:00hrs. en la cabina de Bésame 940 dentro de Televisa Radio, ubicada en Tlapan 3000 Colonia Espartaco al sur de la ciudad de México. Este cuestionario piloto fue aplicado por la investigadora Karina Itzel Ortega Juárez y es importante recordar que el tipo de cuestionario aplicado fue una *encuesta telefónica*. El número de encuestados fue de 10 radioescuchas y se procedió de la siguiente manera:

Lo primero que se tuvo que hacer para realizar esta prueba piloto, fue pedir la autorización del coordinador de la estación, ya que sin ella no se podía acceder a cabina y mucho menos cuestionar al público sobre cuestiones de la estación. Así que ya con la aprobación correspondiente se procedió de la siguiente manera:

1.- Seleccionamos algunos de los radioescuchas 5 fueron tomados de las llamadas que entran en directo a los programas en vivo, los otros 5 fueron tomados de la gente que manda mensajes vía multimedia, ya que se tiene un registro con el número celular, el mensaje, la compañía y la hora en que se manda el mensaje en una base de datos.

2.- Posteriormente se les comentaba que el motivo de la llamada era hacerle unas preguntas relacionadas con la estación, las personas muy amables accedieron a contestar todas las preguntas incluso algunas de ellas nos dieron algunos comentarios de lo que les gustaba y no de la estación, que también se tomaran en cuenta.

3.- Es importante señalar que al final se les preguntó a cada uno de los encuestados que dijeran si habían tenido alguna dificultad con una de las preguntas, y que señalaran que tan sencillo o tedioso se les había hecho la encuesta, esto como manera de retroalimentación buscando mejorar nuestra prueba piloto.

Con base en los puntos anteriores y después del siguiente razonamiento se decidió:

- ★ Como algunos encuestados comentaron que el cuestionario tenía preguntas repetidas y que era muy largo, se realizaron otras dos revisiones mas detalladas y se tomó la decisión de eliminar las preguntas 11, 12, 13 y 14 ya que aunque no son iguales si son muy similares, y con la respuesta de las preguntas 32, 33, 34 y 35 se responde sobre el conocimiento de las anteriores pues el mismo tema es lo que se concluye.

- ★ También se hará una modificación en la pregunta 3 dando dos opciones en vez de dejar la respuesta abierta, esto nos ayudara de manera más clara a saber el tipo de público que nos escucha.
- ★ Se darán opciones en la pregunta 5 que se refiere al nivel máximo de estudios, debido a que algunos encuestados comentaron que se deberían incluir para facilitarles la respuesta y para reducir así el tiempo de la encuesta.
- ★ Finalmente la última corrección a realizarse dentro de la prueba piloto es eliminar el reactivo número 7 que hace referencia a los ingresos de los escuchas, ya que se concluyó que ese factor no es determinante para que los radioescuchas den su opinión dentro de este estudio, pues es suficiente saber la ocupación de la gente que escucha la estación.

3.8.- Cuestionario Final

Dado lo anterior el CUESTIONARIO FINAL quedó de la siguiente manera:

Análisis del Formato y Contenido de la estación Bésame 940 (Nov-2007) N o. Folio_____

Este cuestionario tiene la intención de recopilar la información necesaria para un diagnóstico de carencias y necesidades de la estación Bésame 940; el carácter de esta investigación es meramente educativo. Los datos que este cuestionario arrojen se tomarán en cuenta para la mejora de la estación. Agradecemos no olvide responder con veracidad las preguntas que a continuación se presentan.

INSTRUCCIONES: Escuche con atención las preguntas y elija solo una de las opciones que se dan como respuesta:

- 1.- Indique a qué género pertenece: F M
- 2.- ¿Cuánto tiempo lleva escuchando la estación? _____
- 3.- Señale en donde nos escucha en Delegación o Municipio e indique cuál

- 4.- Señale en cuál de los siguientes rangos se encuentra su edad:
 - a. 20-30 años
 - b. 31-40 años
 - c. 41-50 años
 - d. 51-60 años
 - e. 61-70 años
- 5.- ¿Cuál es su nivel máximo de escolaridad?
 - a. Primaria
 - b. Secundaria
 - c. Medio Superior (bachillerato-prepa)
 - d. Licenciatura
 - e. Maestría ó Doctorado

6.- ¿A qué se dedica actualmente? _____

7.- En los programas que se transmiten todos los días a todas horas se puede escuchar:

- a. Música
- b. Noticias
- c. Deportes
- d. Espectáculos
- e. Entretenimiento

8.- El contenido del programa “La Oreja” es de:

- a. Música
- b. Noticias
- c. Deportes
- d. Espectáculos
- e. Entretenimiento

9.- Los programas especiales se refieren a :

- a. Notas rojas
- b. Tips caseros
- c. Noticia del día
- d. Comentarios oportunos
- e. Música de un solo artista

10.- Dentro de la programación musical los mensajes multimedia solicitan:

- a. Noticias
- b. Chismes
- c. Canciones
- d. Horóscopos
- e. Tips Caseros

11.- Dentro de la programación de la estación, los mensajes multimedia solicitan:

- a. Regalos
- b. Tips de Salud
- c. Tips deportivos
- d. Tips Astrológicos
- e. Oportunidades de empleo

12.- En el programa “La Oreja” los mensajes solicitan:

- a. Saludos
- b. Canciones
- c. Aviso Oportuno
- d. Venta de productos
- e. Cápsulas informativas

13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?:

- a. Prefiero llamar
- b. No, pues no tengo celular
- c. No, pues no se mandar mensajes
- d. Si, pero también deben aceptar llamadas
- e. Si es más fácil y seguro que me complazcan

14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?:

- a. No, me caen mal los conductores
- b. Si me gusta mucho, pues me distrae
- c. No, me aburren los chismes de los famosos
- d. Si, me interesan los chismes de los artistas
- e. Me da igual, yo solo escucho la estación cuando tienen música

15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?

- a. Me gusta pues son solo éxitos
- b. Hay canciones que no conozco

- c. Me gusta pues me hace recordar
- d. No me gusta que a veces repiten mucho la música
- e. A veces la música es aburrida, debería poner más música moderna

16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?:

- a. Muy buenos
- b. Me aburren
- c. No me gustan
- d. Depende el artista
- e. Me agradan deberían repetirse más días a la semana

17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?:

- a. Sí
- b. No
- c. A veces
- d. Depende
- e. Casi siempre

18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:

- a. Poco
- b. Nada
- c. Depende
- d. Me da igual
- e. Mucho me hace sentir importante

19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud?”:

- a. Malo
- b. Bueno
- c. Me gusta
- d. No son muy claros
- e. Creo que se deben poner mas ejemplos

20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?:

- a. Es muy amable
- b. No se le entiende mucho
- c. Es bromista y aclara las dudas
- d. En ocasiones es un poco grosero
- e. En ocasiones grita y eso me molesta

21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?:

- a. Si
- b. No
- c. A veces
- d. Para nada
- e. En ocasiones

22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?:

- a. Me gustan los temas
- b. No creo que sea bueno
- c. Es una excelente opción
- d. Creo que quita veracidad a la estación
- e. Es bueno, que se traten diversos temas para distraernos

23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”:

- a. Confusas
- b. Aclaran dudas
- c. No se entienden
- d. No aportan nada
- e. Son muy prudentes

24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:

- a. Poco
- b. Nada
- c. Mucho
- d. A veces
- e. Depende

25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?:

- a. Confusas
- b. De apoyo
- c. Aclaran dudas
- d. Aportan mucho
- e. No aportan nada

26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?:

- a. Confusas
- b. Aclaran dudas
- c. No aportan nada
- d. La mayoría de las veces no vienen al caso
- e. Apoyan y dan sentido al contenido del programa

27.- En el programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan” sus temas son:

- a. Salud
- b. Noticias
- c. Notas rojas
- d. Entretenimiento
- e. Cápsulas esotéricas

28.- Dentro del programa “El ángel de tu salud” se abordan temas relacionados:

- a. Salud

- b. Astrología
- c. Espectáculos
- d. Entretenimiento
- e. Higiene personal

29.- En el programa “La clínica de la columna” hablan sobre problemas relacionados con:

- a. Salud
- b. Caseros
- c. Emocionales
- d. Autodestructivos
- e. Problemas con los hijos

30.- En los programas que se transmiten de 2-3pm se habla sobre:

- a. Misterios
- b. Ocultismo
- c. Astrología
- d. Esoterismo
- e. Hermetismo

*****Gracias por su participación*****

3.9.- Resultados del Piloteo

A continuación se presentan, en tablas de frecuencia y porcentaje, por indicador, los resultados de la prueba piloto.

3.3.1.- GÉNERO		
OPCIONES	FREC	%
MASCULINO	4	40%
FEMENINO	6	60%
TOTAL	10	100%

Así pues se puede decir que de los 10 encuestados el 40% son hombres y el 60% mujeres.

3.3.6.- TIEMPO QUE LLEVA ESCUCHANDO LA ESTACIÓN		
Opciones	Frecuencia	%
1-10 AÑOS	3	30%
11-20 AÑOS	1	10%
21-30 AÑOS	3	30%
31-40 AÑOS	2	20%
41 ó MÁS	1	10%
TOTAL	10	100%

En el caso de la antigüedad se puede deducir que es muy variables, ya que un 30% de encuestados tienen de el mínimo de años escuchando la estación, mientras que el 10% lleva 11-20 años escuchando, 30% 21-30 años escuchando, un 20% que tiene escuchando la estación 31-40 años y solo un 10% lleva escuchando la estación con mas de 41 años.

3.3.2.- EDAD		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
20-30 AÑOS	0	0%
31-40 AÑOS	3	30%
41-50 AÑOS	5	50%
51-60 AÑOS	1	10%
61-70 AÑOS	1	10%
TOTAL	10	100%

Por lo tanto se puede concluir que la estación, cumple las expectativas de todas las edades, ya que las personas que escuchan la estación tienen diversas edades satisfaciendo y cumpliendo las expectativas de todas.

3.3.4.- DELEGACIÓN O MUNICIPIO		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
CUAUHTÉMOC	1	10%
IZTAPALAPA	2	20%
CD NEZAHUALCOYOTL	1	10%
COYOACAN	1	10%
TLALPAN	1	10%
ALVARO OBREGÓN	1	10%
NAUCALPAN	1	10%
GUSTAVO A. MADERO	1	10%
ECATEPEC	1	10%
TOTAL	10	100%

El lugar en donde vive es también una de las variantes que nos ayudaran a este estudio, por lo que al haber tantos municipios y delegaciones se tomo en cuenta vivir simplemente en delegación y municipio teniendo así un mejor control de los datos para nuestro estudio.

3.3.5.- ESCOLARIDAD		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
PRIMARIA	1	10%
SECUNDARIA	0	0%
MEDIO SUPERIOR	7	70%
LICENCIATURA	2	20%
TOTAL	10	100%

En lo que a escolaridad se refiere un 10% apenas termino su primaria, mientras que un 70% el nivel medio superior y un 20% la licenciatura.

3.3.3.- OCUPACIÓN		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
AMA DE CASA	2	20%
OBRERO	1	10%
NEGOCIO PROPIO	3	30%
TRABAJADOR (A) EMPRESA	4	40%
TOTAL	10	100%

Parte de la gente que escucha la estación es bien sabido que la escucha desde sus trabajos, así que tomamos este dato sociodemográfico como relevante dentro de nuestra investigación, por lo que en resultados de prueba piloto pudimos observar que un 20% son amas de casa un 10% son obreros, 30% tienen un negocio propio y un 40% son trabajadores de alguna empresa.

3.3.7.- INGRESOS		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
\$1,000 - \$5,000	5	50%
\$5,500 - \$13,000	5	50%
\$13,500 ó más	0	0%
TOTAL	10	100%

Los ingresos también determinaran a que grupos económico se encuentran los escuchas, así que un 50% gana entre \$1,00 y \$5,000 mientras que el otro 50% tiene ingresos mensuales de \$5,000 a \$13,000.

1.2.2.- EN LOS PROGRAMAS QUE SE TRANSMITEN TODOS LOS DÍAS A TODAS HORAS SE PUEDE ESCUCHAR		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Música	8	80%
b. Noticias	0	0%
c. Deportes	0	0%
d. Espectáculos	0	0%
e. Entretenimiento	2	20%
TOTAL	10	100%

Solo un 80% supo que la música se trasmite todos los días a todas horas.

1.2.3.- EL CONTENIDO DEL PROGRAMA “LA OREJA” ES DE:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Música	0	0%
b. Noticias	0	0%
c. Deportes	0	0%
d. Espectáculos	10	100%
e. Entretenimiento	0	0%
TOTAL	10	100%

Todos los encuestados pudieron constatar que el contenido del nuevo programa que tiene la estación.

1.2.1.- LOS PROGRAMAS ESPECIALES SE REFIEREN A :		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Notas rojas	0	0%
b. Tips caseros	1	1%
c. Noticia del día	1	1%
d. Comentarios oportunos	1	1%
e. Música de un solo artista	7	70%
TOTAL	10	100%

Aunque es evidente que existe un poco de confusión en los escuchas sobre el contenido de los programas especiales mas de la mitad tuvo el conocimiento.

1.1.1. EN EL PROGRAMA “LA LUZ DEL NATURISMO CON EL MAESTRO SHAYA MICHAN” LAS LLAMADAS SE REFIEREN A:		
Opciones	Frecuencia	%
a. Salud	8	80%
b. Noticias	0	0%
c. Deportes	0	0%
d. Esoterismo	2	20%
e. Espectáculos	0	0%
TOTAL	10	100%

El 80% conoce bien el contenido del programa del maestro Shaya Michan

1.1.4. EN LOS PROGRAMAS TRANSMITIDOS DE 2-3PM LAS LLAMADAS SE REFIEREN A:		
Opciones	Frecuencia	%
a. Misterios	2	20%
b. Ocultismo	0	0%
c. Astrología	2	20%
d. Hermetismo	0	0%
e. Esoterismo	6	60%
TOTAL	10	100%

Aunque algunos aseguran que son temas que ni al caso la confusión aquí esta mas evidente pues solo el 60% pudo decir acertadamente el contenido de los programas que se trasmiten de 2-3pm

1.1.2. EN EL PROGRAMA “LA CLÍNICA DE LA COLUMNA” LAS LLAMADAS SE REFIEREN A:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Salud	9	90%
b. Higiene	0	0%
c. Noticias	0	0%
d. Hueseros	1	10%
e. Espectáculos	0	0%
TOTAL	10	100%

Un 90% pudo decir con certeza sobre el contenido del programa “La Clínica de la salud”.

1.1.3. EN EL PROGRAMA “EL ÁNGEL DE TU SALUD” LAS LLAMADAS SE REFIEREN A:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Salud	10	100%
b. Noticias	0	0%
c. Curaciones	0	0%
d. Hermetismo	0	0%
e. Espectáculos	0	0%
TOTAL	10	100%

Aunque algunas preguntas son por demás obvias un 100% conoce el formato de la estación

1.1.5.- DENTRO DE LA PROGRAMACIÓN MUSICAL LOS MENSAJES MULTIMEDIA SOLICITAN:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Noticias	0	0%
b. Chismes	1	10%
c. Canciones	9	90%
d. Horóscopos	0	0%
e. Tips Caseros	0	0%
TOTAL	10	100%

Solo 90% supo que los mensajes solicitaban canciones

1.1.6.- DENTRO DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTACIÓN, LOS MENSAJES MULTIMEDIA SOLICITAN:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Regalos	10	100%
b. Tips de salud	0	0%
c. Tips deportivos	0	0%
d. Tips Astrológicos	0	0%
e. Oportunidades de empleo	0	0%
TOTAL	10	100%

Todos los encuestados supieron que los mensajes son para pedir regalos, ya que no se dan obsequios sino es por esta vía.

1.1.7.- EN EL PROGRAMA “LA OREJA” LOS MENSAJES SOLICITAN:		
Opciones	Frecuencia	%
a. Saludos	8	80%
b. Canciones	2	20%
c. Aviso Oportuno	0	0%
d. Venta de productos	0	0%
e. Cápsulas informativas	0	0%
TOTAL	10	100%

Un 80% de los mensajes supo dentro el programa la oreja, los mensajes solicitan saludos.

2.1.5.- ¿CONSIDERA QUE FUE BUENA OPCIÓN METER LOS MENSAJES MULTIMEDIA PARA PETICIONES EN LA PROGRAMACIÓN MUSICAL?:		
Opciones	Frecuencia	%
a. Prefiero llamar	1	10%
b. No, pues no tengo celular	1	10%
c. No, pues no se mandar mensajes	2	20%
d. Si, pero también deben aceptar llamadas	5	50%
e. Si es más fácil y seguro que me complazcan	1	10%
TOTAL	10	100%

La pregunta donde hay mas confusión o variedad en las opiniones es en esta ya que un 10% del auditorio prefiere llamar en ves de mandar mensajes, el otro 10% señala que no tiene celular, el 20% aunque tiene celular no sabe mandar mensajes,

2.2.3.- ¿CONSIDERA QUE FUE BUENA OPCIÓN METER EL PROGRAMA “LA OREJA” DENTRO DE NUESTRA PROGRAMACIÓN?:		
Opciones	Frecuencia	%
a. No, me caen mal los conductores	1	10%
b. Si, me gusta mucho, pues me distrae	3	30%
c. No, me aburren los chismes de los famosos	2	20%
d. si, me interesan los chismes de los artistas	1	10%
e. Me da igual, yo solo escucho la estación cuando ponen música	3	30%
TOTAL	10	100%

Esta opinión varía ya que la frecuencia entre ellos es diversa

2.2.2.- ¿QUÉ OPINA DE LA MÚSICA QUE SE TOCA EN LA ESTACIÓN?		
Opciones	Frecuencia	%
a. Me gusta pues solo son éxitos	7	70%
b. Hay canciones que no conozco	0	0%
c. Me gusta pues me hace recordar	2	20%
d. No me gusta que a veces repiten mucho la misma música	1	10%
e. A veces la música es aburrida, deberían poner más música moderna	0	0%
TOTAL	10	100%

Al 70% de la población le gusta la música que se toca en la estación

2.2.1.- ¿CÓMO CONSIDERA QUE SON LOS PROGRAMAS MUSICALES ESPECIALES?:		
Opciones	Frecuencia	%
a. Muy buenos	2	20%
b. Me aburren	1	10%
c. No e gustan	0	0%
d. Depende el artista	4	40%
e. Me agradan deberían repetirse más días a la semana	3	30%
TOTAL	10	100%

Al 40% de los encuestados les gusta los programas especiales

2.1.6.- ¿CREE QUE ES MÁS FÁCIL Y SEGURO GANAR OBSEQUIOS VÍA MENSAJES DE CELULAR?:		
Opciones	Frecuencia	%
a. Sí	4	40%
b. No	2	20%
c. A veces	3	30%
d. Depende	0	0%
e. Casi siempre	1	10%
TOTAL	10	100%

Solo 40% cree que es más facial ganar obsequios vía mensajes

2.1.7.- ¿QUÉ TAN IMPORTANTE ES PARA USTED, QUE LOS LOCUTORES TRANSMITAN SUS SALUDOS AL AIRE?:		
Opciones	Frecuencia	%
a. Poco	0	0%
b. Nada	0	0%
c. Depende	1	10%
d. Me da igual	2	20%
e. Mucho me hacen sentir importante	7	70%
TOTAL	10	100%

Al 70% de los encuestados les gusta escuchar sus mensajes al aire

2.2.6.- ¿CÓMO CONSIDERA QUE ES EL MANEJO DE LOS TEMAS DENTRO DEL PROGRAMA “EL ÁNGEL DE TU SALUD?:		
Opciones	Frecuencia	%
a. Malo	2	20%
b. Bueno	0	0%
c. Me gusta	3	30%
d. No, son muy claros	3	30%
e. Creo que se deben poner más ejemplos	2	20%
TOTAL	10	100%

Es confuso saber lo que pasa dentro del programa “El ángel de tu salud ya que un 20% opina que el manejo de los temas es malo, mientras que a un 30% le gusta, el otro 30% opina que no son claros, y 20% considera que se debe completar el programa.

2.2.4.- ¿QUÉ OPINA DEL TRATO QUE EL MAESTRO SHAYA MICHAN DA A LAS PERSONAS QUE LLAMAN PARA SOLICITAR DUDAS?:		
Opciones	Frecuencia	%
a. Es muy amable	3	30%
b. No se le entiende mucho	1	10%
c. Es bromista y aclara dudas	0	0%
d. En ocasiones es un poco grosero	4	40%
e. En ocasiones grita y eso me molesta	2	20%
TOTAL	10	100%

Al 40% del público no le gusta la manera en que el maestro Shaya trata a sus escuchas.

2.2.5.- ¿CREE USTED QUE EL PROGRAMA “LA CLÍNICA DE LA SALUD” DE VERDAD CUBRE SUS INTERESES Y DUDAS?:		
Opciones	Frecuencia	%
a. Sí	6	60%
b. No	0	0%
c. A veces	2	20%
d. Para nada	0	0%
e. En ocasiones	2	20%
TOTAL	10	100%

El 60% de los radioescuchas cree que los temas que se abordan dentro del programa “La clínica de la salud” cubre por completo su interés y dudas .

2.2.7.- ¿QUÉ OPINA DE QUE SE TRATEN TEMAS ESOTÉRICOS DENTRO DE LA ESTACIÓN?:		
Opciones	Frecuencia	%
a. Me gustan los temas	4	40%
b. No creo que sea bueno	2	20%
c. Es una excelente opción	0	0%
d. Creo que quita veracidad a la estación	1	10%
e. Es bueno, que se traten diversos temas para distraernos	3	30%
TOTAL	10	100%

El 40% está de acuerdo en que se traten estos temas dentro de la estación aunque el 20% considera que no son tan buenos

2.2.1.- CÓMO CONSIDERA QUE SON LAS LLAMADAS DENTRO DEL PROGRAMA “LA LUZ DEL NATURISMO CON EL MAESTRO SHAYA MICHAN”:		
Opciones	Frecuencia	%
a. Confusas	2	20%
b. Aclaran dudas	6	60%
c. No se entienden	1	10%
d. No aportan nada	1	10%
e. Son muy prudentes	0	0%
TOTAL	10	100%

El 60% considera oportunas y aclaratorias las llamadas que se transmiten dentro del programa del maestro Shaya Michan

2.1.3.- ¿QUÉ TAN OPORTUNAS CONSIDERA USTED QUE SON LAS PREGUNTAS DENTRO DEL PROGRAMA “EL ÁNGEL DE TU SALUD”:		
Opciones	Frecuencia	%
a. Poco	2	20%
b. Nada	0	0%
c. Mucho	5	50%
d. A veces	1	10%
e. Depende	2	20%
TOTAL	10	100%

Por su parte el 50% de los encuestados piensa en que son oportunas las llamadas dentro del programa “El ángel de tu salud”

2.2.2.- EN EL PROGRAMA “LA CLÍNICA DE LA COLUMNA” SE ESCUCHAN LLAMADAS DEL PÚBLICO ¿CÓMO CONSIDERA USTED QUE SON?:		
Opciones	Frecuencia	%
a. Confusas	1	10%
b. De apoyo	3	30%
c. Aclaran dudas	3	30%
d. Aportan mucho	3	30%
e. No aportan nada	0	0%
TOTAL	10	100%

En cambio en el programa “La clínica de la columna” un 10% indica que las llamadas son confusas, un 30% dicen que las llamadas son de apoyo, otro 30% cree que aclaran dudas, otro 30% opina que ese tipo de llamadas aportan mucho al contenido del programa.

2.1.4- ¿CÓMO CONSIDERA QUE SON LAS LLAMADAS DENTRO DE LOS PROGRAMAS ESOTÉRICOS?:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Confusas	0	0%
b. Aclaran dudas	2	20%
c. No aportan nada	3	30%
d. La mayoría de las veces no vienen al caso	1	10%
e. Apoyan y dan sentido al contenido del programa	4	40%
TOTAL	10	100%

En cuanto a los programas esotéricos las llamadas juegan un papel importante pues el 40% consideran que apoyan el contenido del programa.

1.2.4.- EN EL PROGRAMA “LA LUZ DEL NATURISMO CON EL MAESTRO SHAYA MICHAN” SUS TEMAS SON:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Salud	10	100%
b. Noticias	0	0%
c. Notas rojas	0	0%
d. Entretenimiento	0	0%
e. Cápsulas esotéricas	0	0%
TOTAL	10	100%

En cuanto a temas un total de encuestados sabe el contenido del programa

1.2.6.- DENTRO DEL PROGRAMA “EL ÁNGEL DE TU SALUD” SE ABORDAN TEMAS RELACIONADOS:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Salud	10	100%
b. Astrología	0	0%
c. Espectáculos	0	0%
d. Entretenimiento	0	0%
e. Higiene personal	0	0%
TOTAL	10	100%

“El agel de tu salud” por su parte es bien sabido también por todas los encuestados que sus temas son de contenido de salud.

1.2.5.- EN EL PROGRAMA “LA CLÍNICA DE LA COLUMNA” HABLAN SOBRE PROBLEMAS RELACIONADOS CON:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Salud	10	100%
b. Caseros	0	0%
c. Emocionales	0	0%
d. Autodestructivos	0	0%
e. Problemas con los hijos	0	0%
TOTAL	10	100%

En el programa “La clínica de la columna” los encuestados sabe que sus temas son relacionados con su salud.

1.2.7.- EN LOS PROGRAMAS QUE SE TRANSMITEN DE 2-3PM SE HABLA SOBRE:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Misterios	0	0%
b. Ocultismo	2	20%
c. Astrología	5	50%
d. Esoterismo	3	30%
e. Hermetismo	0	0%
TOTAL	10	100%

Y aunque con un poco de confusión 20% de los encuestados creen que los temas que se tratan en los programas de 2-3pm son de ocultismo, el 50% de astrología y solo un 30% supo la respuesta correcta ya que lo que se tratan en esos programas son temas relacionados con esoterismo.

3.10.- interpretación de los Datos

La interpretación de los datos se dará por medio de unas tablas realizadas en el presente estudio, rescatando los porcentajes más representativos, así mismo señalando los detalles se podrán observar mas adelante los resultados obtenidos.

*Las tablas que explican este apartado y la base de datos total se podrán ver electrónicamente en el CD de anexos.

capítulo 4

CAPÍTULO 4: “Levantamiento de datos y análisis de resultados”

En el presente capítulo se dará a conocer el proceso que se llevó a cabo para el levantamiento de datos; es decir se describirá paso a paso el trabajo realizado, desde el contacto con los encuestados, como es que fueron seleccionados, hasta señalar paso a paso la captura, el vaciado y lectura de los resultados.

4.1.- Características de la población.

El objetivo de este capítulo es conocer la opinión de los radioescuchas de la estación Bésame 940 a través de la realización de una encuesta telefónica.

Para un mejor entendimiento de este apartado es importante definir los siguientes conceptos:

- ✓ **Población:** es el conjunto de todos los elementos que comparten un grupo común de características y forman el universo para el propósito del problema de investigación.
- ✓ **Radioescuchas:** aquellos hombres y mujeres, que sin importar ocupación, edad, donde viven, escolaridad y tiempo que llevan escuchando la estación; llaman o mandan mensaje a la estación Bésame 9408 (cualquier otra estación radiofónica), ya que se sabe que aunque muchos son los que sintonizan la estación no de todos se obtiene una retroalimentación; es decir no de todos los que escuchan la estación tienen un comentario, una queja, sugerencia y/o preguntas sobre el formato y contenido de la misma.

La población de este estudio es considerada una muestra no representativa; pues aunque se tiene un aproximado del tamaño de población que escucha la estación no se tiene un total, además de que no se tienen identificados. El tiempo destinado a la aplicación de los cuestionarios fue del 3 al 14 de diciembre del 2007, en la cabina de la estación Bésame 940; ubicada en Tlalpan 3000 colonia Espartaco, México D.F.

Para la aplicación de los cuestionarios se tomaron dos tipos de encuestados:

- ✓ Los que llamaban a los programas en vivo.
- ✓ Los que mandaban mensaje multimedia, vía celular.

Es necesario aclarar como fue que se seleccionaron los encuestados, ya que se tuvo acceso a algunos de los programas en vivo, con 5 líneas telefónicas disponibles. Se tomaba una de las llamadas y se le cuestionaba al radioescucha con datos personales y el motivo de la llamada,

posteriormente se le preguntaba si quería apoyar respondiendo una encuesta sobre la estación a lo que todos dijeron que sí.

Posteriormente la selección de los que se tomó del registro que la estación tiene por los mensajes multimedia, la tuvo el locutor en turno (Lic. Alfonso Romero, Lic. Arturo Díaz y Lic. Heriberto Vázquez), ya que ellos imprimieron el formato en el que se registraba, el mensaje, la compañía celular, el número y la hora en que había llegado el msj y posteriormente se le llama al celular comentando el motivo de la llamada algunos accedieron, pero otros cuantos comentaron no poder.

*****SE PUEDE VER EL FORMATO ANTES MENCIONADO EN EL APÉNDICE*

4.2.- Tipo de levantamiento de datos.

Como bien se comentaba en el apartado anterior la encuesta será telefónica, también antes se menciona el proceso de selección para hacer o recibir las llamas, estos criterios previamente fueron establecidos por la investigadora, se puede decir que aquella muestra a la cuál se le aplicó los cuestionarios fue tomada a partir de un total de los que escuchan, llaman y mensajean a la estación.

El tiempo designado para la elaboración de la encuesta es de una a dos semanas máximo, ya que aunque se tiene la autorización de estar en cabina, la presencia de gente ajena a los programas en vivo interfieren por el ruido o distracción que de alguna manera se presenta

4.3.- Estrategia del levantamiento de datos.

La estrategia del levantamiento se realizó a partir de la infraestructura con la que se cuenta para la realización del levantamiento de datos que es con la cabina de radio; además de 5 líneas de teléfono con salida a llamadas a celular, casa e interior de la república, el formato de mensajes que los locutores facilitaron y la debida autorización diaria del coordinador de la estación.

Contando con lo anterior como parte de los servicios que la estación presto ahora sí se dividieron los cuestionarios en la semana previamente autorizada, aunque en un principio parecía que el trabajo se terminaría en esa semana los encuestados fueron inconstantes ya que no se tuvo la misma respuesta en todos los días.

4.4.- Reporte del levantamiento de datos.

A continuación se presenta una pequeña crónica sobre el proceso que se llevó a cabo en el levantamiento de datos, se señala como es que se eligió a los encuestados, las facilidades y dificultades con las que se tuvieron que enfrentar en este trabajo.

El proceso del levantamiento de datos fue el siguiente:

- ⊗ Dentro de los programas en vivo se seleccionaron algunas de las llamadas que entraban al programa en turno, como se menciona anteriormente se seleccionaron sólo algunas de las llamas ya que era una sola persona la que realizaba el cuestionario, es importante señalar que eso no altera de ninguna forma los resultados.
- ⊗ Se contestan los teléfonos con la frase “Bésame buenos días” y se le pide su comentario o pregunta para el programa.
- ⊗ Posteriormente se le comenta “estamos haciendo una encuesta para mejorar algunos detalles de la estación, no sé si quiera apoyarnos a contestar algunas preguntas”
- ⊗ Todas las personas accedieron muy amables a contestar la encuesta, comentando además de las preguntas lo que les gustaba y lo que no.
- ⊗ Por otro lado a las personas que se les llamo tomando sus datos de los mensajes recibidos fueron un poco más difíciles de convencer ya que no todos quisieron contestar.

A continuación se establece una tabla con el proceso de elaboración de la encuesta.

BITÁCORA

Lunes 3	Martes 4	Miércoles 5	Jueves 6	Viernes 7
20 encuestas	8 encuestas	13 encuestas	*****	*****
Lunes 10	Martes 11	Miércoles 12	Jueves 13	Viernes 14
22 encuestas	13 encuestas	9 encuestas	11 encuestas	5 encuestas

En este levantamiento se aplicaron un total de 101 cuestionarios a los radioescuchas de Bésame 940.

4.5.- Método para el vaciado de datos.

En este apartado se presentarán paso a paso el proceso que se llevó a cabo para el vaciado de datos, es decir, la captura de los resultados que arrojaron los cuestionarios aplicados.

También en este apartado podremos entender qué tan relevantes fueron los datos sociodemográficos es decir género, tiempo que llevan escuchando la estación, lugar de residencia, edad, escolaridad y ocupación.

En una hoja de Excel los resultados que arrojaron los cuestionarios, sumando y seleccionando los resultados por datos sociodemográficos.

A continuación se presentan los pasos para el vaciado de datos:

Procedimiento para el vaciado de datos

Numeración y creación de tabla

1. Numerar los cuestionarios para facilitar la identificación y captura de los mismos
2. Crear en el programa Excel una tabla una columna por cada pregunta con sus respectivas opciones de respuesta, así como filas correspondientes con el número de cuestionario.
3. Rellenar con ceros el total de celdas para vaciado de datos

Vaciado de datos

4. Vaciar los resultados de cada cuestionario en la coordenada de fila asignada y columnas correspondientes a cada una de las preguntas que lo conforman
5. Cada respuesta del cuestionario debe de ser representada en las celdas de Excel con el número 1, a fin de facilitar la sumatoria de opciones contestadas en cada cuestionario

Sumatorias

6. Sumar por pregunta (y columna) la frecuencia en cada una de las opciones de respuesta
7. Sumar el total de respuestas por pregunta
8. Dividir la suma de respuestas de cada opción, por el total de respuestas por pregunta (inciso f /inciso g)

Resultados por frecuencia e indicador

Obtención de porcentajes

9. En el caso de cada pregunta dividir el resultado de cada opción de respuesta entre el total de respuestas por pregunta. Es decir, el resultado obtenido con las indicaciones del inciso f entre el resultado obtenido en el inciso g nos permitirá obtener el porcentaje total que representa cada opción de respuesta.
10. Tabular en Word los resultados obtenidos por frecuencia y porcentaje de cada pregunta
11. Titular cada una de las tablas de acuerdo a la pregunta que se analizó
12. Realizar la lectura de cada una de las tablas por frecuencia y porcentaje

Resultados por cruce

13. Dependiendo de cada caso, aislar el indicador sociodemográfico con el que se va a trabajar con sus respectivas respuestas de conocimiento y opinión, por ejemplo: hombres.
14. Realizar el mismo procedimiento de sumatoria y obtención de porcentajes arriba mencionados por cada uno de los indicadores sociodemográficos
15. Tabular el resultado de cada indicador sociodemográfico en Word
16. En el caso de las preguntas de la categoría conocimiento, tomar en cuenta sólo la respuesta correcta para sacar los porcentajes correspondientes
17. En el caso de las preguntas de opinión se toman en cuenta todas las respuestas para sacar la frecuencia de las calificaciones más altas; y los porcentajes por variable sociodemográfica
18. Titular cada tabla de acuerdo al cruce sociodemográfico que se realizó
19. Hacer el comparativo de resultados por los rangos de cada una de las variables, por ejemplo: hombre mujer, las diferentes edades y niveles económicos.
20. Realizar la lectura de los resultados obtenidos en cada una de las tablas.

4.6.- Presentación y análisis de resultados.

A continuación se dan a conocer los resultados que el cuestionario hecho realizó, además se hace un análisis y lectura de los mismos.

4.6.1.- Resultados por indicador y Frecuencia.

A continuación se presentan, en tablas de frecuencia y porcentaje por indicador, los resultados arrojados por la encuesta, teniendo un total de 101 encuestados.

GÉNERO		
OPCIONES	FREC	%
MASCULINO	16	16%
FEMENINO	85	85%
TOTAL	101	101%

De los encuestados el 16% fueron hombres y el 85% mujeres

TIEMPO QUE LLEVA ESCUCHANDO LA ESTACIÓN GÉNERO		
Opciones	Frecuencia	%
1-11 MESES	32	32%
1- 5 AÑOS	46	46%
5 – 10 AÑOS	16	16%
10– 20 AÑOS	7	7%
DE 20 EN ADELANTE	0	0%
TOTAL	101	101%

El 32% de los encuestados lleva escuchando la estación tan solo de 1 a 11 mese, un 46% 1-5 años, 16% lleva 5-10 años, un 7% 10-20 y ninguno de los encuestados lleva escuchando mas d4e 20 en adelante.

LUGAR DE RESIDENCIA		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
DELEGACION	64	64%
MUNICIPIO	36	36%
INTERIOR DE LA REPUBLICA	1	1%
TOTAL	101	101%

El 64% de los escuchan residen en alguna delegación mientras que el 36% habita en el estado de México en algún municipio y solo 1% escuchan de los 101 habita en el interior de la republica

EDAD		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
20-30 AÑOS	10	10%
31-40 AÑOS	30	30%
41-50 AÑOS	33	33%
51-60 AÑOS	23	23%
61-70 AÑOS	5	5%
TOTAL	101	101%

La edad que tiene los que escuchan la estación Bésame 940 es con un porcentaje de 10% 20-30 años, 30% 31-40 años, 33% 41-50 años, 23% de 51-60 años y tan solo un 5% esta entre los 61-70 años.

ESCOLARIDAD		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
PRIMARIA	18	18%
SECUNDARIA	51	51%
MEDIO SUPERIOR	31	31%
LICENCIATURA	1	1%
TOTAL	101	101%

La escolaridad de los encuestados es de un 18% los que terminaron la primaria, un 51% los que terminaron la secundaria, 31% los que terminaron el nivel medio superior y solo un 1% los que concluyeron la licenciatura.

OCUPACIÓN		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
AMA DE CASA	53	53%
EMPLEADO	36	36%
COMERCIANTE	5	5%
ESTUDIANTE	4	4%
JUBILADO	3	3%
TOTAL	101	101%

Los escuchas de la estación Bésame 940 se dedican a: 53% amas de casa, 36% empleado- obrero de alguna empresa, 5% son comerciantes, 4% son estudiantes y el 3% son jubilados.

7. EN LOS PROGRAMAS QUE SE TRANSMITEN TODOS LOS DÍAS A TODAS HORAS SE PUEDE ESCUCHAR		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Música	84	84%
b. Noticias	11	11%
c. Deportes	0	0%
d. Espectáculos	0	0%
e. Entretenimiento	6	6%
TOTAL	101	101%

Solo el 84% conocía que dentro de a estación se transmitía toos los días a todas horas música.

8. EL CONTENIDO DEL PROGRAMA “LA OREJA” ES DE:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Música	8	8%
b. Noticias	5	5%
c. Deportes	1	1%
d. Espectáculos	75	75%
e. Entretenimiento	12	12%
TOTAL	101	101%

El 75% conocía que el contenido del programa la Oreja es de espectáculos.

9. LOS PROGRAMAS ESPECIALES SE REFIEREN A :		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Notas rojas	3	3%
b. Tips caseros	5	5%
c. Noticia del día	13	13%
d. Comentarios oportunos	9	9%
e. Música de un solo artista	71	71%
TOTAL	101	101%

El 71% conocía que los programas especiales se referían a música de un solo artista.

10. DENTRO DE LA PROGRAMACIÓN MUSICAL LOS MENSAJES MULTIMEDIA SOLICITAN:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Noticias	3	3%
b. Chismes	10	10%
c. Canciones	74	74%
d. Horóscopos	7	7%
e. Tips Caseros	7	7%
TOTAL	101	101%

El 74% conocía que dentro de la programación musical los mensajes multimedia solicitan canciones.

11. DENTRO DE LA PROGRAMACIÓN DE LA ESTACIÓN, LOS MENSAJES MULTIMEDIA SOLICITAN:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Regalos	74	74%
b. Tips de salud	24	24%
c. Tips deportivos	3	3%
d. Tips Astrológicos	0	0%
e. Oportunidades de empleo	0	0%
TOTAL	101	101%

El 74% conocía que puede ganar obsequios a través de los mensajes vía celular.

12. EN EL PROGRAMA “LA OREJA” LOS MENSAJES SOLICITAN:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Saludos	94	94%
b. Canciones	3	3%
c. Aviso Oportuno	0	0%
d. Venta de productos	2	2%
e. Cápsulas informativas	2	2%
TOTAL	101	101%

El 94% conoce que en el programa la oreja los mensajes solicitan saludos.

13. ¿CONSIDERA QUE FUE BUENA OPCIÓN METER LOS MENSAJES MULTIMEDIA PARA PETICIONES EN LA PROGRAMACIÓN MUSICAL?:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Prefiero llamar	20	20%
b. No, pues no tengo celular	13	13%
c. No, pues no se mandar mensajes	5	5%
d. Si, pero también deben aceptar llamadas	38	38%
e. Si es más fácil y seguro que me complazcan	25	25%
TOTAL	101	101%

Los radioescuchas opinaron respecto a la pregunta ¿CONSIDERA QUE FUE BUENA OPCIÓN METER LOS MENSAJES MULTIMEDIA PARA PETICIONES EN LA PROGRAMACIÓN MUSICAL? en un 20% que prefieren llamar, 13% que no por que no tienen celular, 5% no sabe mandar mensajes, 38 dice que deberían también aceptar llamadas y el 25%

14. ¿CONSIDERA QUE FUE BUENA OPCIÓN METER EL PROGRAMA “LA OREJA” DENTRO DE NUESTRA PROGRAMACIÓN?:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. No, me caen mal los conductores	14	14%
b. Si, me gusta mucho, pues me distrae	52	52%
c. No, me aburren los chismes de los famosos	16	16%
d. si, me interesan los chismes de los artistas	14	14%
e. Me da igual, yo solo escucho la estación cuando ponen música	5	5%
TOTAL	101	101%

Los radioescuchas opinaron respecto a la pregunta cómo considera que fue buena opción meter el programa la oreja.... En un 52% que si le gusta porque lo distrae, en un 14% opina que no por que le cae mal los conductores y 5 % dice que le da igual que solo escucha la estación cuando tica música.

15. ¿QUÉ OPINA DE LA MÚSICA QUE SE TOCA EN LA ESTACIÓN?		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Me gusta pues solo son éxitos	38	38%
b. Hay canciones que no conozco	17	17%
c. Me gusta pues me hace recordar	36	36%
d. No me gusta que a veces repiten mucho la misma música	6	6%
e. A veces la música es aburrida, deberían poner más música moderna	4	4%
TOTAL	101	101%

Los radioescuchas opinaron respecto a la pregunta que opina de la música que se toca en la estación en un 39% que le gusta por que solo se tocan éxitos, en un 36% que le gusta por que tocan música que le hace recordar y un solo un 4% opina que a veces la música es aburrida.

16. ¿CÓMO CONSIDERA QUE SON LOS PROGRAMAS MUSICALES ESPECIALES?:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Muy buenos	36	36%
b. Me aburren	13	13%
c. No e gustan	21	21%
d. Depende el artista	26	26%
e. Me agradan deberían repetirse más días a la semana	5	5%
TOTAL	101	101%

Los radioescuchas opinaron respecto a la pregunta como considera que son los programas musicales especiales, un 36% opina que son muy buenos, 26% dice que depende el artista es el programa y el 5% opina que le gustan y que sería bueno se repitieran más día de la semana.

17. ¿CREE QUE ES MÁS FÁCIL Y SEGURO GANAR OBSEQUIOS VÍA MENSAJES DE CELULAR?:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Sí	17	17%
b. No	33	33%
c. A veces	38	38%
d. Depende	10	10%
e. Casi siempre	3	3%
TOTAL	101	101%

Los radioescuchas opinaron respecto a la pregunta cree que es mas fácil ganar obsequios vía msj celular en un 38% a veces, un 33% no y y solo un 3 % opina que casi siempre.

18. ¿QUÉ TAN IMPORTANTE ES PARA USTED, QUE LOS LOCUTORES TRANSMITAN SUS SALUDOS AL AIRE?:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Poco	21	21%
b. Nada	6	6%
c. Depende	17	17%
d. Me da igual	13	13%
e. Mucho me hacen sentir importante	44	44%
TOTAL	101	101%

Los radioescuchas opinaron respecto a la pregunta que tan importante es para usted que los locutores transmitan sus saludos al aire opinaron, en un 44% mucho pues me hacen sentir importante, 21% dice que poco y 6% no le importa nada.

19. ¿CÓMO CONSIDERA QUE ES EL MANEJO DE LOS TEMAS DENTRO DEL PROGRAMA “EL ÁNGEL DE TU SALUD?”:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Malo	4	4%
b. Bueno	50	50%
c. Me gusta	33	33%
d. No, son muy claros	6	6%
e. Creo que se deben poner más ejemplos	8	8%
TOTAL	101	101%
20. ¿QUÉ OPINA DEL TRATO QUE EL MAESTRO SHAYA MICHAN DA A LAS PERSONAS QUE LLAMAN PARA SOLICITAR DUDAS?:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Es muy amable	31	31%
b. No se le entiende mucho	17	17%
c. Es bromista y aclara dudas	30	30%
d. En ocasiones es un poco grosero	17	17%
e. En ocasiones grita y eso me molesta	6	6%
TOTAL	101	101%

Los radioescuchas opinaron respecto a la pregunta que opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llama para solicitar dudas que 31% es muy amable, 30% opina que es bromista y que aclara dudas y el 6% dice que en ocasiones grita mucho y que eso es molesto.

21. ¿CREE USTED QUE EL PROGRAMA “LA CLÍNICA DE LA SALUD” DE VERDAD CUBRE SUS INTERESES Y DUDAS?:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Sí	42	42%
b. No	8	8%
c. A veces	47	47%
d. Para nada	0	0%
e. En ocasiones	4	4%
TOTAL	101	101%

Los radioescuchas opinaron respecto a la pregunta cree ud que el programa la clínica de la salud de verdad cubre sus intereses y dudas 47% opino que a veces, 42% dijo que si y l 4 % dijeron que en ocasiones.

22. ¿QUÉ OPINA DE QUE SE TRATEN TEMAS ESOTÉRICOS DENTRO DE LA ESTACIÓN?:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Me gustan los temas	29	29%
b. No creo que sea bueno	16	16%
c. Es una excelente opción	12	12%
d. Creo que quita veracidad a la estación	20	20%
e. Es bueno, que se traten diversos temas para distraernos	24	24%
TOTAL	101	101%

Los radioescuchas opinaron respecto a la pregunta que opina que se traten mas temas esotéricos en la estación, opinan un 29% que le gustan los temas, 24% es bueno que se traten diversos temas y 12% dice es una excelente opción.

23. ¿CÓMO CONSIDERA QUE SON LAS LLAMADAS DENTRO DEL PROGRAMA “LA LUZ DEL NATURISMO CON EL MAESTRO SHAYA MICHAN”?:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Confusas	23	23%
b. Aclaran dudas	46	46%
c. No se entienden	10	10%
d. No aportan nada	2	2%
e. Son muy prudentes	20	20%
TOTAL	101	101%

Los radioescuchas opinaron respecto a la pregunta cómo considera que son las llamadas dentro del programa la luz del naturismo con el maestro shaya michan, 46% opina que aclaran dudas, 23% dice que son confusas y 2% dice que no aportan nada.

24. ¿QUÉ TAN OPORTUNAS CONSIDERA USTED QUE SON LAS PREGUNTAS DENTRO DEL PROGRAMA “EL ÁNGEL DE TU SALUD”:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Poco	24	24%
b. Nada	9	9%
c. Mucho	32	32%
d. A veces	14	14%
e. Depende	22	22%
TOTAL	101	101%

Los radioescuchas opinaron respecto a la pregunta que tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa el ángel de tu salud, el 32% opina que mucho, el 24% que poco y el 9% que nada.

25. EN EL PROGRAMA “LA CLÍNICA DE LA COLUMNA” SE ESCUCHAN LLAMADAS DEL PÚBLICO ¿CÓMO CONSIDERA USTED QUE SON?:		
Opciones	Frecuencia	%
a. Confusas	21	21%
b. De apoyo	54	59%
c. Aclaran dudas	14	14%
d. Aportan mucho	10	10%
e. No aportan nada	2	2%
TOTAL	101	101%

Los radioescuchas opinaron respecto a la pregunta en el programa la clínica de la columna se escuchan llamadas del público cómo considera usted que son 54% opina que de apoyo, 21% dice que son confusas y 2% dice que no aportan nada.

26. ¿CÓMO CONSIDERA QUE SON LAS LLAMADAS DENTRO DE LOS PROGRAMAS ESOTÉRICOS?:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Confusas	20	20%
b. Aclaran dudas	42	42%
c. No aportan nada	11	11%
d. La mayoría de las veces no vienen al caso	12	12%
e. Apoyan y dan sentido al contenido del programa	16	16%
TOTAL	101	101%

Los radioescuchas opinaron respecto a la pregunta cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos, un 42% opina que aclaran dudas, un 20% dice que son confusas y el 11% dice que no aporta nada.

27. EN EL PROGRAMA “LA LUZ DEL NATURISMO CON EL MAESTRO SHAYA MICHAN” SUS TEMAS SON:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Salud	95	95%
b. Noticias	2	2%
c. Notas rojas	1	1%
d. Entretenimiento	3	3%
e. Cápsulas esotéricas	0	0%
TOTAL	101	101%

Los radioescuchas opinaron respecto a la pregunta en el programa la luz del naturismo con el mestaro Saya Michan sus temas son, 95% sabe que son de salud, mientras que solo el 1% dice trata de notas rojas.

28. DENTRO DEL PROGRAMA “EL ÁNGEL DE TU SALUD” SE ABORDAN TEMAS RELACIONADOS:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Salud	94	94%
b. Astrología	3	3%
c. Espectáculos	4	4%
d. Entretenimiento	0	0%
e. Higiene personal	0	0%
TOTAL	101	101%

Los radioescuchas conocen respecto a la pregunta dentro del programa el ángel de tu salud se abordan temas relacionados con, 94% dijo de salud mientras que e 3% digo de astrología.

29. EN EL PROGRAMA “LA CLÍNICA DE LA COLUMNA” HABLAN SOBRE PROBLEMAS RELACIONADOS CON:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Salud	94	94%
b. Caseros	1	1%
c. Emocionales	4	4%
d. Autodestructivos	0	0%
e. Problemas con los hijos	2	2%
TOTAL	101	101%

Los radioescuchas conocen respecto a la pregunta en el programa la clínica de la columna hablan sobre temas relacionados con: 94% salud, mientras que el 1% dice se abordan temas caseros.

30. EN LOS PROGRAMAS QUE SE TRANSMITEN DE 2-3PM SE HABLA SOBRE:		
<i>Opciones</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
a. Misterios	5	5%
b. Ocultismo	9	9%
c. Astrología	17	17%
d. Esoterismo	68	68%
e. Hermetismo	2	2%
TOTAL	101	101%

Los radioescuchas conocen respecto a la pregunta en los programas que se transmiten de 2-3pm se habla sobre 68% dijo esoterismo mientras que el 2% dijo se habla sobre hermetismo.

4.6.2.- Resultados de conocimiento por variable sociodemográfica.

TABLA DE CONOCIMIENTO POR GÉNERO

REACTIVOS	GÉNERO	
	MASCULINO	FEMENINO
	SI CONOCE	SI CONOCE
7.- En los programas que se transmiten todos los días a todas horas se puede escuchar:	14%	70%
8.- El contenido del programa “La Oreja” es de:	14%	61%
9.- Los programas especiales se refieren a :	13%	58%
10.- Dentro de la programación musical los mensajes multimedia solicitan:	13%	61%
11.- Dentro de la programación de la estación, los mensajes multimedia solicitan:	13%	61%
12.- En el programa “La Oreja” los mensajes solicitan:	16%	78%
27.- En el programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan” sus temas son:	16%	79%
28.- Dentro del programa el “Ángel de tu salud” se abordan temas relacionados con:	16%	78%
29.- En el programa “La clínica de la columna” hablan sobre temas	16%	78%

relacionados con:		
30.- En los programas que se transmiten de 2-3pm se habla sobre:	11%	57%
SUMA	142%	681%
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 10	14.2%	68.1%

LOS RADIOESCUCHAS DEL GENERO MASCULINO CONOCE UN 14.2% MIENTRAS QUE EL FEMENINO CONOCE UN 68.1% ESTO QUIERE DECIR QUE EL GÉNERO AFECTA EL CONOCIMIENTO EN UN 53.9%.

TABLA DE CONOCIMIENTO POR TIEMPO QUE LLEVAN ESCUCHANDO LA ESTACIÓN

REACTIVO	TIEMPO QUE LLEVA ESCUCHANDO LA ESTACIÓN			
	1-11	1-5	5-10	10-20
	MESES	AÑOS	AÑOS	AÑOS
	SI	SI	SI	SI
	CONOCE	CONOCE	CONOCE	CONOCE
7.- En los programas que se transmiten todos los días a todas horas se puede escuchar:	29%	38%	12%	5%
8.- El contenido del programa "La Oreja" es de:	26%	37%	8%	4%
9.- Los programas especiales se refieren a :	22%	31%	12%	6%
10.- Dentro de la programación musical los mensajes multimedia solicitan:	25%	33%	12%	4%
11.- Dentro de la programación de la estación, los mensajes multimedia solicitan:	21%	36%	11%	6%
12.- En el programa "La Oreja" los mensajes solicitan:	29%	45%	13%	7%
27.- En el programa "La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan" sus temas son:	31%	44%	14%	6%
28.- Dentro del programa el "Ángel de tu salud" se abordan	31%	42%	14%	7%

temas relacionados con:				
29.- En el programa “La clínica de la columna” hablan sobre temas relacionados con:	30%	44%	14%	6%
30.- En los programas que se transmiten de 2-3pm se habla sobre:	24%	30%	9%	5%
SUMA	268%	380%	119%	56%
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 10	26.8%	38%	11.9%	5.6%

LOS RADIOESCUCHAS QUE LLEVAN DE 1-5 AÑOS ESCUCHANDO LA ESTACIÓN CONOCEN UN 38% MIENTRAS QUE LOS QUE LLEVAN 10-20 AÑOS ESCUCHANDO LA ESTACIÓN CONOCEN UN 5.6% ESTO QUIERE DECIR QUE EL TIEMPO QUE LLEVA ESCUCHANDO LA ESTACIÓN AFECTA EL CONOCIMIENTO EN UN 32.2%.

TABLA DE CONOCIMIENTO POR LUGAR DE RESIDENCIA

REACTIVOS	LUGAR DE RESIDENCIA		
	DELEGACION	MUNICIPIO	INTERIOR DE LA REPUBLICA
	SI CONOCE	SI CONOCE	SI CONOCE
7.- En los programas que se transmiten todos los días a todas horas se puede escuchar:	53%	31%	0%
8.- El contenido del programa "La Oreja" es de:	41%	34%	0%
9.- Los programas especiales se refieren a :	46%	24%	1%
10.- Dentro de la programación musical los mensajes multimedia solicitan:	43%	30%	1%
11.- Dentro de la programación de la estación, los mensajes multimedia solicitan:	43%	31%	0%
12.- En el programa "La Oreja" los mensajes solicitan:	61%	33%	0%
27.- En el programa "La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan" sus temas son:	61%	33%	1%

28.- Dentro del programa el "Ángel de tu salud" se abordan temas relacionados con:	58%	35%	1%
29.- En el programa "La clínica de la columna" hablan sobre temas relacionados con:	58%	35%	1%
30.- En los programas que se transmiten de 2-3pm se habla sobre:	44	24%	0%
SUMA	468%	310%	5%
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 10	46.8%	31%	0.5%

LOS RADIOESCUCHAS QUE VIVEN EN ALGUNA DE LAS DELEGACION DEL DISTRITO FEDERAL CONOCEN UN 46.8% MIENTRAS QUE LLOS QUE VIVEN EN EL INTERIOR DE LA REPUBLICA CONOCEN UN 0.5% ESTO QUIERE DECIR QUE EL LUGAR DE RESIDENCIA AFECTA EN UN 46.2% EL CONOCIMIENTO

TABLA DE CONOCIMIENTO POR EDAD

REACTIVO	TIEMPO QUE LLEVA ESCUCHANDO LA ESTACION				
	20-30 AÑOS	31-40 AÑOS	41-50 AÑOS	51-60 AÑOS	61 EN ADELANT E
	SI CONOCE	SI CONOCE	SI CONOCE	SI CONOCE	SI CONOCE
7.- En los programas que se transmiten todos los días a todas horas se puede escuchar:	10%	26%	28%	15%	5%
8.- El contenido del programa "La Oreja" es de:	7%	26%	21%	16%	5%
9.- Los programas especiales se refieren a :	8%	23%	19%	17%	4%
10.- Dentro de la programación musical los mensajes multimedia solicitan:	8%	23%	21%	18%	4%
11.- Dentro de la programación de la estación, los mensajes multimedia solicitan:	6%	22%	21%	20%	5%
12.- En el programa "La Oreja" los mensajes solicitan:	10%	29%	31%	20%	4%
27.- En el programa "La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan" sus temas son:	10%	27%	32%	21%	5%
28.- Dentro del programa el "Ángel de tu salud" se abordan temas relacionados con:	9%	28%	30%	22%	5%

29.- En el programa “La clínica de la columna” hablan sobre temas relacionados con:	9%	28%	30%	22%	5%
30.- En los programas que se transmiten de 2-3pm se habla sobre:	8%	20%	25%	13%	2%
SUMA	85%	252%	258%	174%	44%
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 10	8.5%	25.2%	25.8%	17.4%	4.4%

LOS RADIOESCUCHAS QUE TIENEN 41-50 AÑOS DE EDAD CONOCEN UN 25.8% MIENTRAS QUE LOS TIENEN DE 61 AÑOS EN ADELANTES CONOCEN UN 4.4% ESTO QUIERE DECIR QUE LA EDAD AFECTA EL CONOCIMIENTO EN UN 21.4%.

TABLA DE CONOCIMIENTO POR ESCOLARIDAD

REACTIVO	ESCOLARIDAD			
	PRIMARIA	SECUNDARIA	MEDIA SUPERIOR	LICENCIATURA
	SI CONOCE	SI CONOCE	SI CONOCE	SI CONOCE
7.- En los programas que se transmiten todos los días a todas horas se puede escuchar:	13%	43%	28%	0%
8.- El contenido del programa "La Oreja" es de:	8%	43%	24%	0%
9.- Los programas especiales se refieren a :	11%	36%	24%	0%
10.- Dentro de la programación musical los mensajes multimedia solicitan:	10%	39%	24%	1%
11.- Dentro de la programación de la estación, los mensajes multimedia solicitan:	14%	38%	22%	0%
12.- En el programa "La Oreja" los mensajes solicitan:	5%	49%	29%	1%
27.- En el programa "La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan" sus temas son:	17%	47%	31%	0%

28.- Dentro del programa el "Ángel de tu salud" se abordan temas relacionados con:	16%	48%	30%	0%
29.- En el programa "La clínica de la columna" hablan sobre temas relacionados con:	17%	48%	29%	0%
30.- En los programas que se transmiten de 2-3pm se habla sobre:	13%	31%	23%	1%
SUMA	134%	422%	264%	3%
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 10	13.4%	42.2%	26.4%	0.3%

LOS RADIOESCUCHAS QUE TIENEN CONCLUIDA SU SECUNDARIA CONOCEN UN 42.2% MIENTRAS QUE LOS TERMINARON SU LICENCIATURA CONOCEN UN 0.3% ESTO QUIERE DECIR QUE LA ESCOLARIDAD AFECTA EL CONOCIMIENTO EN UN 41.9%.

TABLA DE CONOCIMIENTO POR OCUPACIÓN

REACTIVO	OCUPACION				
	AMA DE CASA	EMPLEAD O	COMERCIAN TE	ESTUDIANT E	JUBILAD O
	SI CON OCE	SI CONOCE	SI CONOCE	SI CONOCE	SI CONOCE
7.- En los programas que se transmiten todos los días a todas horas se puede escuchar:	40%	32%	4%	4%	3%
8.- El contenido del programa "La Oreja" es de:	40%	28%	3%	2%	2%
9.- Los programas especiales se refieren a :	34%	29%	5%	2%	1%
10.- Dentro de la programación musical los mensajes multimedia solicitan:	39%	26%	4%	3%	2%
11.- Dentro de la programación de la estación, los mensajes multimedia solicitan:	39%	27%	4%	2%	2%
12.- En el programa "La Oreja" los mensajes solicitan:	46%	36%	5%	4%	3%
27.- En el programa "La luz del naturismo con el	49%	34%	5%	4%	3%

maestro Shaya Michan” sus temas son:					
28.- Dentro del programa el “Ángel de tu salud” se abordan temas relacionados con:	49%	34%	5%	3%	3%
29.- En el programa “La clínica de la columna” hablan sobre temas relacionados con:	50%	33%	5%	3%	3%
30.- En los programas que se transmiten de 2-3pm se habla sobre:	32%	28%	4%	2%	2%
SUMA	418%	307%	44%	29%	24%
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 10	41.8%	30.7%	4.4%	2.9%	2.4%

LOS RADIOESCUCHAS QUE SON AMAS DE CASA CONOCEN UN 41.8% MIENTAS QUE LOS QUE SON JUBILKADOS CONOCEN UN 2.4% ESTO QUIERE DECIR QUE LA OCUPACIÓN AFECTA EL CONOCIMIENTO EN UN 39.4%.

4.6.3.- Resultados de opinión por variable sociodemográfica.

TABLAS DE OPINIÓN

DATO SOCIODEMOGRAFICO: GÉNERO - MASCULINO

REACTIVOS	MASCULINO				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	2	2	0	9	3
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	1	6	7	1	1
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	10	1	5	0	0
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	6	0	5	5	0
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	2	2	11	1	0
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	7	0	1	1	7
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	0	8	7	1	0
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	4	2	4	6	0

21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?	8	0	8	0	0
22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	7	2	0	2	5
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	4	9	0	0	3
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	2	1	10	1	2
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?	5	10	1	0	0
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	3	10	1	0	2
SUMA	61	53	60	27	23
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	4.4%	3.4%	4.4%	2%	2%

DATO SOCIODEMOGRAFICO: GÉNERO - FEMENINO

REACTIVOS	FEMENINO				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	8	11	5	29	22
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	13	46	9	13	4
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	28	16	31	6	4
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	30	13	16	21	5
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	15	31	27	9	3
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	14	6	16	12	37
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	4	42	26	5	8
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	27	15	26	11	6
21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?	34	8	39	0	4

22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	22	14	12	18	19
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	19	37	10	2	17
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	22	8	22	13	20
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?	16	44	13	10	2
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	17	32	10	12	14
SUMA	269	323	262	161	165
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	19%	23%	19%	11.5%	12%

LOS RADIOESCUCHAS DEL GENERO MASCULINO OPINARON EN UN 4.4% EN EL RANGO 1 Y 3 AL IGUAL QUE EL GENERO FEMENINO QUIEN OPINO UN 19% EN EL MISMO RANGO.

**DATO SOCIODEMOGRAFICO: TIEMPO QUE LLEVA ESCUCNANDO LA
ESTACIÓN (1-11 MESES)**

REACTIVOS	1-11 MESES				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	7	5	0	12	8
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	6	17	4	3	2
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	14	5	7	4	2
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	6	5	6	13	2
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	3	11	12	6	0
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	10	3	4	1	14
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	1	16	9	4	2
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	11	6	8	5	2

21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?	13	3	14	0	2
22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	11	5	3	7	6
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	8	13	4	1	6
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	7	4	8	5	8
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?:	5	18	3	5	1
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	7	10	2	5	8
SUMA	109	127	84	71	63
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	7.8%	9%	6%	5%	4.5.%

DATO SOCIODEMOGRAFICO: TIEMPO QUE LLEVA ESCUCNANDO LA ESTACIÓN (1-5 AÑOS)

REACTIVOS	1-5 AÑOS				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	8	5	1	19	13
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	5	20	9	9	3
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	19	7	17	2	1
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	20	6	10	9	1
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	10	10	20	4	2
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	8	2	7	8	21
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	0	20	20	2	4
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	14	7	15	8	2
21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus	20	2	23	0	1

intereses y dudas?					
22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	15	7	5	9	10
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	12	19	5	1	9
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	14	1	14	7	10
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?	13	22	6	4	1
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	8	21	6	5	6
SUMA	166	149	158	87	84
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	11.9%	10.7%	11.3%	6.3%	6%

**DATO SOCIODEMOGRAFICO: TIEMPO QUE LLEVA ESCUCNANDO LA
ESTACIÓN (5-10 AÑOS)**

REACTIVOS	5-10 AÑOS				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	4	2	3	4	3
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	2	11	2	1	0
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	3	4	8	0	1
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	7	2	4	3	0
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	1	10	5	0	0
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	3	1	3	3	6
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	1	13	2	0	0
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	4	4	6	2	0
21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus	5	3	7	0	1

intereses y dudas?					
22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	2	4	2	3	5
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	2	12	1	0	1
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	2	12	1	0	1
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?	3	4	7	0	2
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	3	9	3	1	0
SUMA	42	91	54	17	20
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	3%	6.5%	3.9%	1.3%	1.5%

DATO SOCIODEMOGRAFICO: TIEMPO QUE LLEVA ESCUCNANDO LA ESTACIÓN (10-20 AÑOS)

REACTIVOS	10-20 AÑOS				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	1	1	1	3	1
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	1	4	1	1	0
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	2	1	4	0	0
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	3	0	1	1	2
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	3	2	1	0	1
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	0	0	3	1	3
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	2	1	2	0	2
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	2	0	1	2	2
21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus	4	0	3	0	0

intereses y dudas?					
22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	1	0	2	1	3
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	1	2	0	0	4
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	0	0	3	2	2
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?	0	5	2	0	0
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	1	3	0	1	2
SUMA	21	19	24	12	22
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	1.5%	1.4%	1.8%	0.9%	1.6%

LOS RADIOESCUCHAS QUE LLEVAN 1-11 MESES DE TIEMPO ESCUCHANDO LA ESTACIÓN OPINARON UN 9% EN EL RANGO 2 MIENTRAS QUE LOS QUE LLEVAN 1-5 AÑOS ESCUCHANDO LA ESTACIÓN OPINARON 11.9% EN UN RANGO 1 , Y LOS QUE TIENE 5-10 AÑOS ESCUCHANDO LA ESTACIÓN 6.5% EN EL RANGO 2 Y LOS QUE LLEVAN DE 10-20 AÑOS ESCUCHANDO LA ESTACIÓN OPINARON UN 1.8% EN UN RANGO 3

DATO SOCIODEMOGRAFICO: LUGAR DE RESIDENCIA (DELEGACIÓN)

REACTIVOS	DELEGACIÓN				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	12	7	4	24	17
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	8	34	12	8	2
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	29	12	19	2	2
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	23	8	14	18	1
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	10	18	30	6	0
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	14	5	14	9	22
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	2	32	20	4	6
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	13	14	21	11	5
21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?	27	7	27	0	3

22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	18	10	8	12	16
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	17	29	5	2	0
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	10	7	24	9	14
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?	12	34	11	5	2
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	13	30	3	9	9
SUMA	208	247	212	119	99
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	14.5 %	17.7%	15.1%	8.5%	7%

DATO SOCIODEMOGRAFICO: LUGAR DE RESIDENCIA (MUNICIPIO)

REACTIVOS	MUNICIPIO				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	7	6	1	14	8
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	6	18	4	6	2
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	9	5	17	3	2
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	13	5	7	7	4
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	7	14	8	4	3
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	7	1	3	4	21
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	2	18	13	1	2
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	17	3	9	6	1
21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?	14	1	20	0	1

22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	11	6	4	7	8
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	6	16	5	0	9
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	14	2	7	5	8
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?	9	19	3	5	0
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	7	12	7	3	7
SUMA	129	126	108	65	76
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	9%	9%	7.8%	4.7%	5%

DATO SOCIODEMOGRAFICO: LUGAR DE RESIDENCIA (INTERIOR DE LA REPÚBLICA)

REACTIVOS	INTERIOR DE LA REPÚBLICA				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	1	0	0	0	0
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	0	0	0	0	1
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	0	0	0	1	0
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	0	0	0	1	0
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	0	1	0	0	0
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	0	0	0	0	1
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	0	0	0	1	0
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	1	0	0	0	0
21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus	1	0	0	0	0

intereses y dudas?					
22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	0	0	0	1	0
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	0	1	0	0	0
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	0	0	1	0	0
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?	0	1	0	0	0
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	0	0	1	0	0
SUMA	3	3	2	3	2
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	0.3%	0.3%	0.2%	0.3%	0.2%

LOS RADIOESCUCHAS QUE RESIDEN EN DELEGACION OPINARON EN UN 17.7% EN UN RANGO 2, MIENTRAS QUE LOS QUE VIVEN EN MUNICIPIO OPINARON UN 9% EN EL RANGO 1 Y 2; MIENTRAS QUE LOS QUE RESIDEN EN EL INTERIOR DE LA REPUBLICA OPINARON EN UN 0.3% EN EL RANGO 4

DATO SOCIODEMOGRAFICO: EDAD (20-30 AÑOS)

REACTIVOS	20-30 AÑOS				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	1	1	0	1	7
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	0	6	2	1	1
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	5	2	2	0	1
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	2	1	2	5	0
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	2	2	5	1	0
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	6	1	0	2	1
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	0	6	4	0	0
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	1	3	1	4	1
21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?	1	1	7	0	1

22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	4	0	1	2	3
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	2	4	1	1	2
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	2	1	5	1	1
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?	3	6	1	0	0
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	2	5	0	1	2
SUMA	31	39	31	19	20
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	2%	2.8%	2%	1.4%	1.5%

DATO SOCIODEMOGRAFICO: EDAD (31-40 AÑOS)

REACTIVOS	31-40 AÑOS				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	1	2	0	16	11
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	3	18	6	3	0
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	13	3	11	2	1
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	10	2	9	6	3
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	3	4	18	5	0
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	3	4	5	2	16
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	1	10	13	2	4
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	10	6	9	3	2
21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?	12	5	12	0	1

22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	12	3	1	5	9
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	10	12	4	0	4
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	7	4	8	6	5
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?	7	14	2	7	0
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	7	15	0	3	5
SUMA	99	102	98	60	61
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	7%	7.3%	7%	4.3%	4.3%

DATO SOCIODEMOGRAFICO: EDAD (41-50 AÑOS)

REACTIVOS	41-50 AÑOS				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	9	3	3	13	5
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	10	13	2	5	3
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	14	5	12	1	1
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	13	7	6	6	1
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	8	11	10	3	1
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	9	1	5	4	14
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	0	19	9	2	3
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	8	4	13	7	1
21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?	18	1	14	0	0

22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	9	4	7	6	7
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	5	16	4	1	7
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	9	3	9	2	10
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?	6	18	6	1	2
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	5	15	5	3	5
SUMA	123	120	105	54	60
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	8.8%	8.5%	7.5%	3.9%	4.3%

DATO SOCIODEMOGRAFICO: EDAD (51-60 AÑOS)

REACTIVOS	51-60 AÑOS				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	7	7	1	6	2
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	1	11	6	4	1
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	6	7	7	2	1
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	7	3	4	9	0
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	4	11	5	1	2
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	3	0	7	5	8
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	3	11	6	2	1
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	9	4	5	3	2
21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?	6	1	14	0	2

22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	4	8	3	5	3
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	6	11	1	0	5
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	5	1	7	5	5
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?	5	12	4	2	0
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	6	3	5	5	4
SUMA	72	90	75	49	36
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	5.1%	6.4%	5.4%	3.5%	2.6%

DATO SOCIODEMOGRAFICO: EDAD (61-70 AÑOS)

REACTIVOS	61-70 AÑOS				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	2	0	1	2	0
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	0	4	0	1	0
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	0	0	4	1	0
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	4	0	0	0	1
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	0	5	0	0	0
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	0	0	0	0	5
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	0	4	1	0	0
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	3	0	2	0	0
21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?	5	0	0	0	0

22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	0	1	0	2	2
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	0	3	0	0	2
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	1	0	3	0	1
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?	0	4	1	0	0
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	0	4	1	0	0
SUMA	15	25	13	6	11
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	1%	1.8%	0.9%	0.4%	0.8%

LOS RADIOESCUCHAS OPINARON SEGUN SU EDAD, ASI QUE LOS QUE TIENEN DE 20-30 AÑOS EN UN 2.8% EN UN RANGO 2, MIENTRAS QUE LOS QUE TIENEN 31-40 AÑOS OPINARON UN 7.3% EN RANGO 2 , MIENTRAS QUE LOS QUE TIENEN ENTRE 41-50 OPINARON EN UN 8.5% EN UN RANGO 1 Y 2 Y LOS QUE TIENEN 51-60 AÑOS OPINARON 6.4% EN EL RANGO 2; FINALMENTE LOS QUE TIENEN 60 EN ADELANTE OPINARON EN UN RANGO 2 UN 1.8%

DATO SOCIODEMOGRAFICO: ESCOLARIDAD (PRIMARIA)

REACTIVOS	PRIMARIA				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	2	3	3	7	3
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	0	10	4	4	0
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	5	6	5	1	1
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	10	2	2	3	1
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	7	9	2	0	0
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	3	0	5	1	9
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	2	10	4	0	2
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	8	3	5	0	2
21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?	9	2	7	0	0

22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	5	5	3	3	2
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	4	8	0	1	5
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	3	0	6	5	4
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?	0	11	4	2	1
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	2	7	3	4	2
SUMA	60	76	53	31	32
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	4.3%	5.4%	3.8%	2.2%	2.2%

DATO SOCIODEMOGRAFICO: ESCOLARIDAD (SECUNDARIA)

REACTIVOS	SECUNDARIA				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	13	7	2	19	10
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	9	25	6	8	3
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	18	6	23	2	2
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	15	8	11	13	4
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	8	13	19	8	3
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	8	4	6	7	26
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	2	21	19	4	5
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	14	8	15	12	2
21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?	18	3	27	0	3

22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	13	7	5	12	14
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	11	21	8	0	11
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	12	6	13	7	13
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?:	13	23	7	7	1
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	13	17	4	6	11
SUMA	167	169	165	105	108
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	12%	12%	11.8%	7.5%	7.8%

DATO SOCIODEMOGRAFICO: ESCOLARIDAD (MEDIA SUPERIOR)

REACTIVOS	MEDIA SUPERIOR				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	5	3	0	12	11
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	4	17	6	2	2
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	15	4	8	3	1
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	10	3	8	10	0
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	2	10	17	2	0
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	10	2	5	5	9
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	0	18	10	2	1
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	9	6	9	5	2
21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?	15	2	13	0	1

22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	11	4	4	5	7
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	8	16	2	1	4
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	8	3	13	2	5
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?	8	20	2	1	0
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	5	18	4	1	3
SUMA	110	126	101	51	46
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	7.9%	9%	7.2%	3.7%	3.2%

DATO SOCIODEMOGRAFICO: ESCOLARIDAD (LICENCIATURA)

REACTIVOS	LICENCIATURA				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	0	0	0	0	1
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	1	0	0	0	0
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	0	1	0	0	0
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	1	0	0	0	0
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	0	1	0	0	0
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	0	0	1	0	0
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	0	1	0	0	0
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	0	0	1	0	0
21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?	0	1	0	0	0

22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	0	0	0	0	1
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	0	1	0	0	0
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	1	0	0	0	0
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?:	0	0	1	0	0
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	0	0	0	1	0
SUMA	3	5	3	1	2
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	0.2%	0.3 %	0.2%	0.7%	1%

LOS RADIOESCUCHAS DE LA ESTACIÓN OPINARON SEGÚN SU ESCOLARIDAD EN UN 5.4% LOS DE PRIMARIA EN EL RANGO 2, UN 12% LOS DE SECUNDARIA EN EL RANGO 1 Y 2, UN 9% EN EL RANGO 2 LOS DE MEDIA SUPERIOR Y EN UN 1% LOS DE LICENCIATURA EN EL RANGO 5

DATO SOCIODEMOGRAFICO: OCUPACIÓN (AMA DE CASA)

REACTIVOS	AMA DE CASA				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	16	7	4	17	9
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	8	30	6	8	1
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	17	9	21	4	2
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	22	8	10	9	4
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	9	22	15	5	2
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	6	2	10	6	29
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	3	23	19	4	4
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	21	8	17	4	3
21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?	24	4	23	0	2

22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	11	12	6	15	9
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	10	25	4	1	13
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	15	3	13	10	12
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?	8	29	8	6	2
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	13	15	8	7	10
SUMA	183	197	164	96	102
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	13%	14%	11.7%	6.9%	7.2%

DATO SOCIODEMOGRAFICO: OCUPACIÓN (EMPLEADO)

REACTIVOS	EMPLEADO (A)				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	1	4	1	17	13
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	4	17	8	5	2
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	18	6	9	2	1
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	10	3	10	12	1
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	7	7	18	3	1
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	14	1	6	6	9
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	1	22	9	1	3
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	7	6	11	11	1
21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?	14	1	21	0	0

22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	16	3	4	2	11
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	8	18	5	1	4
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	7	2	17	2	8
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?	10	17	5	4	0
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	4	22	2	4	4
SUMA	121	129	126	70	58
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	8.6%	9.2%	9%	5%	4.1%

DATO SOCIODEMOGRAFICO: OCUPACION (COMERCIANTE)

REACTIVOS	COMERCIANTE				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	1	0	0	2	2
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	1	1	1	1	1
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	1	0	4	0	0
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	2	0	0	3	0
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	1	0	3	1	0
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	0	1	1	0	3
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	0	2	2	0	1
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	2	0	1	0	2
21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?	2	1	1	0	1

22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	0	1	1	1	2
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	2	1	0	0	2
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	0	2	0	1	2
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?	1	4	0	0	0
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	1	2	1	1	0
SUMA	14	15	15	10	16
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	1%	1.07 %	1.07%	0.7%	1.1%

DATO SOCIODEMOGRAFICO: OCUPACIÓN (ESTUDIANTE)

REACTIVOS	ESTUDIANTE				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	1	1	0	1	1
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	0	3	0	0	1
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	1	1	1	0	1
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	1	2	0	1	0
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	0	2	1	1	0
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	0	2	0	1	1
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	0	1	2	1	0
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	0	3	0	1	0
21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?	0	2	1	0	1

22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	1	0	1	1	1
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	2	1	1	0	0
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	1	2	0	1	0
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?	1	2	1	0	0
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	2	0	0	0	2
SUMA	10	22	8	8	8
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	0.7%	1.5%	0.5%	0.5%	0.5%

DATO SOCIODEMOGRAFICO: OCUPACIÓN (JUBILADO)

REACTIVOS	JUBILADO				
	1	2	3	4	5
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?	1	1	0	1	0
14.- ¿Considera que fue buena opción meter el programa “La Oreja” dentro de nuestra programación?	1	1	1	0	0
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?	1	1	1	0	0
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?	1	0	1	1	0
17.- ¿Cree que es más fácil y seguro ganar obsequios vía mensajes de celular?	0	2	1	0	0
18.- ¿Qué tan importante es para usted, que los locutores transmitan sus saludos al aire?:	1	0	0	0	2
19.- ¿Cómo considera que es el manejo de los temas dentro del programa “El ángel de tu salud”?	0	2	1	0	0
20.- ¿Qué opina del trato que el maestro Shaya Michan da a las personas que llaman para solicitar dudas?	1	0	1	1	0
21.- ¿Cree usted que el programa “La clínica de la salud” de verdad cubre sus intereses y dudas?	2	0	1	0	0

22.- ¿Qué opina de que se traten temas esotéricos dentro de la estación?	1	0	0	1	1
23.- Cómo considera que son las llamadas dentro del programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan”	1	1	0	0	1
24.- ¿Qué tan oportunas considera usted que son las preguntas dentro del programa “El ángel de tu salud”:	1	0	2	0	0
25.- En el programa “La clínica de la columna” se escuchan llamadas del público ¿Cómo considera usted que son?	1	2	0	0	0
26.- ¿Cómo considera que son las llamadas dentro de los programas esotéricos?	0	3	0	0	0
SUMA	12	13	9	4	4
PROMEDIO DE BUENAS EN CONOCIMIENTO ENTRE EL TOTAL DE REACTIVOS QUE SON 14	0.8%	0.9%	0.6%	0.2%	0.2%

LOS RADIOESCUHAS OPINARON SEGUN SU OCUPACIÓN MIENTRAS QUE LAS AMAS DE CASA OPINARON EN UN 14% EN EL RANGO 2, LOS EMPLEADOS OPINARON UN 9.2% EN EL RANGO 2, LOS COMERCIANTES OPINARON UN 1.1% EN EL RANGO 5, LOS ESTUDIANTES 1.5 EN EL ANGO 2 Y LO JUBILADOS UN 0.9% EN EL RANGO 2.

4.6.4.- INTERPRETACION DE RESULTADOS

El análisis de los resultados de un estudio puede llevarse desde unas cuantas horas hasta años. Todo depende del tipo de investigación que se está llevando a cabo y de la profundidad que se quiere lograr.

En la investigación cuantitativa, el dato es importante en sí mismo y la interpretación de datos está de acuerdo a la complejidad de las variables manejadas. Recuérdese que en éste trabajo se manejaron las variables sociodemográficas: género, tiempo que llevan escuchando la estación, lugar de residencia, edad, escolaridad y ocupación, que fueron cruzadas por los conceptos de conocimiento y opinión.

Además, en este trabajo se empleó un cuestionario de 24 reactivos. Por lo anterior se obtuvo un total de 1,794 datos simples, que se dan cuenta en la lectura de datos como bien se explica en el apartado 4.6.1, 4.6.2 y 4.6.3 en donde se analiza la información de manera descriptiva.

Pero para la explicación de estos, es necesario priorizar o jerarquizar aquellos datos relevantes y relacionarlos con mi experiencia y conocimiento de la estación *Bésame 940* perteneciente a *Televisa Radio*. Los datos se analizarán de acuerdo a los siguientes aspectos, contenidos a lo largo de los capítulos de esta investigación:

- a) Datos que responden directamente a la justificación que motivo la investigación.
- b) Datos que soportan la misión, visión y objetivos de la institución mediadora.
- c) Datos más relevantes del referente de estudio. En este caso la opinión pública de los radioescuchas de la estación *Bésame 940* referente al formato y contenido de la estación en cuanto a la opinión y al saber de aquellos que conocen.
- d) Para concluir con la comprobación o disprobación del sistema hipotético.

4.6.4.1.- a) Datos que responden directamente a la justificación que motivo la investigación.

El presente estudio, es resultado de un interés creado por el gerente de la estación *Bésame 940AM*, quién preocupado por mejorar la estación en beneficio de los radioescuchas, desea saber la opinión de nuestros radioescuchas. Los resultados del presente estudio se utilizan para que el gerente de la estación pueda tomar decisiones acerca del formato y contenido de la estación, tomando en cuenta lo que opinan y conocen los radioescuchas, tratando de dar un mejor servicio al público que escucha la estación, mejorando de igual manera la estación como

tal.

Al capturar e interpretar los datos se puede dar cuenta que efectivamente se cubre el objetivo del licenciado Heriberto Vázquez ya que por un lado se puede dar cuenta de la opinión que varia en un rango de 3 y 4 favoreciendo y considerando los que los radioescuchas piensan sobre el formato y contenido de la estación Bésame 940.

Como bien se ha venido mencionado el presente estudio se refiere al conocimiento y opinión acerca del formato y contenido de la estación Bésame 940; así pues los datos que arroje el presente trabajo se analizaran en función de la misión y visión de la estación, así podremos constatar si efectivamente se cumplen o no estos ideales que pretende cumplir la estación. Sin importar los resultados a favor o no a lo esperado, se tendrá que sugerir alguna medida de mejora de la estación.

Para saber cuánto conocen los radioescuchas de la estación Bésame 940, respecto al formato y contenido, se analizaron los datos que arrojó la encuesta en los siguientes reactivos de conocimiento:

Reactivos de conocimiento para interpretar el formato y contenido
7.- En los programas que se transmiten todos los días a todas horas se puede escuchar:
8.- El contenido del programa “La Oreja” es de:
9.- Los programas especiales se refieren a :
10.- Dentro de la programación musical los mensajes multimedia solicitan:

11.- Dentro de la programación de la estación, los mensajes multimedia solicitan:
12.- En el programa “La Oreja” los mensajes solicitan:
27.- En el programa “La luz del naturismo con el maestro Shaya Michan” sus temas son:
28.- Dentro del programa “El ángel de tu salud” se abordan temas relacionados:
29.- En el programa “La clínica de la columna” hablan sobre problemas relacionados con:
30.- En los programas que se transmiten de 2-3pm se habla sobre:

Así pues los datos antes mencionados responden al conocimiento sobre el formato y contenido, según las variables sociodemográficas, son:

El conocimiento de los radioescuchas de la estación Bésame 940; respecto a su formato y contenido es en promedio de 82.3%. Lo anterior, se puede interpretar que los radioescuchas de la estación Bésame 940 conocen el formato y contenido de la estación estando de acuerdo y a diferencia de lo que se pensaba aceptan con agrado el nuevo formato que se maneja.

En situación de las variables sociodemográficas, conocen el formato y contenido de la siguiente manera: género (78%); tiempo escuchando la estación (72.5%); lugar de residencia (84%), edad (79.5%); escolaridad (72.6%) y ocupación (78%)..

Al analizar las opciones de las variables que se ubicaron por abajo del promedio de 70%, se encontró que quienes están en las siguientes categorías en donde más del 25% de dichos estratos no conoce, son:

- ❖ Personas que tienen 1-5 años y de 5-10 años escuchando la estación (64.5%)
- ❖ Personas que residen en el interior de la republica (90%)

- ❖ Personas que tienen de 31-40 años de edad (65%)
- ❖ Personas que su nivel máximo de escolaridad es primaria (81%)
- ❖ Personas que su ocupación es ser empleados (74.3%)

4.6.4.2.- d) Para concluir con la comprobación o disprobación del sistema hipotético.

En el Capítulo 2 "*Marco Contextual*" se plantearon la misión y visión que la estación Bésame 940 maneja, a continuación se enuncian::

Misión Bésame 940AM

"Evocar siempre los grandes recuerdos del auditorio a través de nuestra música".

Definitivamente los resultados que arrojaron las tablas, si cumplen bien la misión ya que se encuentran dentro de un 38% de la población encuestada respalda con sus respuestas que escucha la estación por que toca solo éxitos, mientras que un 36% también respalda que escuchar la música dentro de la estación los hace recodar, momentos, etapas y hasta situaciones agradables, agregando que esa es la principal razón por la cual eligen escuchar día a día la estación.

Visión Bésame 940AM

"Ser la cadena radiofónica de catálogo en español más importante del país".

El nivel de rating que maneja la estación Bésame 940 es de 4.3, es importante señalar así mismo que la media de rating que se tiene de las estaciones de radio de AM es de 5 puntos, por lo que podemos interpretar que la estación estudiada cumple con los niveles de rating además podemos sustentar que se cumple la visión aportando los siguiente datos:

Los reactivos de opinión a partir de los cuales se interpreta la misión y visión de la estación Bésame 940, son:

Reactivos para interpretar la misión y visión

<u>Reactivos de opinión</u>
13.- ¿Considera que fue buena opción meter los mensajes multimedia para peticiones en la programación musical?:
15.- ¿Qué opina de la música que se toca en la estación?
16.- ¿Cómo considera que son los programas musicales especiales?:

Las hipótesis alterativas que se plantean a continuación están enunciadas de acuerdo a las variables de conocimiento, opinión y sociodemográficas:

1. Se planteó que el conocimiento que tienen los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido es de 90%; ahora se sabe que el conocimiento que tienen los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido es de 70%.
2. Se planteó que la opinión que tienen los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido es de un rango de 3; ahora se sabe la opinión que tienen los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido es de un rango de 3.5.

3. Se planteó que el género determina en un 80% el conocimiento que los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido; ahora se sabe que el género determina en un 53.9% el conocimiento que los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.

4. Se planteó que el género determina en un rango 4 la opinión que los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido; ahora se sabe que el género determina en un rango 1 y 3 la opinión que los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.

5. Se planteó que la edad determina en un 100% el conocimiento de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido; ahora se sabe que la edad determina en un 21.4% el conocimiento de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.

6. La edad determina en un rango 5 la opinión de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido. ahora se sabe que la edad determina en un rango de 2.5 de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.

7. Se planteó que la escolaridad determina en un 40% el conocimiento de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido; ahora se sabe que la escolaridad determina en un 41.9% el conocimiento de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.

8. La escolaridad determina en un rango 1 la opinión de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido. Ahora se sabe que la escolaridad determina en un rango de 2 la opinión de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.

9. La antigüedad determina un 80% del conocimiento de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido. Ahora se sabe que la antigüedad determina en un 36% el conocimiento de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.

10. La antigüedad determina un rango 5 de la opinión de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido. Ahora se sabe que la antigüedad determina en un rango 2 la opinión de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.

11. La ocupación determina un 60% del conocimiento de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido. Ahora se sabe que la ocupación determina en un 40% el conocimiento de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.

12. La ocupación determina un rango 3 de la opinión de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido. Ahora se sabe que la ocupación determina en un rango 4 la opinión de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.

13. El lugar de residencia determina un 60% del conocimiento de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido. Ahora se sabe que el lugar de residencia determina en un 35% el conocimiento de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.

14. El lugar de residencia determina un rango 3 de la opinión de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido. Ahora se sabe que el lugar de residencia determina en un 4% la opinión de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa Radio con respecto al formato y contenido.

CONCLUSIONES

Después de haber aplicado el procedimiento metodológico y efectuado el levantamiento de datos es posible exponer las conclusiones derivadas de la investigación, las cuales se presentan desde la perspectiva teórica, metodológica y temática.

a) Conclusiones Teóricas

1) Conclusiones Conceptuales: la teoría general de sistemas se considera como una entidad real y organizada, lo que nos permitió tomarla como método de análisis. La teoría sirvió para definir y conocer la organización, además del funcionamiento de sistema.

A partir de la teoría general de sistemas sabemos que los elementos de un sistema se relacionan, distinguen y seleccionan entre si y que a demás comparte sus elementos con el sistema comunicativo, estos elementos estructurantes son: actores, instrumentos, expresiones y representaciones (representados en el modelo dialéctico de la comunicación).

La teoría general de sistemas se tomó como base para el análisis de los elementos que componen el sistema Bésame 940 (Televisa Radio).

2) La Opinión Pública se explicó como objeto de estudio al ser ésta un subsistema del sistema comunicativo; además de compartir los elementos obligatorios y estructurantes (actores, instrumentos, expresiones y representaciones).

En éste trabajo se definió a la opinión pública como el conjunto de expresiones (que no necesariamente tienen la misma dirección ni intensidad) producida por los actores (miembros de un grupo social específico) a través de instrumentos de comunicación para generar representaciones sobre un referente público.

3) En está investigación se encontraron como elementos del sistema de opinión pública:

Actores: Radioescuchas de la estación Bésame 940.

Instrumentos: Encuesta telefónica.

Expresiones: Lo que dijeron los encuestados respecto a su conocimiento y opinión sobre la estación.

Represtaciones: La interpretación y lectura que se dará a los resultados arrojados, respecto a los que dijeron los encuestados.

4) La teoría de la mediación social nos dice que la comunicación es una acción mediadora; una actividad que impone límites a lo que puede ser dicho, y a las maneras de decirlo, por medio de un sistema de orden.

La teoría de la mediación social es considerada un paradigma teórico capaz de interpretar y sistematizar la diversidad de los elementos que se constituyen al interior de un proceso social, lo cuál permitió ordenar la realidad del sistema que se estudió.

5) Los planos de la mediación, enunciados en la teoría de la mediación social permitieron dar orden, interpretar y sistematizar los elementos que integran el sistema social estudiado.

Se identificó que la relación entre el *plano de los principios* y el *plano de la mediación* se encuentran la ideología; entre el *plano de la mediación* y el *plano de la situación* están las funciones; y entre el *plano de la situación* y el *plano de los principios* están las representaciones.

b) Conclusiones Metodológicas

1) La Tabla de Operacionalización se utilizó como instrumento metodológico. A través de ella se sistematizaron los conceptos que determinaron el diseño del cuestionario. Su función consistió en adaptar y ubicar los conceptos empleados en el marco teórico en términos de indicadores, acordes al contexto del tema particular que trata ésta investigación.

La Tabla de Operacionalización contiene 4 columnas; en la primera se especificaron los conceptos y se enumeraron en orden progresivo con un numeral, en la segunda se anotaron las categorías por concepto y se enumeraron en orden progresivo con dos numerales, en la tercer columna se anotaron los indicadores por categoría y se enumeraron en orden progresivo con tres numerales; finalmente la cuarta columna contiene los reactivos uno por cada indicador y se enumeró con el mismo número del indicador correspondiente.

Así la tabla de operacionalización contiene a los conceptos que se refiere a una representación literaria que expresó un rasgo característico del fenómeno que se estudió y que para el tema que nos ocupa son: conocimiento (*plano de los principios*) opinión (*plano de la mediación o expresión*) y datos sociodemográficos (*plano de la situación*) del grupo social estudiado.

2) La arboreación permitió ordenar los reactivos conforme aparecieron en el cuestionario, para ellos se establecieron los siguientes criterios:

- ✓ Reactivo con opción múltiple

- ✓ De los más conocido a los menos conocido
 - a. Sociodemográficos
 - b. Concepto
 - c. Opinión

Posteriormente se realizó una tabla de equivalencias (tabla de dos columnas) que permitió relacionar el número de reactivo en el cuestionario con el de la tabla de operacionalización.

3) La aplicación de la prueba piloto permitió ubicar las irregularidades en el instrumento; así se identificaron y corrigieron para que no aparecieran en el cuestionario final.

4) Para la aplicación del cuestionario final se identificó a la población como el conjunto de todos los elementos que comparten un grupo común de características y forman el universo para el propósito del problema de investigación. Para esta investigación la población estuvo conformada por los radioescuchas de la estación Bésame 940.

En el levantamiento de datos se aplicó cómo una muestra no probabilística a un total de 101 sujetos.

5) Se empleó la técnica de la encuesta por ser un serio proceso metodológico que registra márgenes de precisión y confianza suficiente para cuantificar preferencias públicas con base en lo dicho por el encuestado. El instrumento para levantar la encuesta fue un cuestionario telefónico a los sujetos que conformaron la población, el cual se formuló considerando un marco teórico conceptual, una hipótesis nula e hipótesis alternativas, por lo que se requirió de un método para validar los resultados mediante: la operacionalización de variables, selección de la muestra, levantamiento de datos, sistematización e interpretación de resultados.

6) Para el vaciado de información se creó una *base de datos* en el programa de office Excel. Con esta base se obtuvieron los resultados de las tablas generales así como de los cruces de variables sociodemográficas.

c) Conclusiones Temáticas

Con base en el sistema hipotético referido en el capítulo tres ahora se sabe que la opinión pública de los radioescuchas de la estación Bésame 940 perteneciente a Televisa radio; respecto a su formato y contenido es de 3.5

Respecto a las hipótesis alternativas se concluye lo siguiente:

- ♣ El género determina la opinión en un rango de 4
- ♣ El tiempo que lleva escuchando la estación determina la opinión en un rango de 3.5
- ♣ El lugar de residencia determina la opinión en un rango de 4
- ♣ La edad determina la opinión en un rango 4
- ♣ La escolaridad determina la opinión en un rango 3.5
- ♣ La ocupación determina la opinión en un rango de 4

Fuentes de Consulta

- Díaz Zermeño, Héctor, *Las diferencias de la opinión pública norteamericana en la prensa mexicana y los orígenes de la guerra de 1847, 1836-1845*; México, Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán, 1998.
- Fernández Escalante, Fernando M., *Ciencia de la información y relaciones públicas: comunicaciones teoría de la opinión pública*, Buenos Aires, Editorial Macchi, 1989.
- Fernández Escalante Fernando M., *Comunicaciones, teoría de la opinión pública*, Buenos Aires, Editorial Macchi, 1993.
- González Llaca, Edmundo, *La opinión pública: Bases preliminares para el estudio de la propaganda política*. México: UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1977.
- Habermas, Jürgen, *Historia y crítica de la opinión pública :La transformación estructural de la vida pública*; versión castellana de Antoni Domenech, con la colaboración de Rafael Grasa. México: Gili, 1994.
- Iyengar, Shanto, *Televisión y opinión pública: información es poder* al español Elsa Ruth Martínez Conde; México, Editorial del Valle de México, 1993.
- Lemert, James B., *Después de todo puede la comunicación masiva cambiar la opinión pública: Un nuevo enfoque al análisis de efectos*. Editado por D. Martínez Cabello para Editorial Publigráficos, 1983.
- Martín Manuel Serrano, *La Mediación Social*, Madrid: Akal, 1997.
- Martín Manuel Serrano, *Teoría de la Comunicación: Epistemología y Análisis de la Referencia*, México UNAM, 1991.
- Rivadeneira Prada Raúl, *La opinión pública: Análisis, estructura y métodos para su estudio*; México, Editorial Trillas, 1984.
- Seoanéz Calvo Mariano, *El medio ambiente en la opinión pública*; con la colaboración especial de Irene Angulo Aguado. Madrid; Editorial Mundi-Prensa, 1997.

ANEXOS

SUJETOS	GÉNERO		TIEMPO QUE L	
	MASCULINO	FEMENINO	1-11 MESES	1-5 AÑOS
1	0	1	0	1
2	0	1	0	1
3	0	1	1	0
4	1	0	0	0
5	0	1	1	0
6	0	1	1	0
7	0	1	0	1
8	1	0	0	1
9	0	1	0	1
10	0	1	1	0
11	0	1	0	1
12	0	1	1	0
13	1	0	0	1
14	0	1	1	0
15	0	1	0	0
16	0	1	0	1
17	0	1	0	0
18	0	1	1	0
19	1	0	0	1
20	0	1	0	1
21	0	1	0	1
22	0	1	0	1
23	0	1	1	0
24	1	0	0	1
25	1	0	0	1
26	0	1	0	1
27	0	1	1	0
28	1	0	0	0
29	1	0	1	0
30	0	1	0	1
31	0	1	0	1
32	0	1	0	0
33	0	1	0	1
34	1	0	0	1
35	1	0	0	1
36	0	1	0	1
37	0	1	1	0
38	0	1	1	0
39	1	0	1	0
40	0	1	1	0
41	1	0	1	0
42	0	1	0	1
43	1	0	0	0
44	0	1	0	1
45	0	1	0	0
46	0	1	1	0
47	0	1	1	0

48	1	0	0	1
49	0	1	0	1
50	0	1	0	0
51	0	1	0	1
52	1	0	0	0
53	0	1	0	1
54	0	1	0	1
55	0	1	1	0
56	1	0	1	0
57	0	1	0	1
58	0	1	0	1
59	0	1	0	0
60	0	1	1	0
61	0	1	0	1
62	0	1	0	1
63	0	1	0	1
64	0	1	1	0
65	0	1	0	1
66	0	1	0	0
67	0	1	0	0
68	0	1	0	1
69	0	1	1	0
70	0	1	0	1
71	0	1	1	0
72	0	1	0	0
73	0	1	0	0
74	0	1	1	0
75	0	1	0	0
76	0	1	0	0
77	0	1	0	1
78	0	1	0	1
79	0	1	0	0
80	0	1	1	0
81	0	1	0	1
82	0	1	0	0
83	0	1	1	0
84	0	1	0	1
85	0	1	0	1
86	0	1	0	0
87	0	1	1	0
88	0	1	0	1
89	0	1	0	1
90	0	1	0	0
91	0	1	0	0
92	0	1	0	0
93	0	1	1	0
94	0	1	0	1
95	0	1	1	0
96	0	1	1	0
97	0	1	0	1
98	0	1	1	0
99	0	1	0	1

100
101

0 1
0 1

0 0
1 0

16 85 101 32 46

LLEVA ESCUCHANDO LA ESTACION
5-10 AÑOS 10-20 AÑOS 20 EN ADELANTE

0	0	0
0	0	0
0	0	0
0	1	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
0	1	0
0	0	0
1	0	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
1	0	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
1	0	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
0	0	0
1	0	0
0	0	0
1	0	0
0	0	0
0	0	0

LUGAR DE
DELEGACION

0
0
0
1
0
0
0
0
0
1
1
1
0
1
0
1
0
1
0
1
0
1
0
1
0
1
0
1
0
1
0
1
1
0
1
1
0
1

0	1	0		1
0	0	0		1
16	7	0	101	64

DE RESIDENCIA

EDAD

MUNICIPIO RIOR DE LA REP.

20-30 años 31-40 años 41-50 años 51-60 años

1	0
1	0
0	1
0	0
1	0
1	0
1	0
1	0
0	0
0	0
0	0
1	0
0	0
1	0
1	0
0	0
0	0
0	0
0	0
0	0
1	0
0	0
1	0
0	0
1	0
1	0
0	0
1	0
0	0
0	0
0	0
1	0
0	0
1	0
0	0
0	0
0	0
1	0
0	0
1	0
0	0
0	0
1	0
0	0

0	0	1	0
0	0	0	0
0	0	0	1
0	0	0	0
0	1	0	0
0	0	0	1
0	0	0	1
0	0	1	0
0	1	0	0
0	0	0	1
0	0	1	0
0	1	0	0
0	0	0	0
0	1	0	0
0	0	0	0
0	0	1	0
0	0	0	1
0	0	1	0
0	0	0	0
0	1	0	0
0	0	0	0
0	1	0	0
0	0	1	0
0	1	0	0
1	0	0	0
0	1	0	0
0	0	0	0
0	1	0	0
0	0	1	0
0	0	1	0
0	0	0	1
0	0	0	1
1	0	1	0
0	0	0	0

0	0		0	0	1	0
0	0		0	1	0	0
36	1	101	10	30	33	23

0		0	1	0	0		
0		0	1	0	0		
5	101	18	51	31	1	101	

OCUPACIÓN					
AMA DE CASA	EMPLEADO (A)	COMERCIANTE	ESTUDIANTE	JUBILADO	
1	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	1
1	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0
0	0	1	0	0	0
1	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0
0	0	1	0	0	0
1	0	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	1
0	1	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0
1	0	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0
0	1	0	0	0	0



1	0	0	0	0	
0	1	0	0	0	
53	36	5	4	3	101

0	1	0	0	0		0	0	0	1	0		0	0	0	0	1		0	0	1	0	0
0	1	0	0	0		0	0	0	1	0		0	0	0	0	1		0	0	1	0	0
84	11	0	0	6	101	8	5	1	75	12	101	3	5	13	9	71	101	3	10	74	7	7

	1	0	0	0	0		1	0	0	0	0	0	0	0	1	0		0	0	0	0	
	1	0	0	0	0		1	0	0	0	0				0	0		0	0	0	0	
101	74	24	3	0	0	101	94	3	0	2	2	101	13	5	20	38	25	101	14	16	5	14

13 10 60 152 125 360 14 32 15 56

3.6

1		0	0	0	0	1		0	0	0	1	0		0	0	1	0	0		0	0
1		0	0	0	1	0		0	0	1	0	0		0	0	1	0	0		0	0
52	101	6	17	4	38	36	101	13	21	26	5	36	101	33	10	38	3	17	101	6	13
260	377	6	34	12	152	180	384	13	42	78	20	180	333	33	20	114	12	85	264	6	26
	3.7						3.8						3.3						2.6		

0	0	1		0	0	1	0	0		1	0	0	0	0		0	0	0	1	0	
0	0	1		0	0	1	0	0		1	0	0	0	0		0	0	0	0	1	
21	17	44	6	4	6	8	33	50	101	17	6	17	30	31	101	0	8	4	47	42	101
63	68	220	383	4	12	24	132	250	422	17	12	51	120	155	355	0	16	12	188	210	426
			3.8						4.2						3.5						4.2

0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0		
0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1		
20	16	29	24	12	101	2	23	10	20	46	101	9	24	14	22	32	101	2	21	14	10

20 32 87 96 60 295 2 46 30 80 230 388 9 48 42 88 160 347 2 42 42 40

2.9 3.8 3.4

1		0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0			
0		0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0			
54	101	20	42	11	12	16	101	95	2	1	3	0	101	94	3	4	0	0	101	94	1	4

270 396 20 84 33 48 80 265

3.9 2.6 49.5 4

0	0		0	0	0	1	0	
0	0		0	0	0	1	0	
0	2	101	5	9	17	68	2	101

APÉNDICE

Entendemos por Apéndice todos aquellos archivos o documentos extras facilitados por Televisa Radio, así pues a continuación se presenta el formato digital del registro de mensajes multimedia que facilitaron locutores de la estación para poder seleccionar a algunos encuestados.

En este pequeño formato se podrá observar la fecha en que fue enviado (día, mes y año), compañía y número del celular, hora de envío y el mensaje que los radioescuchas mandan a la estación, como bien se mencionaba en los anteriores capítulos, éste también es uno de los medios a través de los cuales pueden ganar obsequios, hacer peticiones o mandar saludos.

Es importante señalar que el documento que aquí se muestra se encuentra ya alterado de su formato original ya que debido a políticas de la empresa no es posible anexar el formato tal cual.