

## Medios de comunicación y opinión pública

### Centro de Estudios de Opinión Pública

El análisis a los medios de comunicación es una parte fundamental para el mejor entendimiento de la opinión pública; esto adquiere especial relevancia en las grandes zonas urbanas como la Ciudad de México. La relación entre medios de comunicación y sociedad se define por un complejo proceso que contiene múltiples aspectos que no resultan fáciles de establecer.

En esta ocasión, el Termómetro Capitalino del Centro de Estudios de Opinión Pública presenta un breve ejercicio sobre los vínculos que pueden existir entre el nivel de consumo de noticias y las percepciones respecto de distintos fenómenos de opinión pública que ocurren en el Distrito Federal.

### Consumo de noticias

En el Termómetro Capitalino se incluyen las siguientes preguntas para medir el nivel de consumo de noticias en la opinión pública a través de la televisión, el radio, los periódicos y la interacción coti-diana con otras personas: "¿Qué tanto sigue usted las noticias a través de la televisión: mucho, algo, poco o nada?, ¿y del radio?, ¿y de los periódicos?, ¿y platicando con la gente?" (gráficas 1-4). En la gráfica 5 se distingue con claridad que la televisión es el medio de comunicación preferido por los capitalinos para el consumo de noticias.

Para alcanzar una lectura en conjunto de estas variables de consumo de noticias, se realizó un índice en el cual se asignaron los siguientes valores a cada una de las respuestas en dichas variables: mucho=3, algo=2, poco=1, nada y no respuesta=0. Como siguiente paso, se sumaron estos valores y el resultado se muestra en la gráfica 6; en esta gráfica se observa que el índice tiende a concentrarse con mayor fuerza hacia el centro e incluso los valores de sus medidas de dispersión asemejan mucho la distribución del índice a una normal (con media de 6.1, mediana de 6.0 y moda de 6.0). Se tomaron los cuartiles como criterio de división para una recodificación en cuatro categorías: primer cuartil=nada informado, segundo=poco informado, tercer cuartil=algo informado, último cuartil=muy informado (gráficas 7 y 8).

En el cruce contra los resultados de la variable "¿cree que las cosas en la ciudad van en la dirección correcta o es necesario un cambio?" se distinguen

siete puntos de diferencia entre el primer cuartil (nada informado: 24%) contra el último cuartil (muy informado: 31%) en el porcentaje alcanzado por la opción de respuesta "las cosas van en la dirección correcta" (gráfica 9). Estos datos sugieren que la gente mayor informada es menos inclinada a descalificar el "rumbo" de las cosas en la ciudad de México.

La gráfica 10 presenta los resultados del cruce entre el índice de información contra el interés en la política (medido mediante la pregunta "¿a usted qué tanto le interesa la política: mucho, algo, poco o nada?"), la diferencia entre el primero y el último cuartil dentro del segmento que sí le interesa la política es de 36 puntos, la relación entre ambos grupos es de 2.5 a 1 a favor del último cuartil. Lo que la gráfica muestra es una clara relación entre el nivel de información y el interés de participación en cuestiones políticas.

Respecto de las opiniones hacia los partidos políticos (divididas en opiniones positivas, neutrales y negativas) se distingue que en las opiniones neutrales sobre el pan existe una ventaja de doce puntos del primer cuartil sobre el último (gráfica 11). Los neutrales se distribuyen de manera equitativa entre opiniones negativas y positivas en el último cuartil. Con esta evidencia se puede decir que el nivel de información no parece afectar el carácter negativo o positivo hacia el pan sino que tiende a reducir el segmento de personas sin una opinión claramente definida.

En el caso del pri, se observa una relación directa entre los cuartiles y el segmento de opiniones negativas: el aumento es de un punto del primero al segundo cuartil, de dos puntos del segundo al tercer cuartil y de seis puntos del tercero al último.; esto arroja una diferencia acumulada de nueve puntos entre el primer cuartil y el último (gráfica 12). A diferencia de las otras relaciones observadas en este ejercicio, existe alguna evidencia de que el nivel de información sí influye de manera negativa en las opiniones que la opinión pública tiene sobre el pri.

Con el prd sucede un fenómeno similar a lo observado con el pan: los neutrales son más altos en el primero que en el último cuartil con una ventaja de siete puntos (gráfica 13). De nueva cuenta se observa que el nivel de información reduce el segmento de indecisos y personas sin opinión.

El nivel de consumo de noticias se está transformando en un elemento cada vez más valioso para entender el tipo de relaciones que se establecen entre sociedad civil y poder político, sin embargo es necesario recurrir a otros

factores que median esta relación (como el tipo de noticias consumidas, el tipo de medio de comunicación preferido, etc.) para obtener de este modo un panorama de mayor amplitud en el estudio de la opinión pública de la capital  
Vitrina metodológica

Levantamiento: 29-30 de septiembre de 2002. Tamaño de la muestra: 801 casos. Metodología: entrevistas personales en domicilio con habitantes del Distrito Federal de 18 años o más. El marco muestral es de secciones electorales, seleccionadas otorgando probabilidad proporcional al tamaño de personas en el listado nominal de cada sección. Se realizan diez entrevistas por sección siguiendo un método aleatorio de selección de manzanas, hogares y entrevistados. Los resultados se manejan con un nivel de confianza de 95% con margen de error de 3.5 por ciento.