



TESIS

**“LA CONSTRUCCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA EN LA CIUDAD DE
CHILPANCINGO, GUERRERO MEDIANTE EL FLUJO DE INFORMACIÓN
DIFUNDIDO POR EL GOBIERNO DEL ESTADO EN LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN LOCALES”**

**QUE PRESENTA
LEM. YATZIRI BAUTISTA MOLINA**

**PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRA EN COMUNICACIÓN
ESTRATÉGICA Y RELACIONES PÚBLICAS**

DIRECTORES DE TESIS

DR. JAVIER SALDAÑA ALMAZÁN

DRA. NEYSI DEL CONSUELO PALMERO GÓMEZ

CONSULTANTES

DRA. CARMEN CHIRINOS GARCÍA

DR. LUIS ROMÁN MIRANDA

MC. AURORA REYES GALVÁN

CHILPANCINGO DE LOS BRAVO, GUERRERO. JULIO 2018.

Índice

Introducción	2
Capítulo I.- Fundamentación Teórica	
1.1.- Marco Teórico	4
1.1.1.- La Opinión Pública.....	6
1.1.2.- La Prensa, Un Actor Político	9
1.1.3.- El Poder de los Medios	13
1.1.4.- Agenda Setting, La Espiral del Silencio y la Tematización.	16
1.1.5.- La Reconsideración de los Efectos de los Medios.....	20
1.1.6.- La Construcción de la Noticia	21
Capítulo II.- Metodología	
2.1.- Planteamiento del problema	26
2.2.- Pregunta de investigación.....	27
2.3.- Premisa.....	27
2.4.- Objetivos de la investigación.....	27
2.4.1.- Objetivo General.....	27
2.4.2.- Objetivos Específicos	28
2.5.- Metodología	28
2.6.- Categorías analíticas y subcategorías	29
2.7.- Diseño de la investigación	30
2.8.- Método Y Técnicas	30
Capítulo III.- Análisis y Discusión de Resultados	
3.1.- Entrevistas en Profundidad	38
3.2.- Encuestas	42
3.3.- Análisis de Contenido	46
Conclusiones	52
Recomendaciones	55
Bibliografía	
Anexos	

Introducción

La presente investigación interpreta la relación existente entre el flujo de información oficial emitido por el Gobierno del Estado de Guerrero a través de los medios de comunicación locales y la construcción de la opinión pública.

Actualmente los tiempos han cambiado y, con ello, la manera de informarse. Hoy en día las nuevas tecnologías han revolucionado significativamente la vida de las personas, convirtiéndose en sus principales referentes. Sin embargo la prensa, la radio y la televisión han prevalecido a lo largo de los años conectando a la audiencia con el entorno y conservando un gran número de seguidores, por lo que en este trabajo se interpretará de acuerdo a su contenido.

La opinión pública por su parte resulta determinante en la apreciación de la imagen y reputación transmitida del Gobierno, ya que entre la sociedad se suscita la comunicación de boca a boca y se transmite la información de manera rápida, lo cual puede ser perjudicial o benéfico dependiendo de la situación.

De ahí la relevancia de realizar una tesis que describa como se construye la opinión pública de los habitantes de Chilpancingo desde el flujo de información emitido por el Gobierno Estatal en los medios de comunicación locales, determinando el impacto que éste genera en los diferentes sectores seleccionados de la población, así como identificando los medios de comunicación con mayor alcance y aceptación.

Esta investigación se compone de tres capítulos. En la primera parte del trabajo, Fundamentación teórica, se aborda la evolución e importancia que han tenido los estudios de opinión pública en México. Asimismo, se explican las diferentes significaciones del concepto opinión pública desde la perspectiva de diferentes autores y el papel que juegan los medios de comunicación sobre la audiencia. Además se retoman algunas teorías de la comunicación y la opinión pública entre ellas: teoría de la agenda setting (McCombs y Shaw, 1972), teoría de la espiral del silencio (Neumann, 1995), teoría de la tematización (Luhmann, 1986, 2000),

teoría de los efectos de los medios (Perse, 2001) y la construcción de la noticia (Wolf, 1987).

En el segundo capítulo se describe la metodología utilizada para la realización del trabajo, así como el planteamiento del problema, la premisa, los objetivos, las técnicas, los instrumentos, las categorías y subcategorías analíticas.

Finalmente en el tercer capítulo se muestran los hallazgos y resultados de las técnicas empleadas como el análisis de contenido, entrevistas en profundidad y encuestas con la finalidad de poder dar una respuesta al problema científico planteado y comprobar la premisa. A su vez se contemplan algunas recomendaciones originadas de los resultados previos.

Capítulo I

Fundamentación Teórica

1.1.- Marco Teórico

En el año de 1981, a iniciativa del entonces gobernador del estado de Guerrero, el C. Alejandro Cervantes Delgado y ante la necesidad de difundir la cultura y tradiciones del territorio, nace la Dirección General de Comunicación Social. Posteriormente en el periódico oficial del Estado de Guerrero, de fecha 16 de enero de 2007, se expide el decreto de creación de la Coordinación General del Ejecutivo, el cual en su artículo 2do, dice que para el cumplimiento de sus atribuciones la Coordinación General del Ejecutivo conducirá y regirá el funcionamiento de la Dirección General de Comunicación Social, entre otras dependencias del gobierno del Estado.

Desde entonces Comunicación Social, se volvió fundamental en las actividades del ejecutivo, encargándose de difundirlas a la sociedad y brindando mayor cobertura. Sin embargo, existen sucesos que son difíciles de manejar para los medios de comunicación, aún más cuando se tratan de crisis gubernamentales que generan una opinión pública negativa.

Después de 10 años gobernado por el Partido de la Revolución Democrática (PRD), el Estado de Guerrero vuelve al mando priista con el actual ejecutivo Héctor Astudillo Flores. Esto a consecuencia de los hechos violentos ocurridos en septiembre del 2014, con la desaparición forzada de los 43 estudiantes de la Escuela Normal Isidro Burgos de Ayotzinapa. Dicho acontecimiento significó una nueva oportunidad para el Partido Revolucionario Institucional (PRI), debido a que ante la vulnerabilidad en que quedó el Estado de Guerrero, se promovió el orden y la paz, que era lo que en ese momento más demandaba la sociedad. Actualmente el Gobierno ha estado inmerso en diferentes crisis, debido a que no se ha visto reflejado lo prometido en sus inicios, afectando su imagen.

Según, Consulta Mitofsky, una de las empresas de estudios de opinión pública y encuestas que dirige Roy Campos, descubriría que, en Guerrero, “las cosas van igual con una agravante: *día tras día, hora tras hora, el gobernador Héctor Astudillo va perdiendo terreno en la gobernabilidad y ganando puntos en desprestigio, amén de tomar distancia de la realidad*”.

He aquí la importancia de los estudios de opinión pública, permiten conocer la percepción de la sociedad con relación a un tema. Principalmente existe una relación muy peculiar con la política y la gobernabilidad.

Cabe mencionar que en la década de 1990 se produjeron estudios mucho más vinculados con la comunicación política que, sin lugar a dudas, contribuyeron a dar respuesta a las nuevas exigencias de la relación medios–estado derivadas del inicio de la transición democrática mexicana. El artículo “Medios de comunicación y actitudes políticas de los ciudadanos del Distrito Federal”, de Ricardo de la Peña y Rosario Toledo (1991) resulta muy parecido al tipo de estudios que en otros países aplican a la teoría de la agenda setting, donde los investigadores hacen encuestas de opinión para conocer los vínculos entre los medios y las actitudes políticas y partidarias de los ciudadanos.

Resulta muy importante la propuesta que hace José Antonio Crespo (1992) en “Responsabilidad política y opinión pública en México”. El autor no solamente propone realizar mejores esfuerzos para medir la opinión pública en México, sino que presenta los beneficios que estos estudios poseen como elementos que contribuyen al avance democrático del país en el reconocimiento de las diferencias culturales y la pluralidad de ideas y preferencias políticas.

Un estudio realizado fuera de México por Jorge Domínguez y James A. McCann (1997) en *Democratizing México Public Opinion and Electoral Choices*, donde utilizan encuestas relacionadas por IMOP S.A. (Gallup) y algunas conducidas por el doctor Miguel Basáñez. El análisis que realizan los autores es de una calidad superior a lo que anteriormente se había aplicado en México, midiendo el nivel de interés, atención e involucramiento de los mexicanos en la política, así como las

actitudes hacia sus líderes, sus preferencias clericales o militares en el gobierno, y su aprobación ante políticas autoritarias o democráticas.

De acuerdo con la revista Este País, “las tendencias y opiniones han marcado el cambio, la evolución del pensamiento, de las ideas y opiniones de los mexicanos. En mucho han contribuido a crear una cultura cuantitativa y prospectiva que enriquece el análisis y el debate. La estadística aplicada subyacente en la elaboración de encuestas, así como la psicología social, la sociología, la antropología y las demás ciencias sociales, indispensables en la elaboración de marcos teóricos válidos y relevantes, también han alcanzado una masa crítica que garantiza un desarrollo de la demoscopia autónomo y propio, desde luego sin rechazar y aprovechar la riqueza del intercambio internacional. Hoy una comunidad de profesionales, académicos y estudiantes permite satisfacer una demanda creciente de investigaciones de opinión pública y de mercados derivada del proceso de democratización” (Revista Este País, 2009).

1.1.1.- La Opinión Pública

El término de opinión pública es un concepto muy antiguo, y con una cantidad muy variada de definiciones debido a que a través de más de 30 años, diversos autores han estudiado el concepto desde disciplinas y enfoques diferentes. Por ello, en este capítulo se hará un recuento breve de algunas definiciones destacadas que se han hecho sobre el tema. Con la finalidad de comprender ampliamente el concepto y adentrarse a la investigación posteriormente.

Etimológicamente, el término opinión proviene del latín *opinio*, *-onis*, que significa concepto. La Real Academia Española la define como “concepto o parecer que se forma de una cosa cuestionable; fama o concepto en que se tiene a una persona o cosa”. (Real Academia Española, 1992).

Sin embargo, la definición que proponen Calloway y Newman implica una contradicción con la Real Academia Española, en cuanto a que conciben a la

opinión pública como “consenso de un sector importante de una población con respecto a una determinada proposición [...] que supone cierto grado de reflexión, análisis y razonamiento. Es un producto intelectual, a diferencia del sentimiento público, que es consecuencia de la emoción y que puede existir sin la menor base adecuada” (Calloway y Newman, 1964: 129). Dicha postura lleva a considerar, que para la construcción de la opinión pública más allá de los puntos de vista de cualquier persona, se debe enfatizar en los individuos con liderazgo, que influyan en su círculo social con argumentos sólidos y conocimientos previos.

Hans Speier (1950) define el concepto de opinión pública como “ (...) las opiniones sobre cuestiones de interés para la nación expresada libre y públicamente por gentes ajenas al gobierno, que pretenden tener el derecho de que sus opiniones influyan o determinen las acciones, el personal o la estructura de su gobierno”. Este concepto, se retoma a pesar de la antigüedad, por la cercanía que tiene con el objeto de estudio de la presente investigación, pues evidencia la íntima relación existente entre opinión pública y democracia, dado que se trata de opiniones que se consideran importantes para el tomador de decisiones, ya que son influyentes para la estructura de cualquier gobierno o institución responsable de responder a demandas de la población o tal como lo dice el concepto, para la nación.

Por su parte Jürgen Habermas (1962) señala que la “opinión pública significa cosas distintas según se contemple como una instancia crítica con relación a la notoriedad normativa pública, ‘representativa’ o manipulativamente divulgada, de personas e instituciones, de bienes de consumo y de programa”. Habermas ubica la realidad de forma contradictoria en un mismo hecho o situación, lo cual lleva a asumir una concepción más para el terreno de la manipulación, alejándolo de la concepción democrática.

Por el contrario, Elisabeth Neumann sostiene que la opinión pública debe ser explicada como un hecho social, el cual se ve influido por valores, prejuicios, tradiciones y modas, más que por una postura reflexiva y completamente racional del individuo. Con base en esta idea, define la opinión pública como “las opiniones

sobre temas controvertidos que pueden expresarse en público sin aislarse” (Neumann, 1977).

Cándido Monzón (2006) señala que la opinión pública puede entenderse desde dos acepciones: primero, como un fenómeno ya existente en la sociedad, que puede medirse, que es susceptible a influencia o manipulación y, segundo, como un fenómeno que los medios pueden crear e implantar en la población.

Las manifestaciones de la opinión pública también son numerosas. Monzón distingue siete espacios donde se puede dar a conocer: a través de manifestaciones directas de los públicos en forma de corrientes de opinión; sufragio en elecciones, a partir de los líderes políticos; a través y en los medios de comunicación, cuando el público se dirige a organismos públicos, a partir de rumores y cuando aparecen expresiones colectivas en manifestaciones o protestas.

Desde una perspectiva de las ciencias políticas, Giovanni Sartori (1988) considera que la opinión pública es ante todo y sobre todo un concepto político. Para el investigador italiano, la opinión pública es “un público, o multiplicidad de públicos, cuyos difusos estados mentales (de opinión) se interrelacionan con corrientes de información referentes al estado de la esfera pública”.

Finalmente, según Norberto Bobbio, Nicola Matteucci y Gianfranco Pasquino (2007) la opinión pública es “un fenómeno de la edad moderna: de hecho presupone una sociedad civil separada del estado, una sociedad libre, articulada, en la que hay centros que consienten la formación de opiniones no individuales, tales como los periódicos y las revistas, los clubes y los salones, los partidos y las asociaciones, la bolsa y el mercado, o sea un público de particularidades asociado, interesado en controlar la política de gobierno, aunque no se desarrolle una actividad política inmediata”.

Como conclusión, el estudio de la opinión pública obliga a considerar referentes para el análisis y contenidos que ofrece, es decir, como un proceso permanente en el que la sociedad —el público— y sus distintos actores se encuentran

inmersos en la dinámica y compleja visión acerca de la democracia, así como de la comunicación política.

1.1.2.- La Prensa, Un Actor Político

El estudio del periódico como actor político se basa en su función de informar e interpretar los asuntos públicos que puede afectar la toma de decisiones en los diferentes grupos sociales (Borrat, 1989: 10). Se pueden distinguir varios ámbitos en los que influye. Gobierno, partidos políticos, funcionarios, empresarios, académicos, según sea el tipo de tema en discusión. Una de esas influencias se da por medio del intercambio de informaciones periodísticas (noticias) generadas con el propósito de centrar la atención institucional sobre determinado conflicto político. Un segundo nivel de influencia es la argumentación política mediante la producción de análisis y opinión (editoriales, artículos) y tiene como propósito participar en las resoluciones del conflicto. Un tercer nivel de poder es la construcción de opiniones mayoritarias (noticias, editoriales, artículos) que tratan de ocultar o callar puntos de vista discordantes que afecten a determinados intereses y grupos en el debate mediático de las demandas sociales.

Estas tres funciones para la gestión informativa de los asuntos públicos convierten al periódico en un protagonista de la actividad política para afectar de acuerdo a sus intereses editoriales el curso de la discusión y favorecer o rechazar a determinados grupos y sus demandas. De esta manera, el periódico es constructor de opinión pública al producir textos periodísticos que construyen un conocimiento y valoración en sus lectores. Al mismo tiempo, los actores políticos tienen un gran interés por influir en lo que publicará la prensa, pues saben que eso podría afectar sus intereses, de allí, su intención en participar activamente en la producción informativa y en la formación de opinión para dar a conocer y defender sus posturas.

Considerando las principales funciones del periódico que son informar e interpretar la dinámica política, se puede decir que es un actor político que influye y es

influido en su relación con los integrantes del sistema social. Esto es, “en la medida que ejerce su influencia, es objeto de la influencia de los otros, que alcanza una carga de coerción decisiva cuando esos otros son los titulares del poder político” (Borrat, 1989:10). Esta doble posición, le asigna un papel importante, ya que interviene de forma directa y activa en el proceso político. Por un lado, periódicos, periodistas y actores sociales se enfrentan en el campo de la mediación simbólica, para definir ante la opinión pública, el tema político. En este contexto, la prensa, y los medios de comunicación, tienen más ventaja, ya que son los políticos y actores sociales los que recurren a ella para transmitir sus mensajes al público. Es así que la prensa se convierte en plataforma para apoyar o rechazar demandas, actores y posturas.

Un aspecto importante para la influencia de la prensa es considerar el conflicto social como interés informativo que le supone beneficio político e impacto en sus lectores. También para satisfacer las necesidades compartidas con integrantes del sistema político, el periódico siguiendo sus criterios editoriales e intereses políticos, económicos informa e interpreta la dinámica política para un público determinado. Es en los escritos noticiosos y de opinión donde pretende influir sobre sus lectores con recomendaciones y consejos en el debate de la agenda de temas.

El periódico como actor político, entonces, descansa, en buena parte, en la construcción de diferentes representaciones de los temas políticos por medio del tipo de cobertura y tratamiento informativo que hace de ellos. Estas diferentes maneras de organizar los contenidos periodísticos llevan a relacionar las funciones de: agendar, tematizar y silenciar las cuestiones públicas que se relacionan con la línea editorial, empresarial y el perfil de lector al que cada diario se dirige, de ahí, que apoyará o rechazará a algún determinado grupo social, por lo tanto, la prensa tiene un papel activo en el sistema social y una postura política que determinará su actuación editorial y su influencia. Esta influencia se basa en “la propagación de ideas e intereses editoriales en sus lectores por medio de los temas que publica y la manera en cómo los trata.” (Armañanzas, Emy y Javier Noci, 1998:63). Esto

explica que miembros representativos de la sociedad, como los políticos, participan en la interpretación de los temas de debate público como articulistas, que en cierto momento, se vuelven muy importantes para señalar recomendaciones sobre las acciones políticas a seguir. De allí, que el poder del periódico sea poder político. Poder para dictar marcos discusión. Poder para incluir o excluir temas del conocimiento público. Y poder para influir en los grupos de decisión política.

Estudiosos clásicos de la influencia política de la prensa (Cobb y Elder, 1972; Kingdon, 1984; Gusfield, 1981; Cook, 1982). Señalan que la información periodística contribuye a la configuración y formación de la agenda política en la cual se manifiestan las relaciones entre sociedad y Estado tomando la forma de problemas y soluciones, demandas y ofertas. En esta articulación de actores, restricciones, decisiones y resultados, la prensa participa mediante la producción, selección y difusión de los temas de interés general a través de una acción diaria.

Por lo tanto, los medios de comunicación en general, y el periódico en particular participan en la configuración de los temas políticos, orientando la atención de los ciudadanos sobre determinadas cuestiones públicas donde cada periódico construirá una representación de acuerdo a sus intereses editoriales, económicos y políticos. En ese sentido, las noticias, los editoriales y artículos de opinión no sólo estructuran y encuadran las líneas del debate político sino también, sirven para afirmar una concepción particular de la opinión pública, donde la prensa es participante activo en el cuadro de definición de un problema público y su percepción en el ciudadano (Aguilar, 1996).

El periódico como actor del sistema político es de gran importancia para la selección, argumentación u ocultamiento de los asuntos públicos de un país, ya que es desde los espacios de información y opinión donde se articulan los procesos de creación de consensos, entre los actores políticos, se utiliza su producción noticiosa y editorial para debatir e influir en las decisiones políticas.

Las tres funciones en el tratamiento periodístico que se hace de los asuntos públicos sirven para estudiar el papel de la prensa para decidir, inducidos por el

poder o por sus propios intereses qué temas políticos seleccionar, cómo argumentarlos u ocultarlos para influir en la vida política.

Actualmente en México, el número de lectores de la prensa ha disminuido en los últimos años debido al uso de las nuevas tecnologías, cambiando el estilo de vida de las personas y representando fuentes de información más rápidas y accesibles. Sin embargo el periódico no deja de ser uno de los referentes más importantes, aun cuando la mayoría de las personas ya no confía plenamente en el contenido debido a los convenios establecidos con el gobierno.

“La relación perversa entre medios de comunicación y gobierno ha hecho un enorme daño al compromiso de la prensa como importante canal de información entre Estado y sociedad y como instrumento confiable de retroalimentación para el sector público. Esa enferma relación entre el poder político y la prensa ha acabado con la independencia e imparcialidad de muchos medios y a la mayoría los ha vuelto cómplices de verdaderas atrocidades de gobiernos genocidas y sanguinarios. Por ello no es gratuito el descrédito y desconfianza de grandes sectores de población hacia ese tipo de prensa. Por ello también no cede la tendencia a la alza del fin de los medios como formadores de una opinión pública verdaderamente libre, reflexiva, analítica y crítica” (El Sur, 2007).

Por su parte el Estado de Guerrero se ha mantenido en los últimos años en los encabezados de las noticias negativas, debido a la ola de violencia e inseguridad existente, con base a ello la prensa ha jugado un papel muy importante en la construcción de la opinión pública. Además de los medios de circulación nacional distribuidos, según el Padrón de Medios de la Secretaría de Gobernación, en la entidad están registrados 8 diarios y 2 revistas. Siendo estos; El Despertar del Sur, Diario Abc De Zihuatanejo, Diario 17, Diario 21, El Sol De Acapulco, El Sur, Novedades Acapulco, Pueblo Guerrero, Revista In Guerrero y Turismo, Medio De Información y Promoción Turística.

1.1.3.- El Poder de los Medios

Los medios son, «fabricantes de consentimientos », porque están comprometidos con el orden social del que son beneficiarios, y fomentan la indiferencia y la apatía política impidiendo el pensamiento y la acción independientes de las masas. Su función es la de divertir, entretener e informar, así como inculcar a los individuos los valores, creencias y códigos de comportamiento que les harán integrarse con las estructuras institucionales de la sociedad. En un mundo en donde existen grandes conflictos de intereses de clase, el cumplimiento de tal papel requiere una propaganda consolidada y sistemática.

No obstante, esto no significa que no haya disidencia en los medios respecto a políticas concretas o censuras a dirigentes. Muchas veces, adoptan poses de antigubernamentalismo como vía para ganar credibilidad ante la audiencia, situación que sólo se presenta cuando los medios se sienten amenazados por un Estado que antepone los intereses de las mayorías a los intereses particulares o elitescos; este es el momento en el cual dichos medios ven afectados sus intereses hegemónicos de poder, control y beneficio socio-económico, cuestión que les impide mantener su status quo.

En las democracias actuales, la tendencia es que el poder económico está representado en los medios, lo que los convierte en un espacio privado, permitiendo el intercambio con la sociedad y el Estado, dependiendo de la condición de rentabilidad que ello implique.

Los medios en la democracia se fundamentan en el modelo de espacio público (Habermas, 1980) donde se canaliza la opinión y se pondera el interés, el cual ha tenido muchas acepciones.

Cuando se habla de interés público, en términos de opinión, se identifica al sistema de medios como una alternativa clave en la que los ciudadanos deberían apoyarse, informarse y tener la posibilidad de deliberación. De esta forma, la evaluación y análisis que puede hacerse de los medios, a la luz de la democracia, definitivamente deben pasar por la prensa, radio, televisión, cine, Internet, libros u

otro, es decir, por todos los productos mediáticos. En realidad, esto no se cumple a cabalidad, ya que el interés público tiene menor atención en los medios que las ganancias económicas generadas por el sensacionalismo, las historias triviales y el amarillismo, aspectos estos que sirven de catalizadores en la mediatización y parcialización de la información ante la opinión pública.

En el mundo contemporáneo, no existe mecanismo de mayor influencia sobre las sociedades que los medios de comunicación de masas. La política depende, indudablemente, de la propagación que pueda encontrar en los medios. Partidos y candidatos y junto con ellos cualquier institución o personaje que busque relevancia pública, tienen que ganar espacios y a menudo también aceptaciones en los medios de comunicación, pues, es a través de ellos que se canaliza el grado de influencia sobre la opinión pública. Éstos no sólo determinan la cantidad, sino también la calidad de los mensajes entre emisor y receptor.

En este punto es conveniente señalar que Chomsky (1991), establece que los medios están al servicio del poder estatal y empresarial, dada su dependencia económica (publicidad) y su capacidad de difusión, de modo que limitan los términos del debate que pueden originar los hechos, haciendo una información que acaba por apoyar al poder establecido.

Eso explica que actualmente, se ha extendido la preocupación ante el predominio de los medios en la conformación y en la definición de la opinión pública. Se puede inferir de lo dicho, que si los medios fuesen verdaderos espacios abiertos a la pluralidad de las sociedades y a la deliberación que requieren los asuntos públicos, esa inquietud sería menor. Sin embargo, lejos de formar parte de las tendencias democratizadoras que de una u otra manera se han propagado por los sistemas políticos de casi todo el planeta, los medios de comunicación tienden a incrementar su enorme influencia mediatizadora.

Esta situación se alimenta de dos tendencias inherentes a los medios contemporáneos. Por un lado, las alianzas empresariales colocan progresivamente en pocas manos el control de los medios de comunicación. Al

mismo tiempo, las innovaciones tecnológicas permiten la propagación más amplia en cobertura de los mismos mensajes mediáticos.

No existe una investigación contundente que permita afirmar claramente si los medios y sus contenidos influyen totalmente la toma de decisiones tanto en niños como adultos. Las variables como la familia, el ingreso económico, el tipo de medio, el carácter del mensaje, la edad e incluso la forma en que se 'consume' el contenido determinan el nivel de influencia. La televisión y el internet han recibido más atención por parte de los académicos y los mismos medios; pero tanto la radio como la prensa hacen parte de esta dinámica de convencedores y convencidos.

De acuerdo con lo anterior los grupos de referencia entran a jugar un papel muy importante en este sentido. Debido a que se los seres humanos por naturaleza buscan empatizar y un sentido de pertenencia, exponiéndose continuamente a la influencia. Al respecto el sociólogo Robert K. Merton afirma en su teoría de los grupos de referencia que “la función de la conformidad es la aceptación por el grupo, así como la progresiva aceptación por el grupo refuerza la tendencia a la conformidad” (Merton, 1968, p. 308 [2002, pp. 334-335]).

En otro orden de ideas, y enfatizando sobre los medios de comunicación en el país, según el Instituto Federal de Telecomunicaciones en México hay Mil 745 emisoras de radio, incluidas permisionadas, concesionadas y públicas y hay 821 canales de televisión tanto abierta como de televisión digital terrestre. El 96% de la población en México tiene al menos un televisor y 41% escucha la radio. Hay más de 1200 medios impresos de los cuales, más de 590 son periódicos y más de 650 son revistas (IFT, 2017).

En 2016, el Estado de Guerrero contaba con 37 estaciones de radio FM y 17 de AM, así como 25 estaciones de transmisión de televisión abierta. (IFT, 2017). De acuerdo al Instituto Federal de Telecomunicaciones en Guerrero. Hay por cada 100 hogares 43 televisiones analógicas, 59 televisiones digitales y 41 aparatos de radio.

Para este año, el gobierno de Astudillo destinó 67 millones 282 mil pesos por concepto de servicios de comunicación social y publicidad, de acuerdo con el presupuesto de egresos para el ejercicio fiscal 2016 (Proceso, 2016).

1.1.4.- Agenda Setting, La Espiral del Silencio y la Tematización.

La opinión pública tiene tres funciones clave: agendar, tematizar y silenciar los temas de debate público, que remiten a los conceptos teóricos de McCombs y Shaw (1972), Luhmann (1989, 2000) y Neumann (1995), respectivamente.

Sin embargo, resulta muy importante la propuesta que hace José Ramón Santillán Buelna (2015) en el artículo “teorías de la comunicación y opinión pública”. En donde enfatiza en que el análisis conjunto de las tres teorías de la comunicación ofrece una base conceptual amplia para estudiar el papel de la prensa en la actualidad y el control que sobre la misma ejercen los distintos actores sociales en la elección, cobertura y discusión pública hasta la búsqueda de soluciones de los asuntos públicos. O su ocultamiento.

El autor propone que los asuntos públicos que responden a la categoría de *political issues*, temas controvertidos que tienen un trayecto que va de la elección del conflicto, su exposición y discusión pública hasta la búsqueda de respuestas políticas (Santillán, 2007), pueden analizarse como resultado bien de la visibilidad que tienen (agenda), de las decisiones políticas que generan (tematización) o del silenciamiento que se les impone (espiral del silencio). Mostrando la capacidad e influencia de la prensa sobre el poder político, la opinión pública, y al resto de los medios de comunicación, en la gestión informativa de los debates públicos en democracia.

Agendar, constituye el primer momento para el estudio de la formación de la opinión pública en la sociedad contemporánea. La visibilidad pública es la primera condición de existencia en la sociedad mediática. Por esta razón, las personas y los grupos participan en la promoción de su imagen y de sus demandas que son

publicitas en los medios de comunicación. En la comunicación política tener visibilidad constituye el reconocimiento de los interlocutores, de sus demandas, de los escenarios donde se dará la confrontación política, así como los medios que se ponen en juego.

La agenda mediática es visibilidad y gestión informativa. La aparición en los medios no sólo es una propuesta de jerarquía de la realidad social, sino un modo de definirla, y lo hace con las noticias como principal herramienta. Pero las noticias no son neutras. Reflejan una manera de pensar e interpretar la realidad, el *framing*, encuadre o marcos de interpretación Goffmann (1974, 2006) señala que son patrones que permiten a las personas conocer, identificar e interpretar los acontecimientos que orientan la actividad social.

El interés por gestionar la agenda mediática de temas políticos es la razón por la que los medios son de gran importancia para los diversos grupos sobre la información que ofrecerán a sus lectores. Este interés tiene tres objetivos: el primero, controlar la capacidad selectividad (gatekeeping), por la cual los medios deciden qué acontecimientos llenará sus espacios informativos. El segundo, influir en su jerarquización, que sus temas se conviertan en portada o que tengan una buena posición en el conjunto del periódico. El tercer objetivo, promover un marco o framing destinado a imponer determinada interpretación de la realidad acorde con sus intereses particulares.

Sin embargo, es importante destacar que estudios recientes han demostrado que la agenda setting ha tenido problemas para lidiar con los cambios sociales e interpretarlos oportunamente. De hecho, entre las críticas formuladas a esta teoría se encuentra ignorar "las características de cada país como potenciales condiciones contingentes de la fijación de agenda" (Peter, 2003, p. 684), e incluso, ante la evidente ausencia de visión sistémica que padecen muchas de estas investigaciones, el propio McCombs (2012:7) ha reconocido, utilizando una metáfora, que se tiende a "analizar los árboles, pero no a ver el bosque".

Las cuatro limitaciones principales de la agenda setting en cuanto a interpretación del cambio social radican fundamentalmente; en: tomarlo como un estado de cosas dado, desconociendo la evolución del fenómeno; no desentrañar cómo las diferentes transformaciones que forman parte de dicho cambio afectan las relaciones entre las agendas; no prestar igual atención a los cambios ocurridos en el nivel estructural y supraestructural, y la pobre articulación entre las diferentes variables o factores que intervienen en la relación entre agendas. Dichos problemas se encuentran entramados por lo que cada uno de ellos es origen y consecuencia simultánea de los otros (José Raúl Gallego, 2016).

Por otro lado, tematizar, es el siguiente paso, que consiste en la discusión pública de las demandas sociales y la búsqueda de soluciones políticas. La tematización no pretende sustituir a la agenda mediática, se nutre de ella, nace de las noticias que después serán editorializadas, contribuye con opinión y valoraciones al diálogo social de los problemas públicos.

En el enfoque de la tematización la opinión pública es una selección temática que responde a la necesidad de organizar y canalizar las demandas que se producen en la mayoría de las instituciones y grupos sociales. Permite controlar la gestión del gobierno dentro de unos márgenes que señala problemas y actores que reclaman atención y solución.

La batalla que se da en la tematización periodística entre los grupos tiene como objetivo fundamental la búsqueda de soluciones. Se trata de influir en los círculos de poder para lograr decisiones favorables. No de fijar titulares ni noticias diarias. Los promotores de un asunto público necesitan actuar, en las esferas de decisión frente a otros grupos o adversarios, ya que lo más importante es la gestión de su demanda por el gobierno.

La tematización debe leerse en clave política y periodística ya que con ella se establecen relaciones entre ambos grupos. Detrás de un tema hay personas que disponen de apoyos políticos y mediáticos que pueden ser analizados en el marco del periodismo de opinión.

Los temas políticos abren un proceso de discusión pública destinado a fijar las posiciones de los distintos actores involucrados para tratar de construir un marco de argumentación para su solución.

Las consecuencias directas del debate de los asuntos públicos afectan al gobierno, a los partidos cuando tienen que actuar para influir en las esferas de decisión y resolver los problemas sociales. En segundo lugar, impacta en el ámbito de los medios de comunicación, los cuales se convierten en espacios para la discusión, a través de una fuerte participación no sólo para apoyar o rechazar posiciones políticas, sino para construir ellos mismos una propia.

Por último, la espiral del silencio entendida como la construcción de opiniones mayoritarias es uno de los procesos fundamentales de la vida política en las sociedades contemporáneas. En el marco de la espiral del silencio la formación de la opinión pública es una constante observación que hace el individuo de su entorno social que para no encontrarse aislado renuncia a expresarse públicamente sus convicciones, o sus intereses. Los ciudadanos reciben información y, con base en la evaluación del clima social, otorgan su apoyo a quienes son mayoría. Lo interesante para el tema de cómo se inicia la espiral del silencio es la relación de los medios de comunicación con la formación de la opinión pública. Se puede centrar en cuatro aspectos que intervienen decisivamente en la construcción de una opinión mayoritaria en los ciudadanos: Los medios de comunicación masivos, los líderes de opinión, el tema en discusión y los ciudadanos como personas con características individuales que promueven la espiral del silencio.

Los estudios de la agenda mediática, la tematización y la espiral del silencio que se estructuran a partir de los efectos cognitivos de la comunicación, asumen que la cobertura mediática no sólo depende de la cantidad de información o énfasis que se les dé a los temas políticos y tampoco del número de actores implicados. Los medios, y en este caso, la prensa y las fuentes informativas definen una dinámica política propia que tiene consecuencias en el conocimiento, interpretación, valoración y comportamiento de las audiencias.

1.1.5.- La Reconsideración de los Efectos de los Medios.

A partir de finales de la década de 1960 y a principios de la siguiente, diferentes teóricos y enfoques surgieron o retomaron importancia en relación con la reconsideración de los efectos de los medios. La preocupación por la influencia de los contenidos mediáticos en las audiencias resurgió y abarcó tanto los efectos intencionales como los no intencionales.

De acuerdo con la investigadora estadounidense Elizabeth Perse (2001), las teorías contemporáneas de los efectos de los medios se dividen en cuatro diferentes modelos: a) efectos directos, b) efectos condicionales, c) efectos acumulativos y d) efectos cognitivo- transaccionales.

El modelo de los efectos directos insiste en que los medios son capaces de ejercer una influencia directa, a corto plazo, de manera uniforme en las audiencias. Los efectos pueden ser cognitivos, afectivos o conductuales; La audiencia es influenciada de manera uniforme debido a su incapacidad de enfrentar y rechazar la influencia. Por su parte el modelo de los efectos condicionales toma en cuenta nociones de selectividad (exposición selectiva, atención, percepción y recordación) y de influencia social, reconociendo que no toda la exposición a los medios resulta en efectos y acepta que la audiencia tiene el poder de evitar la exposición o rechazar la influencia. Mientras que el modelo de los efectos acumulativos se basa en la postura de que lo repetitivo y frecuente de ciertos contenidos mediáticos provoca que la audiencia sea incapaz de realizar exposiciones selectivas y diversas. Luego de exponerse repetidamente a un mismo contenido en diferentes canales y momentos, la gente empieza a adoptar el encuadramiento mediático como su propia representación de la realidad con base en los efectos cognitivos y afectivos. Finalmente el modelo cognitivo- transaccional aplica la noción de “procesamiento esquemático” al contexto mediático. El cómo los seres humanos procesan mentalmente los estímulos ambientales influye en la manera en que aquellos interpretan y aprenden nueva información. El conocimiento no existe de

manera aislada en el cerebro, sino que está organizado en esquemas. Éstos son estructuras mentales que representan conocimiento acerca de un concepto

Aunque en el desarrollo teórico positivista actual se presentan avances y argumentaciones en cada una de las cuatro perspectivas mencionadas arriba, el impacto real de cada una de ellas, excepto la acumulativa, ha sido poco significativo fuera de Estados Unidos.

1.1.6.- La Construcción de la Noticia

Según Tuchman (1978), la noticia es una “construcción social de la realidad” queriendo decir con ello que determinados acontecimientos acaecidos en el mundo reciben la atención de instituciones sociales que los “construyen” para presentarlos a una audiencia dada mediante canales específicos- gráficos, audio, video. Este planteamiento encuentra en dichas organizaciones humanas la presencia de intereses sociales, políticos o económicos, así como de reglas de trabajo, escritas y no escritas, que impactan el resultado final del producto informativo. “Los medios de información tienen el poder de dar forma a las opiniones de los consumidores de noticias sobre aquellos tópicos acerca de los cuales son ignorantes” (Ibídem).

La definición de noticia adoptada y las perspectivas que esa concepción permite vislumbrar dan paso a dos teorías o corrientes de estudio que trabajan sobre el principio de proceso informativo y noticia construida.

Wolf (1987) señala que el estudio de los procesos informativos se suele hacer desde dos perspectivas: el impacto que un mensaje emitido por el medio de comunicación masivo produce en el receptor y el estudio del emisor mismo.

En referencia con el sujeto- emisor, Halloran indica que este “ocupa una posición crucial en una red social, con la posibilidad de rechazar y de seleccionar la información en consonancia con la gama de presiones que se ejercen en un determinado sistema social” (Wolf, 1987:203). Esa posibilidad siempre latente de

discriminar la información a ser distribuida se suma a la de alterar los contenidos de lo noticiado. Aquello que se lee, escucha o ve en los medios de comunicación ha sido adaptado de la realidad y diseñado en salas de redacción, de forma tal que no corresponde más a una imagen “fidel” del acontecimiento original.

La corriente de estudio que se centra en analizar el rol de los emisores en la creación de la noticia está integrada por dos tendencias base, la que les considera “desde el punto de vista de sus características sociológicas, culturales, de los estándares de carrera que siguen, de los procesos de socialización a los que están sometidos, etc.”, llámese sociológica, y la que analiza “la lógica de los procesos con la que se produce la comunicación de masas y el tipo de organización del trabajo en el que tiene lugar la construcción de los mensajes” (Wolf, 1987:203 - 204) nombrándose organizativa. Las dos se influyen, las dos son importantes.

Ambas tendencias incorporan una serie de parámetros que determinan aquello que puede volverse noticia y que impactan en el manejo de ese ítem hasta su divulgación. A continuación se hará una revisión de dos teorías importantes en los estudios de la “construcción de los mensajes”.

La teoría de Gatekeeper (portero o guadabarreras, en español) planteada por Kurt Lewin. Identificó la existencia de canales “por los que discurre una secuencia de comportamientos relativos” a dinámicas sociales (Wolf, 1987: 203). Tomando el caso de los medios de comunicación, en esta teoría se indican ciertos elementos a considerar: canales, puertas y porteros.

Según Wolf (1987:206), normalmente no hay decisiones arbitrarias; “en la selección y en el filtro de las noticias las normas de empleo, profesionales y organizativas, parecen ser más fuertes que las preferencias personales”. El gatekeeping ocurre de manera inherente a la organización, es mecánico.

Las decisiones del gatekeeper no son realizadas sobre la base de una valoración individual de noticiabilidad, sino más bien en relación a un conjunto de valores que

incluyen criterios profesionales y organizativos, como la eficiencia, la producción de noticias, la velocidad (Ibídem).

El gatekeeping en los mass media incluye todas las formas de control de la información, que pueden determinarse en las decisiones sobre la codificación de los mensajes, la selección, la formación del mensaje, la difusión, la programación, la exclusión de todo el mensaje o de sus componentes” (Ibídem). Es decir, se considera no solo que sí y que no atraviesa las barreras de contención, sino cómo son éstas atravesadas.

Bajo este parámetro todos los reporteros y colaboradores de los sistemas informativos son de una manera u otra gatekeepers que participan de una distorsión involuntaria o inconsciente de la información. Estas (deformaciones) se vinculan a la forma en que está organizada la labor periodística (Wolf, 1987: 208).

La sociología tras la construcción de la noticia, newsmaking como la llama Mauro Wolf, es un enfoque de estudio orientado a desentrañar algunas de las condiciones o procesos que ejercen influencia sobre la imagen que del mundo reciben los consumidores de los medios de comunicación.

Lozano referenciado por (Martínez, 2001:30) identifica cinco categorías de influencia en la producción de los mensajes:

- a) Individuales: cualquier miembro de los sistemas de información se verá influido por factores como el sexo, la edad, clases sociales, educación y valores éticos, creencias, actitudes políticas.
- b) Rutinas de trabajo: al formar parte de una dinámica formal se queda supeditado a horarios de trabajo, roles profesionales, prácticas corporativas, entre otras.
- c) De la organización misma: infraestructura, organización de recursos y materiales, políticas editoriales, poder y presión de los dueños o directores del medio.

- d) Externas: las personas que están allá afuera, los sujetos de noticia. Economía, política y otros roles sociales cambiantes impactan en sus relaciones el newsmaking.
- e) Ideológicas: el sistema hegemónico dominante impacta la cobertura y emisión de mensajes. Por ejemplo, el concepto “democracia” se vuelve hoy referente de los discursos noticiosos y políticos, está por todos lados.

El newsmaking, Teun A. Van Dijk produce *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información* (1996), cuyo principal objetivo es la presentación de “una nueva estructura teórica para el estudio de las noticias que aparecen en la prensa”, y la formulación de “un nuevo marco teórico para el estudio de las noticias en la prensa” (1996).

Miquel Rodrigo Alsina en *La construcción de la noticia* (2005), una edición revisada y ampliada, hace un análisis de la construcción de la noticia, en tres momentos: la producción, la circulación y el consumo. Alsina se concentra en el tema de la producción, y afirma que se encuentra en la “fase oculta de la construcción de la noticia” (2005). De la misma forma, destaca la importancia de las rutinas periodísticas en la labor del periodista.

Tuchman (1999) afirma que la estructura de la noticia teóricamente se parece a una pirámide invertida. Sabemos que dicho modelo en periodismo contiene seis interrogantes a saber: qué, quiénes, cuándo, dónde, por qué, cómo que deben ser respondidos por el reportero, y que, además, se repiten, día a día, durante el proceso de construcción de la noticia. Esta propuesta, aceptada como principio, de hecho denota la presencia de unos procesos preestablecidos en la construcción de la realidad que presentan los medios al público. En relación con esta, al aceptar la fabricación de la noticia como un proceso rutinario estamos interesados en el cómo se construye la noticia, en cómo se realizan las rutinas de producción de la noticia: newsmaking.

Las características que hacen noticiable un evento son la importancia que tiene y el interés que genera. Wolf ha ubicado cuatro de las condiciones que facilitan la identificación de la importancia de una noticia:

- 1) Grado y nivel jerárquico de los sujetos implicados en el acontecimiento noticiable. Esta variante incluye a aquellos involucrados en los entes gubernamentales como a otros cuerpos sociales dígase grupos religiosos, organizaciones civiles, federaciones empresariales, consejos deportivos o instituciones militares. Básicamente, se refiere a aquellos que con un considerable grado de poder, generan atención a su alrededor.
- 2) Impacto sobre la nación y sobre el interés nacional. Wolf emplea palabras clave en la descripción de esta variante: “influencia”, “incidencia” y “significatividad” (esta última, tomándola de Galtung – Ruge) que un evento puede tener sobre los intereses de un país. Aquí juega un rol importante la “proximidad respecto al público” que tiene la posible noticia: La condición se refiere bien a la cercanía física o bien a la de vínculos comerciales, culturales, etc.
- 3) Cantidad de personas implicadas en el acontecimiento (de hecho o potencialmente). También aquí entra el factor de proximidad cultural. Planteado de forma muy cruda pero francamente cotidiana, Schlesinger (Wolf, 1987:232).
- 4) Importancia y significatividad del acontecimiento respecto a la evolución futura de una determinada situación. Martínez (2001:32) parafraseando a Wolf, resume que “Por su parte el factor que corresponde al interés, se refiere a la capacidad de entretener por medio de la noticia. De nada sirve profundizar demasiado en una investigación periodística si la audiencia cambia de canal por aburrimiento”.

Capítulo II

Metodología

2.1.- Planteamiento del problema

Una de las principales problemáticas a las que se ha enfrentado el Gobierno del Estado de Guerrero en los últimos años, particularmente la Dirección de Comunicación Social que se encarga de manejar el flujo de información, es precisamente el no contar con una retroalimentación del público externo, es decir, se emiten todas las noticias relacionadas con programas y acciones del gobierno cotidianamente, sin embargo se desconoce cómo es la recepción en la sociedad. De hecho no existen estudios previos que permitan conocer la información requerida. Esto se sabe debido a que los jefes de área lo han expresado abiertamente dentro de la organización.

Lo anterior significa un obstáculo para que exista una comunicación óptima, ya que se desconoce en su totalidad la opinión pública con respecto al tema y al mismo tiempo dificulta la implementación de estrategias efectivas. Aunado a ello, la credibilidad juega un papel importante, ya que es a través de los medios de comunicación principalmente donde se difunden las noticias relevantes de este ente, en donde es determinante la reputación que tengan dichos medios, además de tomar en cuenta si son medios independientes o si cuentan con convenios.

El estudio de la opinión pública representa entonces, un aspecto fundamental en cualquier gobierno, debido a que de ésta depende su imagen y su conservación, generando un gran impacto en el entorno. De ahí la relevancia de realizar una tesis que aborde la relación y complementación de los medios de comunicación en la creación o transformación de la opinión pública, analizándola desde las diferentes teorías expuestas y retomando a investigadores de renombre.

Hoy en día la sociedad confía cada vez menos en sus gobernantes, es por eso que a través del estudio de opinión pública se pretende brindar información

verídica a la Dirección de Comunicación Social para que trabaje sobre su imagen y posicionamiento ante la población, restableciendo una convicción adecuada a sus propósitos institucionales, lo que permitiría la implementación de propuestas que impacten positivamente en los diversos públicos.

La prioridad es que a través de este análisis se logre tener un panorama más amplio y profundo con respecto a la opinión pública del Gobierno del Estado de Guerrero, tomando en cuenta la información difundida en medios de comunicación locales de la ciudad de Chilpancingo de los Bravo, como referente.

2.2.- Pregunta de investigación

A través de esta tesis se investigará ***¿Cómo se construye la Opinión Pública en la ciudad de Chilpancingo desde el flujo de información emitido por el Gobierno Estatal en los medios de comunicación locales?***

2.3.- Premisa

El trabajo partirá de la siguiente premisa: ***Los habitantes de la ciudad de Chilpancingo construyen la opinión pública del Gobierno del Estado de Guerrero mediante el flujo de información difundido por los medios de comunicación locales.***

2.4.- Objetivos de la investigación

2.4.1.- Objetivo General

Analizar la relación entre el flujo de información oficial emitido por el Gobierno del Estado a través de los medios de comunicación locales y la construcción de la opinión pública de los diferentes sectores seleccionados en la ciudad de Chilpancingo, Guerrero.

2.4.2.- Objetivos Específicos

- Determinar el impacto que tiene el flujo de información emitido por el Gobierno del Estado de Guerrero en los diferentes sectores seleccionados a través de los medios de comunicación en la opinión pública.
- Identificar cuáles son los medios de comunicación que tienen mayor influencia y alcance en el público seleccionado de la ciudad de Chilpancingo Guerrero.
- Definir el grado de aceptación y credibilidad que tiene la actual administración del Gobierno del Estado de Guerrero entre la sociedad.

2.5.- Metodología

La presente tesis se fundamenta en un modelo teórico metodológico mixto (cualitativo- cuantitativo). Se eligió este modelo con la finalidad de tener mayores elementos que ayuden a obtener resultados sólidos.

Hernández-Sampieri (2010) refiere que el modelo mixto representa el más alto grado de integración o combinación entre los enfoques cualitativo y cuantitativo.

Se considera que para efectos de la investigación es necesario el uso del modelo mixto debido a que por un lado en la perspectiva cualitativa, el investigador busca entender los objetos de estudio interviniendo activamente en la toma de decisiones en la construcción de cada paso del estudio, llegando a una interpretación.

Mientras que en la perspectiva cuantitativa se busca verificar eventos que están ahí afuera y que existen independientemente del investigador, aplicando el método científico que permite obtener un conocimiento objetivo, verificable; evitando que intervengan elementos del contexto y del investigador.

Ambas perspectivas se contraponen pero es lo que le da riqueza al trabajo de investigación, ya que permite tener un panorama más amplio con respecto a los resultados obtenidos.

2.6.- Categorías analíticas y subcategorías

Las categorías de esta tesis serán: Opinión pública y flujo de información.

Categoría	Subcategoría
Opinión Pública	Temas de la agenda pública
	Nivel de información y conocimiento
	Percepciones del público sobre los problemas sociales
	Percepciones sobre los temas que más les interesan
	Credibilidad
	Grupos de referencia
	Percepción sobre el gobierno
Flujo de información	Medios
	Temas de la agenda mediática
	Intencionalidad
	Noticia
	Géneros
	Seguimiento
	Actores políticos

Definiciones conceptuales de las categorías analíticas

Opinión pública: Consenso de un sector importante de una población con respecto a una determinada proposición [...] que supone cierto grado de reflexión, análisis y razonamiento. Es un producto intelectual, a diferencia del sentimiento público, que es consecuencia de la emoción y que puede existir sin la menor base adecuada. (Calloway y Newman, 1964: 129).

Flujo de información: Si se llama "sistema distribuido" a un conjunto de estados de cosas capaces de informar unos sobre otros (Barwise y Seligman, 1997), y se llama "transferencia de información" al hecho de que -dentro de un sistema distribuido- un estado de cosas informa efectivamente sobre otro, entonces se puede definir el flujo de información de un sistema distribuido como el conjunto de todas sus transferencias de información de acuerdo a un cierto análisis y en referencia a un cierto período de tiempo.

2.7.- Diseño de la investigación

El diseño de esta investigación es de tipo exploratoria y de un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo). El estudio se fundamenta desde la teoría de la agenda setting porque el propósito de la investigación se centra en analizar la relación entre el flujo de información oficial emitida por el Gobierno del Estado a través de los medios de comunicación locales y la construcción de la opinión pública de los diferentes sectores seleccionados en la ciudad de Chilpancingo.

2.8.- Método Y Técnicas

El método seleccionado para poner en práctica la presente investigación es el etnográfico, recolectando datos entre la sociedad de Chilpancingo, específicamente los sectores seleccionados por su preponderancia: comerciantes, sindicatos y universitarios, con el fin de conocer a profundidad la opinión pública en relación con el flujo de información emitido por el Gobierno del Estado de

Guerrero en la ciudad de Chilpancingo, de acuerdo a su edad, sexo, nivel de escolaridad, preferencias, criterios y experiencias.

Utilizando como técnicas; las entrevistas en profundidad aplicadas a líderes de opinión representativos de los sectores más importantes de la población seleccionados. Asimismo encuestas formuladas a las personas que forman parte de dichos sectores y por último un análisis de contenido en medios de comunicación locales, abordando los que tienen mayor posicionamiento y alcance.

Entrevistas en profundidad: proceso comunicativo por el cual el investigador extrae información de una persona- informe que se halla contenida en la bibliografía de este interlocutor (Alonso- Saladrigas, 2002: 54).

Para profundizar sobre el tema y enriquecer el enfoque sobre la opinión pública se recurrió a esta técnica cualitativa con la finalidad de conocer la percepción de líderes del sector universitario, comercial y sindical, debido a que se consideraron los de mayor preponderancia en la ciudad de Chilpancingo. Se estima que los líderes influyen sobre sus seguidores, por ello se enfatizó en su participación.

La entrevista en profundidad aborda temas como: medios de comunicación, flujo de información del Gobierno del Estado, credibilidad, opinión pública, grupos de referencia, percepción sobre el gobierno, seguimiento, entre otros. Posteriormente se mostrarán los hallazgos más relevantes en torno a las entrevistas realizadas, complementando a los otros dos instrumentos aplicados y enriqueciendo la investigación.

Sujetos de Estudio

Se decidió entrevistar durante el mes de mayo del 2018 a seis líderes de los diferentes sectores: dos universitarios, dos comerciantes y dos del sector sindical. Se eligieron a aquellos que se caracterizan por tener presencia en su respectivo sector, son respetables y sus seguidores confían plenamente en ellos.

Las entrevistas se llevaron a cabo en distintos puntos del municipio; En el mercado Baltazar R. Leyva Mancilla, en el Suspeg, en rectoría de la Universidad Autónoma de Guerrero y en el zócalo de la ciudad de Chilpancingo.

Cuadro de entrevistas en profundidad

Entrevistado (a)	Cargo	Sector	Fecha
Dr. José Alfredo Romero Olea (Líder universitario 1)	Secretario General de la Universidad Autónoma de Guerrero (UAGro).	Universitario	09/ Mayo/ 2018
Dra. Berenice Illades Aguiar. (Líder universitario 2)	Directora General de Posgrado e Investigación de la Universidad Autónoma de Guerrero (UAGro).	Universitario	14/ Mayo/ 2018
Profr. David Martínez Mastache (Líder sindical 1)	Secretario General del Sindicato Único de Servidores Públicos del Estado de Guerrero (SUSPEG).	Sindical	30/ Mayo/ 2018
Profra. María Adelita Radilla López (Líder sindical 2)	Secretaria General de la sección XVIII del Sindicato Único de Servidores Públicos del Estado de Guerrero (SUSPEG).	Sindical	17/ Mayo/ 2018
Profr. Pioquinto Damián Huato (Líder comercial 1)	Ex dirigente de la Cámara Nacional de Comercio (CANACO).	Comercial	13/ Mayo/ 2018
Antonio García Hidalgo (Líder comercial 2)	Dirigente de la Unión de comerciantes fijos, semifijos y ambulantes independientes de Chilpancingo.	Comercial	13/ Mayo/ 2018

Encuestas: Para Trespacios, Vázquez y Bello (2005) , las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo.

Sujetos de Estudio

La encuesta es uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercados porque permite obtener amplia información cuantitativa de fuentes primarias. En este caso se decidió utilizar una técnica de muestreo aleatorio simple, donde todas las personas tienen la misma probabilidad de ser elegidos no importando género, nivel de escolaridad o edad.

Se aplicaron 201 encuestas del 19 al 31 de mayo del año en curso en distintos puntos de la ciudad de Chilpancingo, siendo 66 del sector sindical, 63 del sector comercial y 72 del sector universitario.

La muestra es no representativa debido a que por cuestiones de inseguridad en la ciudad, la sociedad ya no confía y no hay mucha disposición de su parte para contestar encuestas, por lo tanto se aplicaron solamente a aquellas personas que accedieron.

Las encuestas del sector sindical se llevaron a cabo en las instalaciones del SUSPEG y del SNTE, mientras que las del sector comercial se realizaron en el zócalo de Chilpancingo y en el mercado central en horarios pico. Finalmente las encuestas de los universitarios fueron aplicadas en la FACOM, la Facultad de Derecho y Rectoría.

Posteriormente se mostrarán los resultados obtenidos representados en gráficas para su mejor comprensión.

Análisis de contenido: Kerlinger (1986) define el análisis de contenido como un método que estudia y analiza la comunicación de una manera sistemática, objetiva y cuantitativa con el propósito de encontrar variables de medición.

Medios analizados

Periódicos

La técnica aplicada para el análisis de contenido definió como universo los medios de comunicación locales impresos que circulan en la ciudad de Chilpancingo: Vértice, Diario de Guerrero, El Sol de Chilpancingo, El Sur, Pueblo, Objetivo, Ecos de Guerrero, La Crónica, Expresión Popular, El Vocero de Guerrero, Novedades Acapulco, La Jornada Guerrero, Despertar del Sur, Diario ABC, Diario 17, Diario 21 y El Sol de Acapulco.

Seleccionando como muestra tres; En el caso de El Sur, un medio de gran demanda por los lectores, caracterizado por su objetividad y por su cobertura a nivel estatal. Además de que cuenta con registro oficial ante el padrón de Medios de la Secretaría de Gobernación; En cuanto al Diario de Guerrero, se eligió por ser uno de los medios más antiguos de la ciudad de Chilpancingo y aún mantiene su posicionamiento en determinados sectores sociales, con mayor preponderancia los sectores más populares; El tercero que constituye esta muestra es el periódico Vértice de aceptación en la ciudad de Chilpancingo y con enfoques diferentes al más antiguo.

Se eligió una muestra tomando en cuenta indicadores que determinan el nivel de representatividad de los medios seleccionados que a continuación se describen; En cuanto a las categorías de análisis se trabajó con tres: favorable, desfavorable y neutro.

Por su parte, las unidades de análisis fueron los diferentes géneros periodísticos que en los medios de la muestra se encontraron indistintos tratamientos de la unidad de análisis: El flujo de información y enfoque de la gestión del Gobierno Estatal de Héctor Astudillo en el periodo 2015 – 2021.

La técnica seleccionada para el análisis de estudio correspondiente a un mes por lo que para elegir una representación de los días que integran ese mes, se construyó la **Semana Tipo o Semana Compuesta (Krippendorff, 1990)** que

consiste en construir una semana con integración de días representativos de las cinco semanas correspondientes al mes de mayo de 2018, así se eligió el primer lunes de la segunda semana debido a que el mes inició en martes, por consiguiente se analizó el martes de la tercera semana, el miércoles de la cuarta, el jueves de la quinta, el viernes de la segunda, el sábado de la tercera y como los periódicos seleccionados no cuentan con tiraje en domingo, en su lugar se abordó nuevamente el día lunes pero de la tercera semana de mayo de 2018.

La intención de analizar los periódicos seleccionados tiene como objetivo conocer como configuran su agenda y describir la cobertura que le dan a los temas de gobierno, así como su alcance.

Radio y Televisión

La técnica aplicada para el análisis de contenido definió como universo las estaciones de radio y canales de televisión locales que se transmiten en la ciudad de Chilpancingo. Con respecto a las estaciones de radio: Radio y Televisión de Guerrero, Capital Máxima Chilpancingo, ABC Radio Chilpancingo, Súper 107.1, Máxima 94.7, Radio Universidad XEGRO, Ke buena y Radiorama Guerrero. En el caso de la televisión: RTG, Siga Televisión, Tv Azteca Guerrero y SOBREMesa canal 25.

Seleccionando como muestra tres emisoras de radio y tres canales de televisión locales. Compartiendo uno en común que es Radio y Televisión de Guerrero (RTG) por dedicarse a ambos giros y porque la información se comparte en su mayoría tanto en radio como en Tv; En el caso de la radio se seleccionó a Capital Máxima Chilpancingo 97.1 FM y 650 AM, por ser una estación con gran demanda sobre todo en los sectores más populares, específicamente el programa “Capital Noticias con Cyndi Campuzano” a las 14:00 horas de lunes a viernes. Por otro lado se escogió a Radio Universidad Autónoma de Guerrero (XEUAG) 840 AM y 90.7 FM por ser característica su objetividad y su gran alcance en la audiencia. Por último fue elegida RTG 870 AM y 97.7 FM, por ser la estación oficial del Gobierno

del Estado de Guerrero, específicamente el programa “De frente a la noticia de cara a la verdad con Bismarck Villanueva Bracho” a las 13:00 horas de lunes a viernes.

En cuanto a los canales de televisión locales se eligieron los siguientes: Tv Azteca Guerrero por ser uno de los canales de mayor audiencia sobre todo entre las amas de casa con familias de ingresos medios y porque se transmite en televisión abierta, teniendo cobertura estatal, específicamente el programa “Hechos Meridiano Guerrero con David Armenta” a las 14:30 horas por Azteca uno de lunes a viernes. Por otra parte se seleccionó el canal Siga Tv Chilpancingo por ser uno de los canales locales en la entidad más posicionados y por su objetividad, retomando el programa “Siga Noticias con Martín Martínez Olvera e Isabel Ortega” transmitido por el canal 76 y 151 digital Chilpancingo a las 14:00 horas de lunes a viernes. Finalmente RTG se volvió a considerar por ser el canal televisivo oficial del Gobierno del Estado, pero en esta ocasión con el programa “RTG Noticias con Lizeth López Curiel” Edición nocturna a las 19:00 horas de lunes a viernes transmitido por el canal 4 de izzi y 4.1 digital.

En su mayoría se eligieron programas similares en horarios debido a que la audiencia por su estilo de vida, en su mayoría escucha la radio cuando sale de trabajar y va camino a su vivienda o a recoger a sus hijos a la escuela, y al llegar a su destino final enciende la televisión mientras come. Se llegó a esta conclusión debido a que cuando se aplicaron las encuestas, un gran número de personas lo externó.

Se eligió una muestra tomando en cuenta indicadores que determinan el nivel de representatividad de los medios seleccionados que a continuación se describen; En cuanto a las categorías de análisis se trabajó con tres: favorable, desfavorable y neutro.

Por su parte, las unidades de análisis fueron las diferentes secciones y el tipo de información que en los medios de la muestra se encontraron indistintos tratamientos de la unidad de análisis: El flujo de información y enfoque de la gestión del Gobierno Estatal de Héctor Astudillo en el periodo 2015 – 2021.

De igual forma que el análisis de contenido de medios de comunicación locales impresos, la técnica seleccionada para el análisis de estudio correspondiente a un mes la integró una representación de los días del mismo mediante la construcción de la **Semana Tipo o Semana Compuesta (Krippendorff, 1990)**. Sin embargo en el caso de la Radio y la Televisión solo se tomaron cinco días que construyen una semana hábil con integración de días representativos de las cinco semanas correspondientes al mes de mayo de 2018, debido a que los programas seleccionados se transmiten de lunes a viernes como se mencionó anteriormente, por lo cual sábado y domingo no se tomaron en cuenta. Así se eligió el primer lunes de la segunda semana debido a que el mes inició en martes, por consiguiente se analizó el martes de la tercera semana, el miércoles de la cuarta, el jueves de la quinta y el viernes de la segunda semana nuevamente que fue la semana de inicio.

Capítulo III

Análisis y Discusión de Resultados

3.1.- Entrevistas en Profundidad

El primer resultado que arrojó esta investigación es sobre las opiniones de seis líderes representativos de los sectores preponderantes en la ciudad de Chilpancingo de los Bravo: universitarios, comerciantes y sindicales quienes aportaron datos significativos referentes al objeto de estudio de esta investigación.

En este preámbulo se retoma la concepción de Calloway y Newman sobre la opinión pública ya que para ellos es un “consenso de un sector importante de una población con respecto a una determinada proposición [...] que supone cierto grado de reflexión, análisis y razonamiento. Es un producto intelectual, a diferencia del sentimiento público, que es consecuencia de la emoción y que puede existir sin la menor base adecuada” (Calloway y Newman, 1964: 129). Dicha postura lleva a considerar, que para la construcción de la opinión pública más allá de los puntos de vista de cualquier persona, se debe enfatizar en los individuos con liderazgo, que influyan en su círculo social con argumentos sólidos y conocimientos previos.

Se realizó un análisis triangulado de los criterios vertidos por los entrevistados con referencia a un tema abordado en cada aspecto. A continuación se abunda sobre los elementos relevantes aportados:

Todos los líderes entrevistados aseguran mantenerse informados de las noticias que se difunden del Gobierno del Estado de Guerrero en Chilpancingo.

El 100% de los entrevistados manifestaron que están actualizados de lo que acontece en el Gobierno del Estado de Guerrero por medio del periódico, aunque también del porcentaje total además de ese medio, el 50% lo hace a través de la radio, el 66.7% mediante la televisión y el 83.3% por otros que dijeron ser las redes sociales. (Ver en anexos, Gráfica 1).

El sector universitario se distinguió por ser su principal fuente de información el periódico. El sector comercial se caracterizó por leer el periódico e informarse a través de otros medios como las redes sociales y los sindicalistas argumentaron indistintamente leer los periódicos, ver la televisión y escuchar la radio.

El principal referente de información para los líderes entrevistados es el periódico El Sur, debido a su “objetividad y cobertura a nivel estatal”, mencionan algunos entrevistados. La prensa tiene un papel activo en el sistema social y una postura política que determinará su actuación editorial y su influencia. Esta influencia se basa en “la propagación de ideas e intereses editoriales en sus lectores por medio de los temas que publica y la manera en cómo los trata.” (Armañanzas, Emy y Javier Noci, 1998:63).

Sin embargo otros opinan que los medios de comunicación no son plenamente creíbles porque defienden determinados intereses. En este punto es conveniente señalar que Chomsky (1991), establece que los medios están al servicio del poder estatal y empresarial, dada su dependencia económica (publicidad) y su capacidad de difusión, de modo que limitan los términos del debate que pueden originar los hechos, haciendo una información que acaba por apoyar al poder establecido.

Además de El Sur se mencionaron otros periódicos como La Jornada de Guerrero, Vértice y Diario de Guerrero. En cuanto a la radio sólo se mencionó a Radio Universidad y con respecto a la televisión solo una persona mencionó Noticias televisa e imagen televisión, que no son canales locales, por ello se concluye que la televisión en Chilpancingo no tiene mucho alcance entre los líderes. (Ver en anexos, Tabla 1).

Todos los entrevistados dijeron estar al pendiente de las noticias del Gobierno del Estado de Guerrero en Chilpancingo, en su mayoría informándose diariamente de lo que acontece con respecto al mismo.

La mayoría de los entrevistados considera que la información proporcionada sobre el Gobierno del Estado no es adecuada, mientras que la minoría considera que si

lo es. Entre los que la consideran inadecuada externan que es insuficiente e intenta sesgar la realidad. Mientras que por otro lado los que aseguran que sí es adecuada justifican que son fuentes institucionales que proporcionan la información oficial y veraz. Habermas (1962) ubica la realidad de forma contradictoria en un mismo hecho o situación, lo cual lleva a asumir una concepción más para el terreno de la manipulación, alejándolo de la concepción democrática.

La mayor parte de los entrevistados coincidieron en que la seguridad es el tema más relevante para ellos en relación con el Gobierno del Estado, seguido por la educación y la economía. Asimismo se abordaron temas como políticas públicas, obras públicas, política, desarrollo social y turismo. (Ver en anexos, Gráfica 2).

En cuanto a los temas de los que les agrada enterarse sobre el Gobierno del Estado a los líderes entrevistados, sobresalieron los programas sociales, lo que manifiesta y realiza el gobernador, conocer las mejoras o lo que no se ha podido resolver del Estado y la economía y aplicación de los recursos. (Ver en anexos, Tabla 2).

Todos los entrevistados externaron que comparten las opiniones que tienen sobre el Gobierno del Estado principalmente con compañeros de trabajo, seguido por los amigos y la familia. Aunque también se mencionaron alumnos, clientes y la sociedad en su minoría.

La mayor parte de los entrevistados tienen una buena percepción del Gobierno del Estado de Guerrero. El sector comercial coincidió en esta afirmación de acuerdo a la unanimidad de respuestas de sus líderes. Retomando algunas respuestas obtenidas se muestra a continuación la percepción de los líderes de los sectores más preponderantes en la sociedad de Chilpancingo.

“El Gobierno del Estado está haciendo su labor, su trabajo con mucha responsabilidad. Nuestra entidad es un Estado difícil de todo tipo y entonces consideramos que el Gobierno está haciendo la parte que le toca...” (Líder universitario 1).

“Yo tengo buena percepción y realmente más que una percepción es un conocimiento empírico, yo tengo la mejor opinión de las acciones que hace el gobernador porque yo cuando le pido ayuda al señor gobernador en materia de seguridad, él siempre me ha brindado todas las facilidades” (Líder comercial 1).

“Para mí creo que es buena porque si nos vamos a hace tres o cuatro años atrás el Estado estaba convulsionado, calles, carreteras bloqueadas, instituciones tomadas o sea por donde le dieras estaba un bloqueo espantoso. Ahorita si las sigue habiendo pero en menor grado, anteriormente era un caos cuando estaba el gobierno de Rogelio Ortega era una cosa desastrosa” (Líder comercial 2).

“Creo que el gobernador está dando su mayor esfuerzo, yo insisto que no es culpable de todo lo malo que está pasando en el Estado de Guerrero y nos ha pedido a todos los que colaboramos o que trabajamos de una u otra forma con él que demos lo mismo, que hagamos las cosas bien, que procuremos al trabajador de manera responsable y que sobre todo informemos a los trabajadores, a los ciudadanos de lo que estamos haciendo eso es importante” (Líder sindical 1).

“Yo creo que el Gobierno del Estado en este momento aprendió a negociar con las diferentes expresiones que se están dando, te estoy hablando de organizaciones sociales, sindicatos, cualquier persona que hace bulla...” (Líder sindical 2). Sin embargo luego de una buena expresión dicho líder más adelante realizó el siguiente comentario: “Yo creo que el Gobierno debería de buscar otras estrategias para salir adelante, comprendo que es muy difícil mantener una estabilidad sobre todo en un Estado como el de nosotros, que ya la situación de la delincuencia, de la inseguridad, ya rebasó los límites que como ciudadanía pudiésemos tolerar pero también existe mucho miedo, yo creo que así como tiene miedo la ciudadanía también se percibe el miedo del Gobierno a actuar como se debe”, finalizó.

Por otro lado hubo una respuesta de mala percepción hacia el Gobierno Estatal: *“Yo podría decir que todavía estamos muy lejos de lograr que el Estado de Guerrero resuelva los principales problemas de la sociedad, hay una pobreza extrema, hay una desigualdad enorme entre la población, hay mucho rezago*

educativo, problemas de salud muy fuertes en diversas poblaciones...” (Líder universitario 2).

Finalmente todos los entrevistados coincidieron en que es de suma importancia la relación que existe entre su sector y el Gobierno del Estado. De ahí la relevancia de mantenerse al tanto de la información difundida sobre el mismo.

3.2.- Encuestas

El segundo resultado al que se llegó en esta investigación fue conocer la opinión pública de las personas integrantes del sector comercial, sindical y universitario con respecto a la información difundida sobre el Gobierno del Estado de Guerrero en la ciudad de Chilpancingo, ya que Elisabeth Neumann define a la opinión pública como “las opiniones sobre temas controvertidos que pueden expresarse en público sin aislarse” (Neumann, 1977). Estas se ven influidas por valores, prejuicios, tradiciones y modas, más que por una postura reflexiva y completamente racional del individuo.

Se abordó la opinión pública mediante la aplicación de encuestas con preguntas similares a las planteadas a sus líderes, esto con la finalidad de comparar los resultados entre ambos instrumentos. De las 201 encuestas aplicadas 63 fueron del sector comercial, 66 representan al sector sindical y 72 se aplicaron al sector universitario. Los resultados se muestran a continuación:

El sector comercial tuvo mayor participación de sujetos entre los 26 y 35 años de edad representando el 28.6% de las respuestas y en su mayoría fueron mujeres reflejándose en un 55.6%. El nivel de escolaridad más predominante fue la licenciatura con un 47.6%. En el sector sindical su mayoría de respuestas osciló de los 36 a 45 años de edad siendo un 33.3%, la mayoría de los participantes fueron hombres reflejando un 69.7% y el nivel de escolaridad que predominó fue la licenciatura con un 63.6% de las respuestas. En el sector universitario se percibió mayor cantidad de respuestas de personas de 18 a 25 años reflejándose en un 55.6%, en cuanto al género hubo una participación igualitaria, pues el 50% fueron

hombres y el otro 50% mujeres, finalmente en el nivel de escolaridad predominó la licenciatura con un 63.9%. (Ver en anexos, Gráficas 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 10 y 11).

El sector comercial aseguró mantenerse poco informado de las noticias que se difunden del Gobierno del Estado de Guerrero en Chilpancingo con un 31.7%, mientras que el sector sindical dijo estarlo con frecuencia reflejando un 48.5% y el sector universitario en su mayoría externó mantenerse informado ocasionalmente con un 40.3%. (Ver en anexos, Gráficas 12,13 y 14).

Los tres sectores indagados se mantienen informados en su mayoría por otros medios de comunicación que no son los convencionales y se entiende que representan a las redes sociales. Sin embargo ya que las redes sociales no son objeto de estudio de la presente investigación, se retomará el siguiente medio de comunicación más popular entre las respuestas, como referente de cada sector para efectos de su análisis. En el sector comercial en su mayoría se informan a través de la televisión representando un 27%, por su parte el sector sindical lo hace por medio del periódico reflejándose en un 28.8% y el sector universitario de igual forma utiliza en gran medida el periódico según el 26.4% de las respuestas, lo cual coincidió con sus líderes en la entrevista realizada previamente, ya que el periódico resultó ser su principal fuente de información. (Ver en anexos, Gráficas 15, 16 y 17).

De acuerdo a los medios de comunicación a través de los cuales dijeron informarse, se les pidió a los participantes de los diversos sectores que especificaran el nombre de su principal referente de información. Con base a ello, se realizó una tabla por frecuencia, retomando las respuestas más populares. En el sector comercial el referente de información más popular fue Noticias televisa, seguido por el Diario de Guerrero. Sin embargo Noticias Televisa no es un canal local, pero sí de televisión abierta. En el sector sindical el referente de información más consultado es el periódico El Sur, seguido por el periódico Vértice. Finalmente el sector universitario utiliza de igual forma principalmente como referente el periódico El Sur, seguido por Radio UAGro. (Ver en anexos, Tabla 3).

El sector comercial según las respuestas obtenidas considera que los medios elegidos son algo creíbles representando el 39.7% de las respuestas, mientras que el sector sindical coincide al también considerar algo confiables a los medios de su preferencia, reflejándose en un 39.4%. Por último, el sector universitario piensa que los medios que frecuenta son poco creíbles con un 41.7% de las respuestas recabadas. (Ver en anexos, Gráficas 18, 19 y 20).

En relación con la escasa credibilidad o confiabilidad de la opinión pública hacia los medios, se retoma de acuerdo con Habermas que “los medios en la democracia se fundamentan en el modelo de espacio público donde se canaliza la opinión y se pondera el interés, el cual ha tenido muchas acepciones” (Habermas, 1980).

Al cuestionar a las personas encuestadas sobre cada cuanto se informan de lo que acontece en el Gobierno del Estado de Guerrero, los tres sectores coincidieron en que lo hacen diariamente al igual que lo mencionaron sus líderes. El sector comercial lo reflejó en un 41.3%, el sector sindical en un 57.6% y el sector universitario con un 37.5%. (Ver en anexos, Gráficas 21, 22 y 23).

Con respecto a la veracidad de la información proporcionada sobre el Gobierno del Estado nuevamente los tres sectores coincidieron en que sólo a veces la información es veraz. En el sector comercial se representó con un 73%, en el sector sindical tuvo presencia con el 80.3% y en el sector universitario se reflejó con un 73.6%. (Ver en anexos, Gráficas 24, 25 y 26).

Vale la pena retomar la siguiente afirmación: “Los medios de información tienen el poder de dar forma a las opiniones de los consumidores de noticias sobre aquellos tópicos acerca de los cuales son ignorantes” (Tuchman, 1978:14). Sin embargo se considera que en la actualidad la audiencia ya es más razonable y crítica, no confía del todo en los medios de comunicación, creando su propia opinión de las noticias, por lo que quedan rebasadas las teorías positivistas acerca de los efectos de los medios.

En cuanto a la relevancia de los temas que se relacionan al Gobierno del Estado, el sector comercial y el sector sindical coincidieron en que los temas más relevantes para ellos son: seguridad, educación y salud, mientras que el sector universitario determinó que de acuerdo a su interés, los temas de mayor ponderación son: seguridad, educación y desarrollo económico, siendo estos últimos los elegidos por la mayoría de los líderes entrevistados. (Ver en Anexos, Gráficas 27, 28 y 29).

Se concluye que en los resultados de la aplicación de la encuesta, existen tres grupos clave de referencia con las que se identifican las personas encuestadas y comparten sus opiniones más frecuentes sobre el Gobierno de Estado. El sector comercial se identifica más con su familia representando un 63.5%, el sector sindical externó compartir sus opiniones principalmente con compañeros de trabajo en un 54.5% y el sector universitario se identificó más con los amigos reflejándose en un 44.4% de las respuestas obtenidas. (Ver en anexos, Gráficas 30, 31 y 32).

Al respecto el sociólogo Robert K. Merton afirma en su teoría de los grupos de referencia que “la función de la conformidad es la aceptación por el grupo, así como la progresiva aceptación por el grupo refuerza la tendencia a la conformidad” (en Merton, 1968, p. 308 [2002, pp. 334-335]).

Finalmente la percepción del Gobierno del Estado de Guerrero difirió entre los líderes entrevistados de cada sector y los miembros pertenecientes a cada uno de estos. Mientras la mayoría de los líderes tienen una buena percepción del Gobierno, el sector comercial tiene una percepción pésima representada con el 38.1% de las respuestas, por otra parte el sector sindical y el sector universitario coinciden en mantener una percepción regular ante dicho ente, reflejándose en un 45.5% en el primero y en un 37.5% en el segundo sector respectivamente. (Ver en anexos, Gráficas 33, 34 y 35).

Giovanni Sartori (1988) considera a la opinión pública como “un público, o multiplicidad de públicos, cuyos difusos estados mentales (de opinión) se

interrelacionan con corrientes de información referentes al estado de la esfera pública”.

3.3.- Análisis de Contenido

El tercer resultado obtenido durante la investigación fue el análisis de contenido, que se aplicó principalmente para retomar el flujo de información emitido sobre el Gobierno del Estado de Guerrero en los medios de comunicación locales. Cabe mencionar que el análisis se dividió en dos vertientes, por un lado se monitoreó a los periódicos y por el otro a los medios electrónicos: radio y televisión. Los medios de comunicación impresos seleccionados fueron; el periódico el Sur, el diario de Guerrero y el periódico Vértice. Mientras que en los medios electrónicos figuraron: Radio y Televisión de Guerrero, Capital máxima, Radio UAGro, Tv Azteca Guerrero y Siga Tv. Los cuales fueron elegidos de acuerdo a su posicionamiento, cobertura, antigüedad y enfoque.

Se eligió una muestra tomando en cuenta indicadores que determinan el nivel de representatividad de los medios seleccionados que a continuación se describen; En cuanto a las categorías de análisis se trabajó con tres: favorable, desfavorable y neutro. Aplicando la construcción de la semana Tipo o semana compuesta (Krippendorff, 1990) de la cual se habló previamente; En el caso de la prensa escrita se analizaron siete días representativos de las cinco semanas correspondientes al mes de mayo de 2018. En cuanto a la radio y televisión solamente fueron cinco días debido a la programación en días hábiles, asimismo se retomaron los días representativos ignorando sábado y domingo. A continuación se abunda sobre los elementos relevantes aportados:

El día lunes 07 de mayo del año en curso se monitorearon 21 notas en total de los periódicos analizados, de las cuales fueron 38.1% favorables, 42.9% desfavorables y 19% neutrales. Vértice resultó ser el periódico con más notas favorables y neutras sobre el Gobierno del Estado de Guerrero con 4 y 2 respectivamente, mientras que El Sur fue en el que se detectaron más notas

desfavorables percibiéndose 6, siendo el mismo el que tuvo mayor cantidad de publicaciones en comparación con los otros dos diarios. (Ver en anexos, Tabla 4).

Con respecto a la radio y televisión ese mismo día se percibieron 26 notas totales de ambos medios, siendo 26.9% favorables, 23.1% desfavorables y 50% neutras. La estación de radio Capital Máxima 97.1 FM representó la mayor cantidad de notas favorables con 3, misma que lanzó más publicaciones que su competencia. Por otro lado, Radio UAGro de igual forma con 3 notas fue la estación más desfavorable para el Gobierno del Estado y finalmente Tv azteca Guerrero, Siga Tv, RTG y Capital Máxima coincidieron en obtener mayor cantidad de notas neutras, con 3 cada una. (Ver en anexos, Tabla 5).

El día martes 15 de mayo del 2018 en los periódicos se detectaron 26 notas en total, de éstas 65.4% resultaron favorables, 15.4% desfavorables y 19.2% neutras. El diario de Guerrero y Vértice fueron los que más notas favorables obtuvieron con 7 notas cada uno. En el Sur por su parte se detectaron la mayor cantidad de notas desfavorables con 2 publicaciones y por último en cuanto a las notas neutras, el Sur y el diario de Guerrero coincidieron con 2 notas cada uno, siendo este último el que publicó mayor cantidad con respecto a los demás. (Ver en anexos, Tabla 6).

En cuanto a radio y televisión se detectaron 27 notas totales entre ambos medios, siendo 25.9% favorables, 29.6% desfavorables y 44.4% neutras. RTG representó la mayor cantidad de notas favorables con 3, mientras que por lo contrario Siga tv y Radio UAGro coincidieron con el número de notas más desfavorables teniendo 3 cada una y finalmente Capital Máxima, RTG y Siga tv tuvieron el mayor número de notas neutras conformándose nuevamente con 3 cada una respectivamente, cabe mencionar que este último canal de televisión fue el que más notas aportó. (Ver en anexos, Tabla 7).

El día miércoles 23 de mayo del presente año se monitorearon los periódicos, encontrando 37 notas en total, de las cuales representa el 54.1% a las favorables, el 21.6% a las desfavorables y el 24.3% a las neutras. La mayor cantidad de notas favorables se percibieron en el diario de Guerrero siendo 9 las presentes, este medio también fue el que publicó más notas en comparación con el resto. En

cuanto a las notas más desfavorables, el Sur y el diario de Guerrero coincidieron con 3 notas cada uno y finalmente los tres periódicos analizados tuvieron la misma cantidad de publicaciones neutras siendo 3 las que aparecen en cada uno respectivamente. (Ver en anexos, Tabla 8).

Retomando a la radio y televisión, se percibieron 26 notas totales entre ambos medios, de éstas, 42.3% resultaron favorables, 34.6% desfavorables y 23.1% neutras. RTG fue el medio que mayor número de notas favorables obtuvo reflejándose 4, mientras que Siga tv y Radio UAGro coincidieron en cuanto a notas desfavorables con 3. Por último Tv Azteca Guerrero y Siga Tv representaron la misma cantidad de notas neutras siendo las más altas con 2 cada una. Este último canal de televisión fue el que más publicaciones realizó. (Ver en anexos, Tabla 9).

El día jueves 31 de mayo del 2018 se encontraron en los periódicos 33 notas en total, de las cuales el 54.5% resultaron favorables, el 30.3% desfavorables y el 15.2% neutras. Vértice es el periódico en el que se encontraron la mayor cantidad de notas favorables haciéndose presentes 8. El Sur por su parte representó al medio con más notas desfavorables y neutras con 6 y 3 respectivamente. Asimismo Vértice y el Sur conformaron los medios que más notas aportaron. (Ver en anexos, Tabla 10).

La radio y la televisión reflejaron 27 notas totales entre ambos, de estas, el 44.4% son favorables, el 29.6% desfavorables y el 25.9% neutras. Los medios que presentan más notas favorables son RTG y capital máxima con 3 cada una. Mientras que Siga Tv y Radio UAGro coinciden en el número de notas desfavorables con 3 presentes y finalmente capital máxima es el que tiene más notas neutras de igual forma cuenta con 3. Por otra parte Capital Máxima y Siga tv fueron los que más notas emitieron. (Ver en anexos, Tabla 11).

El día viernes 11 de mayo del año en curso se monitoreó la información de los periódicos seleccionados, encontrando 30 notas en total, de las cuales el 60% fueron favorables, el 20% desfavorables y el otro 20% neutras. El diario de Guerrero y Vértice representaron al mayor número de notas favorables con

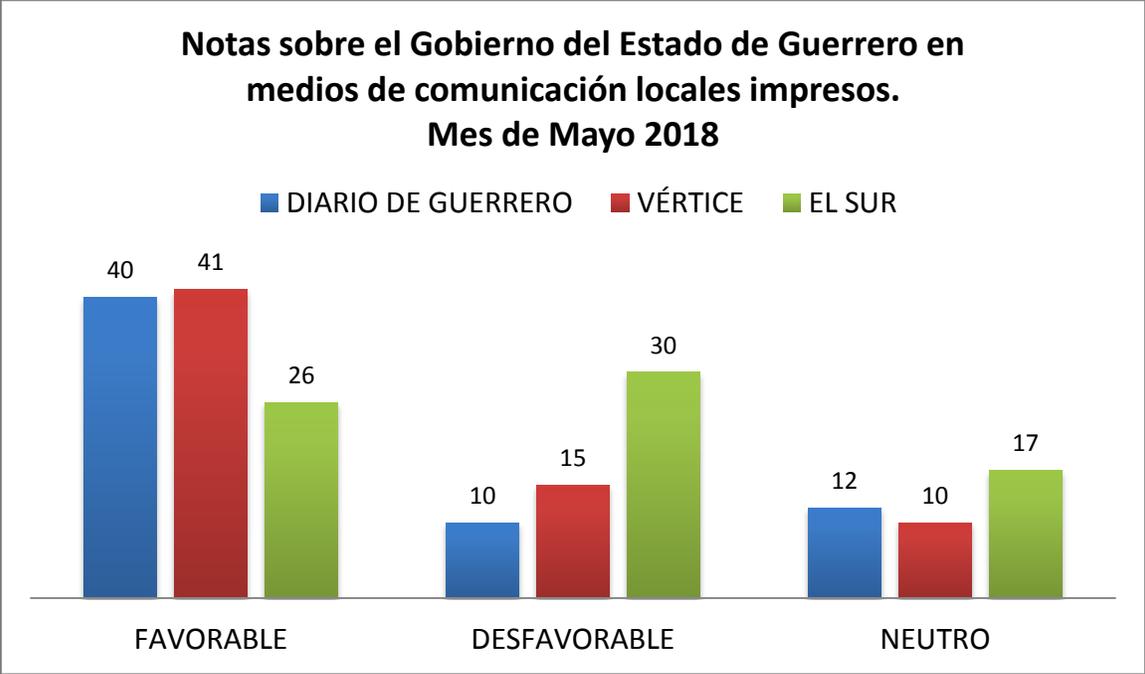
presencia de 7, mientras que El Sur se determinó como el referente con más notas desfavorables y neutras reflejándose con 4 en cada categoría respectivamente, a su vez éste fue el medio impreso que más publicaciones realizó. (Ver en anexos, Tabla 12).

Finalmente este fue el último día de monitoreo en radio y televisión, encontrándose 22 notas como total entre ambos, de estas el 50% fueron favorables, el 18.2% desfavorables y el 31.8% neutrales. Siga tv obtuvo la mayor cantidad de notas favorables reflejándose en 4, asimismo fue el medio que más notas emitió. Radio UAGro representó el mayor número de publicaciones desfavorables con presencia de 3. Por último Capital máxima y Siga tv coincidieron en la mayoría de notas neutras con 2 cada una. (Ver en anexos, Tabla 13).

El día sábado 19 de mayo del 2018 se percibieron en los periódicos seleccionados 28 notas en total, de las cuales el 57.1% resultaron favorables, el 25% desfavorables y el 17.9% neutrales. El Sur fue el periódico con el mayor número de notas tanto favorables como desfavorables reflejándose con 7 y 4 respectivamente, asimismo fue el medio impreso que más notas aportó a comparación del resto. Por otra parte en conjunto el Diario de Guerrero con el Sur se detectaron con la mayoría de notas neutras haciéndose presentes 2 en cada uno. (Ver en anexos, Tabla 14).

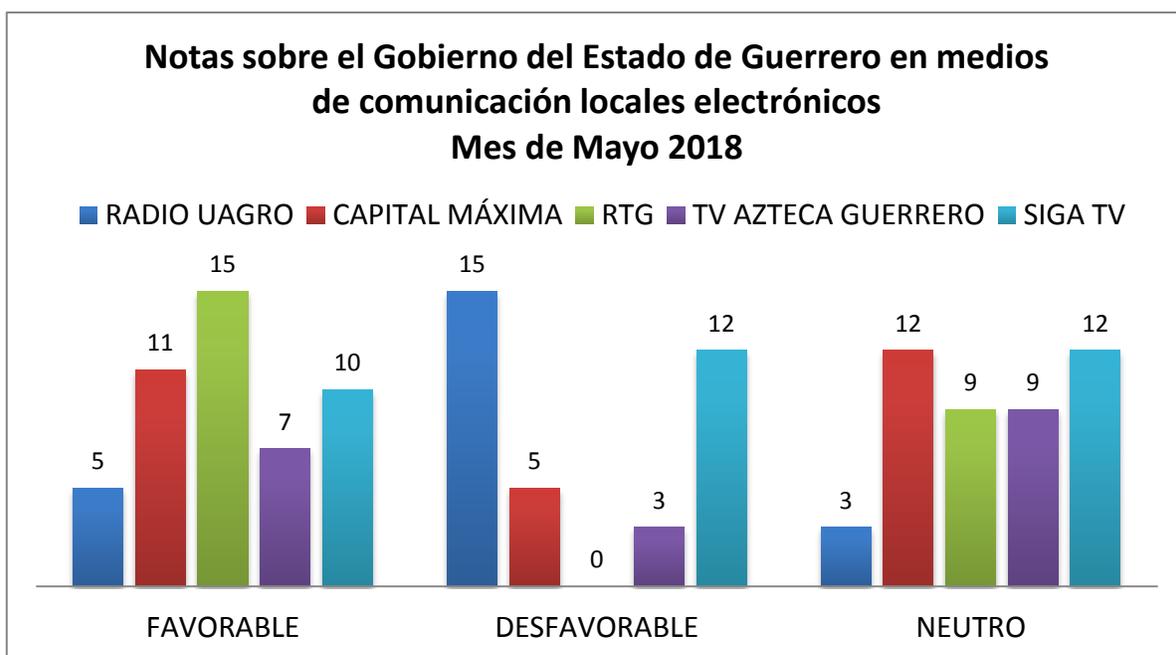
El día lunes 21 de mayo del presente año se tomó como relevo del día domingo, debido a que no hay tiraje de los periódicos analizados en ese día. Se determinaron 26 notas en total, de las cuales resultaron 38.5% favorables, 42.3% desfavorables y 19.2% neutrales. Vértice fue el medio impreso que más notas favorables obtuvo reflejándose 4. Por su parte El Sur representó la mayor cantidad de notas desfavorables haciéndose presentes 5 y a su vez resaltó como el periódico que más notas emitió. Finalmente el diario de Guerrero y el Sur coincidieron en la mayoría de publicaciones neutras con 2 cada uno. (Ver en anexos, Tabla 15).

A manera de conclusión, durante los días 07, 15, 23, 31, 11, 19 y 21 que conformaron la semana representativa del mes de mayo del 2018 se emitieron 201 notas en total referentes al Gobierno del Estado de Guerrero en el Diario de Guerrero, Vértice y El Sur, de las cuales 107 fueron favorables, 55 desfavorables y 39 neutras. Vértice y El Diario de Guerrero fueron los periódicos con mayor cantidad de notas favorables, mientras que El Sur reflejó la mayoría de publicaciones desfavorables y neutras, asimismo resultó ser el que más emite información relacionada al gobierno estatal por encima de los mencionados anteriormente.



En el monitoreo de radio y televisión que se realizó durante los días 07, 15, 23, 31 y 11 que conformaron la semana hábil representativa del mes de mayo del 2018 se emitieron 128 notas en total por ambos medios sobre el gobierno estatal. Estas fueron recabadas en Radio UAGro, Capital Máxima, RTG, Tv Azteca Guerrero y Siga Tv, de las cuales 48 fueron favorables, 35 desfavorables y 45 neutrales. Radio y Televisión de Guerrero (RTG) se estableció como el medio con mayor

cantidad de notas favorables, mismo que no emitió ninguna publicación desfavorable durante el análisis. Radio Universidad Autónoma de Guerrero reflejó la mayoría de publicaciones desfavorables, mientras que Capital Máxima y Siga Tv coincidieron con más publicaciones neutras, esta última resultó ser quién abordó más información relacionada con el gobierno por encima de los medios electrónicos seleccionados.



La triangulación de los criterios vertidos por las entrevistas en profundidad a líderes, las encuestas a la opinión pública y el análisis de contenido en medios de comunicación locales, representan una mayor objetividad de los resultados obtenidos debido a que se dio lugar a la comparación, misma que permitió el enriquecimiento de la investigación. Wolf (1987) señala que el estudio de los procesos informativos se suele hacer desde dos perspectivas: el impacto que un mensaje emitido por el medio de comunicación masivo produce en el receptor y el estudio del emisor mismo.

Conclusiones

Hablar del Gobierno del Estado de Guerrero resulta un tema que no puede pasar desapercibido entre la opinión pública de Chilpancingo, sobre todo entre los sectores más preponderantes; sindicalizados, comerciantes y universitarios, debido a la estrecha relación existente con dicho ente, pues en gran medida su función depende de lo que acontece en la actual administración de Héctor Astudillo Flores. De ahí la relevancia de mantenerse informados diariamente de lo que acontece con respecto al mismo por parte tanto de los líderes como de los miembros que integran los tres sectores.

El estudio demuestra que se emiten mayor cantidad de notas sobre el Gobierno del Estado de Guerrero en medios de comunicación impresos locales que en Radio y televisión. “la prensa es participante activo en el cuadro de definición de un problema público y su percepción en el ciudadano” (Aguilar, 1996).

Representando en su mayoría notas favorables de las publicadas tanto en los periódicos como en radio y televisión. El Diario de Guerrero y Vértice son los periódicos con mayor cantidad de notas favorables en el análisis realizado, destacando que El Diario de Guerrero es el más posicionado entre los comerciantes, mientras que Vértice es popular en el sector sindical.

Asimismo Radio y Televisión de Guerrero (RTG) resultó ser el medio electrónico que emite más notas favorables del Gobierno Estatal y que no difunde publicaciones desfavorables. Se determinó que los sectores que más lo sintonizan son sindicalizados y universitarios.

Por el contrario El Sur es el periódico que emite más información relacionada al Gobierno Estatal y que tiene la mayor cantidad de publicaciones desfavorables sobre el mismo. A su vez es el principal referente de información para los líderes entrevistados de los tres sectores, al igual que para la mayor parte de los encuestados, después de las redes sociales que fueron las de mayor preferencia, preponderantemente en el sector sindical y el sector universitario.

Por su parte, Radio Universidad Autónoma de Guerrero se percibe como el medio electrónico analizado que más notas desfavorables emite y es uno de los más preponderantes en los tres sectores de análisis.

De acuerdo al monitoreo realizado en el mes de mayo, el día miércoles es cuando más notas emitieron los periódicos, por el contrario el día que se percibieron menos fue el lunes. Mientras que la radio y televisión publicaron alrededor de 26 y 27 notas diarias, el martes y el jueves fueron los días que emitieron más publicaciones, mientras que el viernes existió menor cantidad de notas.

La opinión pública de los comerciantes, universitarios y sindicalizados concuerda con sus líderes en que los temas más relevantes en relación al Gobierno Estatal son en primer lugar la seguridad y en segundo la educación. Sin embargo, la percepción del Gobierno del Estado de Guerrero difirió entre ambos grupos pues mientras la mayoría de los líderes tienen una buena percepción, los integrantes de los diversos sectores no. Por ello, se deduce que la opinión pública ya no coincide plenamente con sus líderes, debido a que cada uno tiene diferentes experiencias e intereses como parte de su percepción.

El sector comercial en particular llamó la atención por la contradicción de opiniones, pues mientras ambos líderes del comercio coincidieron rotundamente en su buena percepción del Gobierno, las personas encuestadas del mismo sector externaron que su percepción es pésima.

No obstante, aunque las personas se informen continuamente sobre los acontecimientos relacionados al gobierno, la opinión pública ya no confía ciegamente en los medios de comunicación, ya que consideran que sólo a veces la información difundida es veraz. De hecho a pesar de la mayoría de notas favorables difundidas en medios de comunicación, la sociedad tiene una mala percepción del gobierno. Por su parte la mayoría de los líderes entrevistados de alguna forma coinciden al considerar que la información proporcionada sobre el Gobierno del Estado de Guerrero no es adecuada porque se intenta sesgar la realidad.

Se concluye entonces que aunque los medios de comunicación son un referente de información entre los ciudadanos, no tienen el poder de influir sobre su opinión a través del contenido, pues la población actualmente es más crítica y selecciona la información que le interesa consultando a la par diversos medios, generando así su propio argumento. Dicha afirmación descarta la premisa que se planteó al inicio del trabajo y por lo tanto quedan rebasadas las teorías positivistas acerca de los efectos de los medios.

Recomendaciones

Con el conocimiento previo de los medios locales posicionados en los sectores más preponderantes de la ciudad de Chilpancingo. La Dirección de Comunicación Social del Gobierno del Estado de Guerrero, debe de difundir información de acuerdo al interés particular de cada sector en los medios que frecuentan para generar mayor empatía:

- Buscar una colaboración semanal o mensual con los medios más populares entre la opinión pública en donde se establezca cada emisión enfocada a un sector determinado, brindándoles información de utilidad e informando sobre los temas que para ellos son de mayor interés, permitiendo una retroalimentación que genere conexión entre la sociedad y sus autoridades.
- Impulsar el uso de intangibles en el manejo del flujo de información difundido por el Gobierno Estatal con la finalidad de construir una opinión pública más favorable.
- Realizar campañas en donde se difunda lo que está haciendo el gobierno y como va avanzando en comparación con sus propuestas planteadas a través de información digerible en los medios de comunicación de mayor alcance.
- Dar mayor difusión a las políticas públicas a través de los medios con más presencia entre los comerciantes, universitarios y sindicalizados, ya que muchas veces no se enteran y son de su interés, además de poner más énfasis en la creación de programas dirigidos a estos grupos.
- Dar a conocer el desglose del gasto de publicidad oficial y su justificación legal, debido a que es información pública de oficio como lo marca la ley de

transparencia local. Esto con la finalidad de transparentar los recursos públicos y no generar rumores negativos en la opinión pública.

- Apertura de un espacio para recibir sugerencias y quejas por parte de los diferentes sectores, asegurando y garantizando un seguimiento.

Bibliografía

Acosta, R. (2013). *Producción y circulación de la noticia: el newsmaking*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5791056.pdf>

Adulcin, E. (2009). Democracia y opinión pública en México. *Este País tendencias y opiniones*. Recuperado de <http://archivo.estepais.com/site/2009/democracia-y-opinion-publica-en-mexico/>

Aguadero, F. (2013). *Relaciones Públicas y Comunicación: Un Enfoque Estratégico*. México: LID Editorial.

Aparicio A., Héctor (2004). Medios de comunicación y opinión pública en la sociedad democrática. *Revista Venezolana de Ciencias Sociales*, vol. 8, núm. 2, pp. 322-333.

Catarina. (1993). *La construcción de la noticia*. Recuperado de catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/meruvia_p_jr/capitulo2.pdf

Chomsky, Noam (1991). *Ilusiones necesarias: Control del Pensamiento en las Sociedades Democráticas*. España. Grijalbo.

Flores, E. (2016, Mayo 30). *Gobierno de Guerrero gastó discrecionalmente 18 mdp en 80 medios, algunos inexistentes*. Chilpancingo, Guerrero. Proceso. Recuperado de <https://www.proceso.com.mx/442229/gobierno-guerrero-gasto-discrecionalmente-18-mdp-en-80-medios-algunos-inexistentes>

Gallego, J. (2016). Cambio social y estudios de agenda. Análisis crítico y algunas ideas para el estudio del caso cubano. *Comunicación y Sociedad*, (25), 183-207. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2016000100008

Habermas. J. (1980). Teoría y Política: Conversación con Hebet Marcuse. Barcelona. Gedisa.

Hernández- Sampieri, R. (2010). Metodología de la investigación. Perú: Mc Graw Hill.

Instituto federal de telecomunicaciones (2016). *Información de medios en Guerrero*. Recuperado de <http://www.ift.org.mx/>

Krippendorff, K. (1990). Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica. Barcelona, Paidós.

Lozano, J. Carlos. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson Educación, 2da edición, pp. 248.

McCombs, Maxwell. (2004). *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge, Inglaterra: Polity Press.

Medina, Y. (2002). La comunicación y el flujo de información en la sociedad contemporánea. Canarias, España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 5 (50). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81955001>

Merton, R. K. (1949-1957) *Social Theory and Social Structure*, engarged edition. New York: The Free Press.

Monzón, C. (1983). La sociedad de masas y la opinión pública. *Revista de la Universidad Complutense*, (4), 12- 28. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2041014>

Morales, J., Rodríguez, E., Reyes, M., O'quinn, J. (2011). Opinión pública y democracia, algunas aportaciones para su estudio. *Espacios Públicos*, 14 (32), 183-205. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/676/67621319009.pdf>

Portal Oficial del Gobierno del Estado de Guerrero (2015). *Chilpancingo de los Bravo*. Chilpancingo, Guerrero. Recuperado de <http://guerrero.gob.mx/municipios/centro/chilpancingo-de-los-bravo/>

Portillo, Maricela (2000, mayo-julio). “Opinión pública y democracia. Dos miradas: El modelo normativo de Habermas y el modelo psicosocial de Noelle- Neumann”. *Razón y Palabra*, 18. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n18/18omportillo.html>

Santillán, J. Ramón. (2015). Teorías de la comunicación y opinión pública. *Ingeniería en comunicación social*, vol. 19, núm. 2 90, pp.672-684.

Wolf, Mauro. (1996). *La investigación de la comunicación de masas*. México: Edit. Paidós.

Anexos

Gráfica 1

Medios de comunicación por los que se mantienen informados los líderes de los sectores; Universitario, Sindical y Comercial en Chilpancingo.

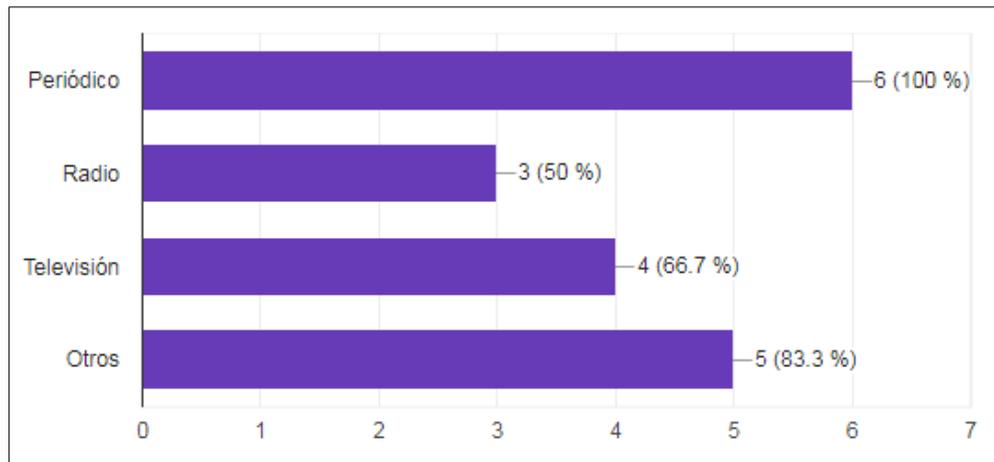


Tabla 1

Principales referentes de información de los líderes universitarios, sindicales y comerciantes en Chilpancingo.

Referentes de información	Frecuencia
Periódico el Sur	4
Periódico La Jornada de Guerrero	3
Periódico Vértice	2
Periódico El Diario de Guerrero	2
Radio Universidad	2
Noticieros televisa e Imagen televisión	1

Gráfica 2

Temas más relevantes para los líderes entrevistados en relación con el Gobierno del Estado de Guerrero.

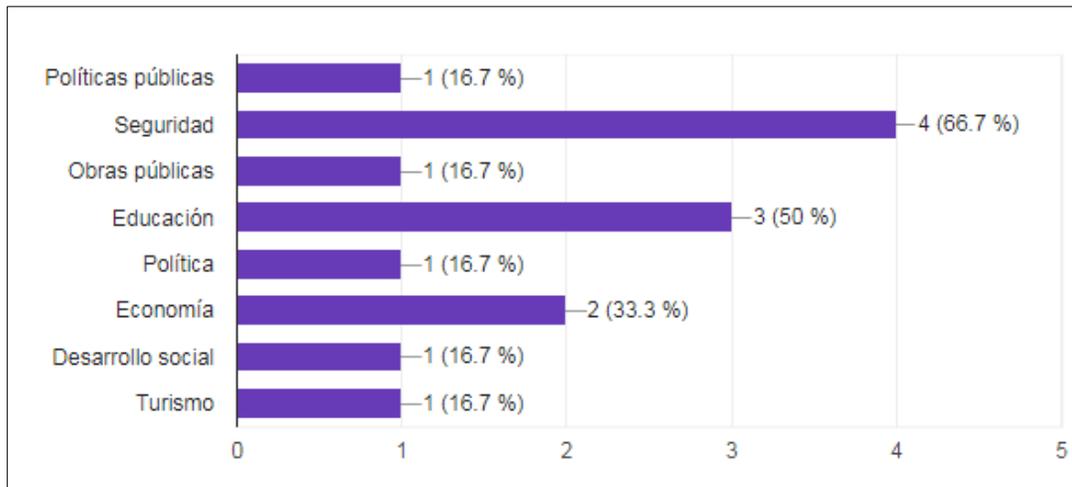


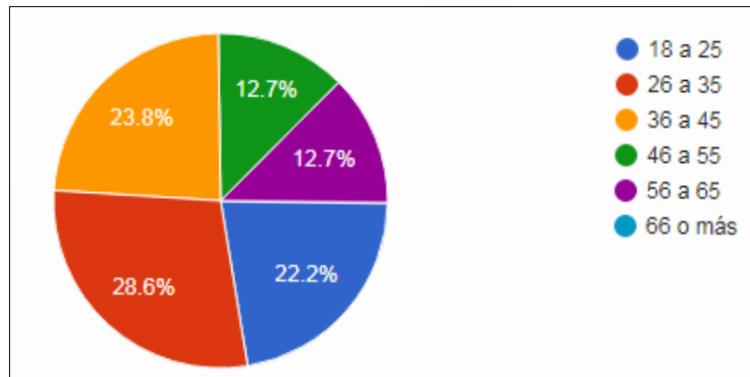
Tabla 2

Temas de los cuales les agradaría enterarse a los líderes en relación con el Gobierno del Estado de Guerrero.

Temas de interés	Frecuencia
Políticas educativas	1
Conocer las mejoras o lo que no se ha podido resolver del Estado.	2
Lo que manifiesta y realiza el Gobernador.	2
Programas sociales	2
Economía y aplicación de los recursos	2

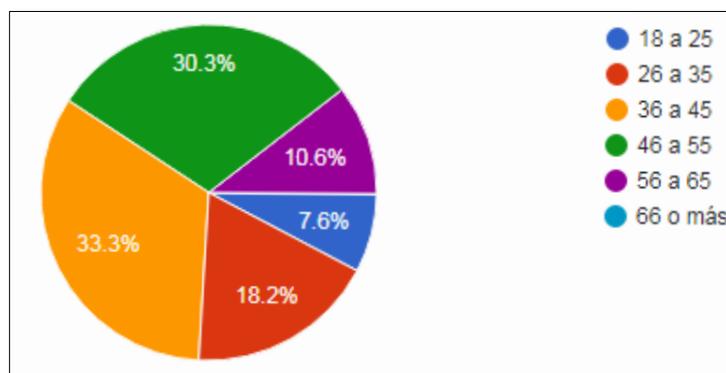
Gráfica 3

Participación por edad de los encuestados del **sector comercial**.



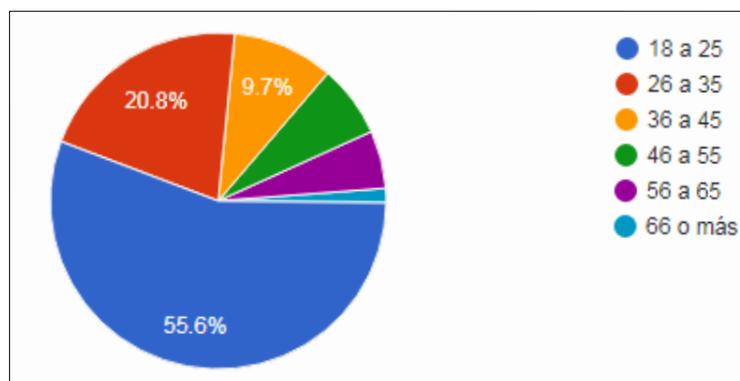
Gráfica 4

Participación por edad de los encuestados del **sector sindical**.



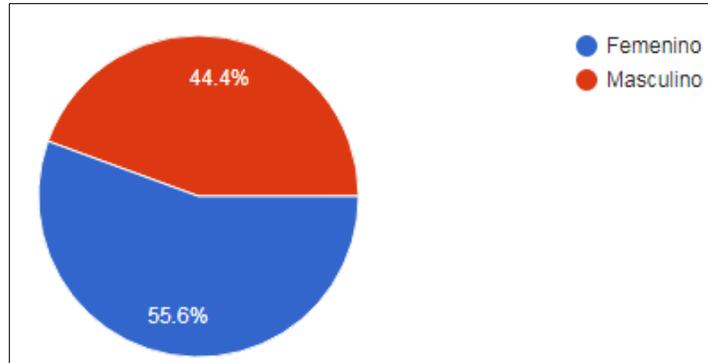
Gráfica 5

Participación por edad de los encuestados del **sector universitario**.



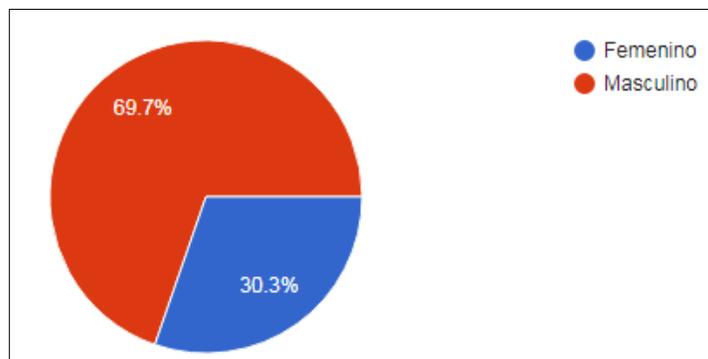
Gráfica 6

Participación por sexo de los encuestados del **sector comercial**.



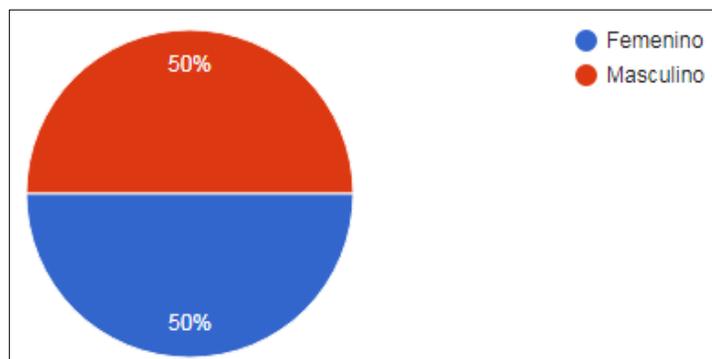
Gráfica 7

Participación por sexo de los encuestados del **sector sindical**.



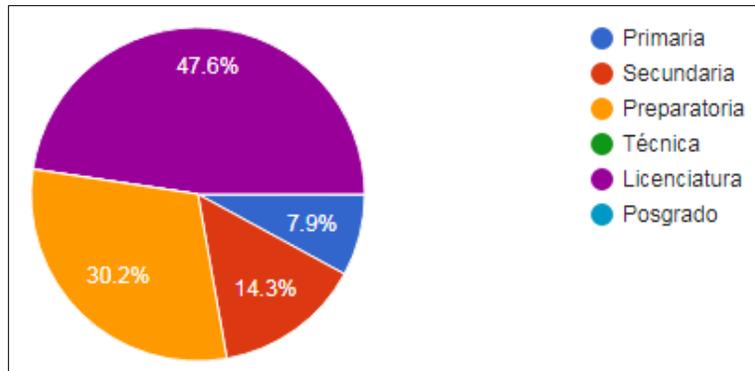
Gráfica 8

Participación por sexo de los encuestados del **sector universitario**.



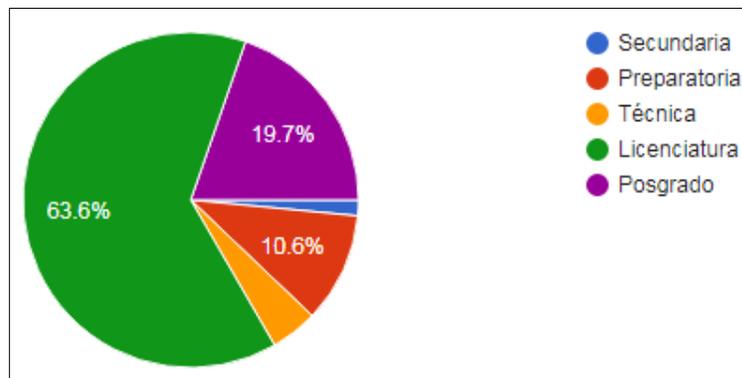
Gráfica 9

Participación por nivel de escolaridad de los encuestados del **sector comercial**.



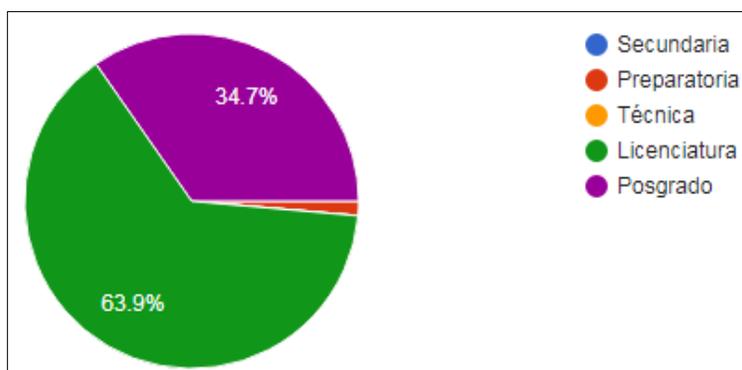
Gráfica 10

Participación por nivel de escolaridad de los encuestados del **sector sindical**.



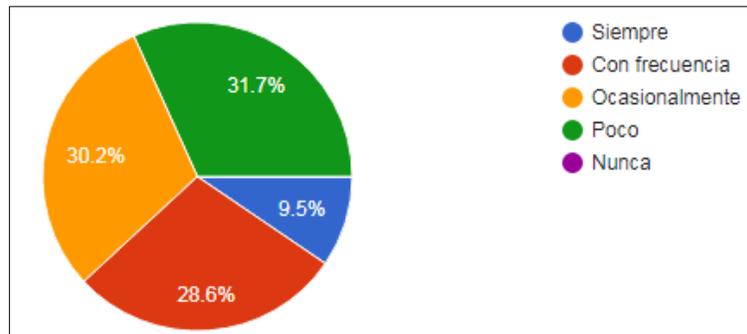
Gráfica 11

Participación por nivel de escolaridad de los encuestados del **sector universitario**.



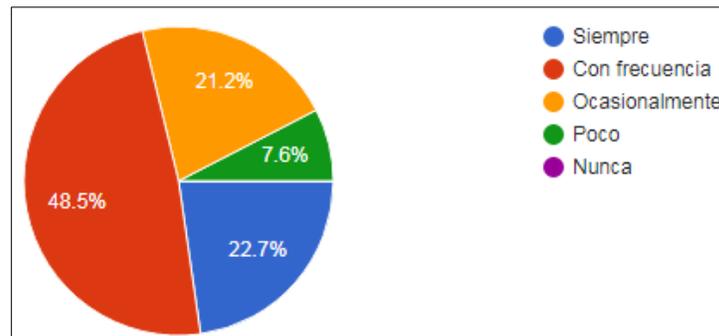
Gráfica 12

Frecuencia con la que se informa el **sector comercial** de las noticias difundidas del Gobierno del Estado de Guerrero.



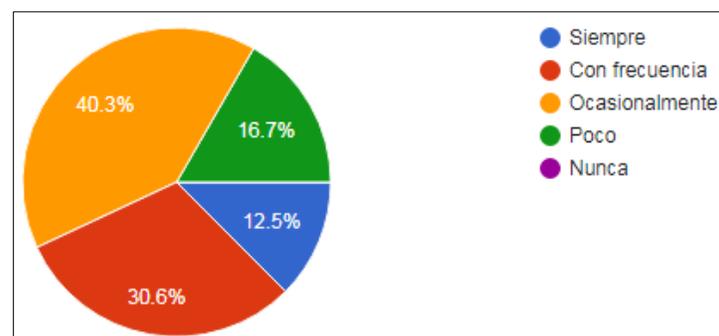
Gráfica 13

Frecuencia con la que se informa el **sector sindical** de las noticias difundidas del Gobierno del Estado de Guerrero.



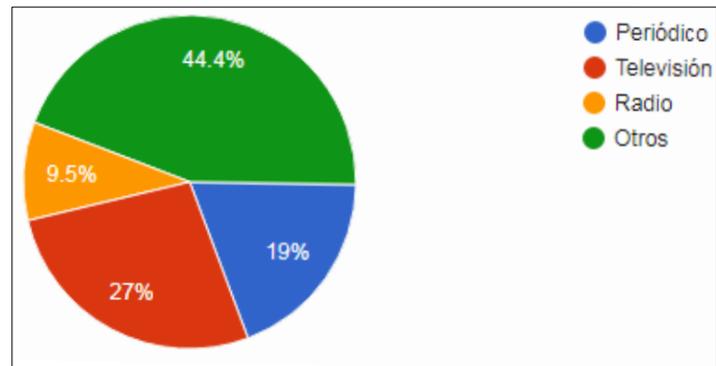
Gráfica 14

Frecuencia con la que se informa el **sector universitario** de las noticias difundidas del Gobierno del Estado de Guerrero.



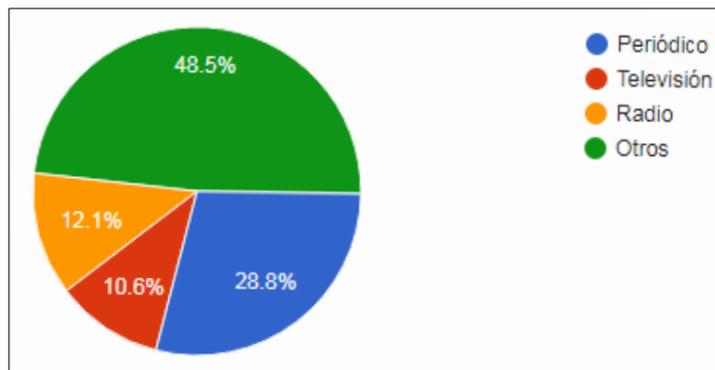
Gráfica 15

Medios de comunicación por los que el **sector comercial** se mantiene informado.



Gráfica 16

Medios de comunicación por los que el **sector sindical** se mantiene informado.



Gráfica 17

Medios de comunicación por los que el **sector universitario** se mantiene informado.

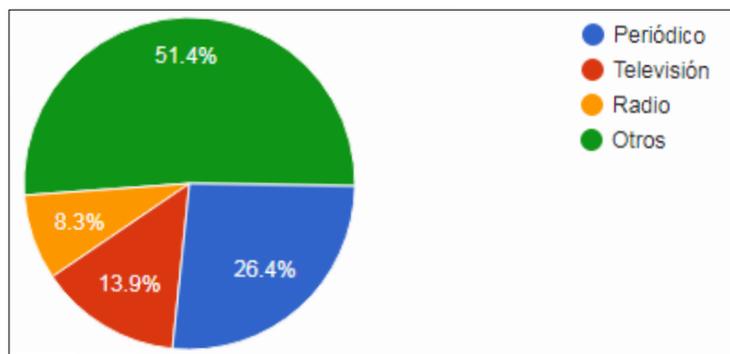


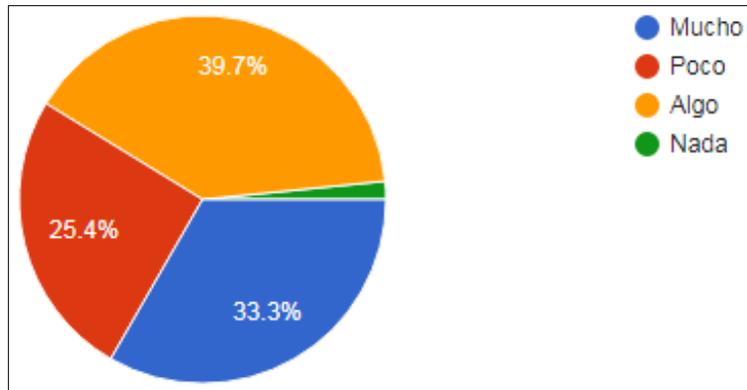
Tabla 3

Principales referentes de información de los sectores; universitario, sindical y comercial en Chilpancingo.

Sector comercial		Sector sindical		Sector universitario	
Referente	Frecuencia	Referente	Frecuencia	Referente	Frecuencia
Azteca Guerrero	2	RTG	3	RTG	3
Capital Máxima	1	Capital Máxima	2	ABC Radio	1
Máxima 94.7 FM	2	Máxima 94.7 FM	1	Máxima 94.7 FM	1
Diario de Gro.	5	Diario de Gro.	2	Diario de Gro.	2
Periódico El Sur	3	Periódico El Sur	10	Periódico El Sur	9
Radio UAGro	3	Radio UAGro	3	Radio UAGro	3
Periódico Vértice	3	Periódico Vértice	4	Periódico Vértice	2
Noticias Televisa	7	Noticias Televisa	2	Proceso	2
Milenio Noticias	3	ABC Radio	1	Jornada de Gro.	2
Noticias en Punto	2	El sol de Chpo.	1	El sol de Acap.	1

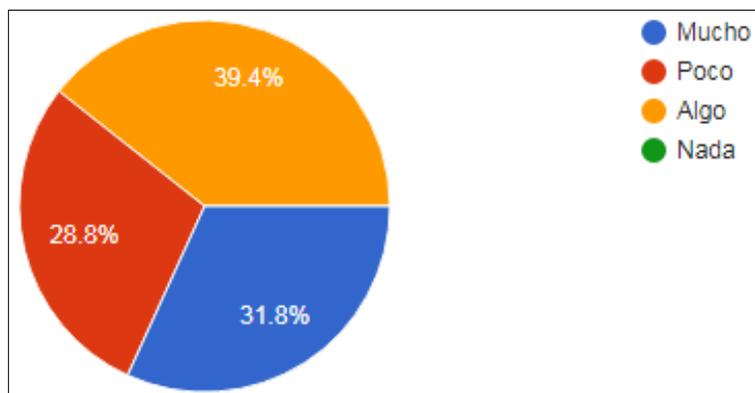
Gráfica 18

Nivel de credibilidad de los referentes de información en el **sector comercial**.



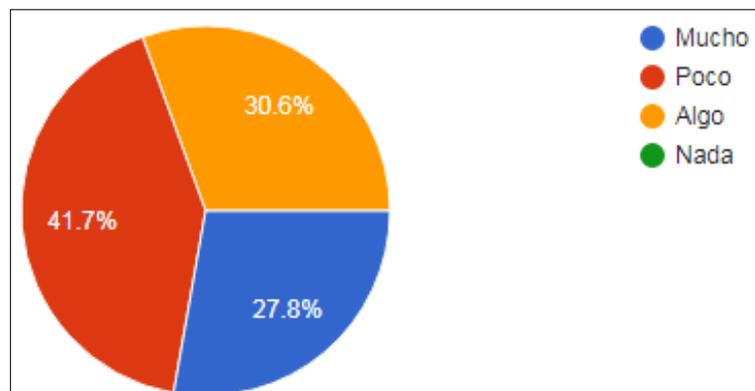
Gráfica 19

Nivel de credibilidad de los referentes de información en el **sector sindical**.



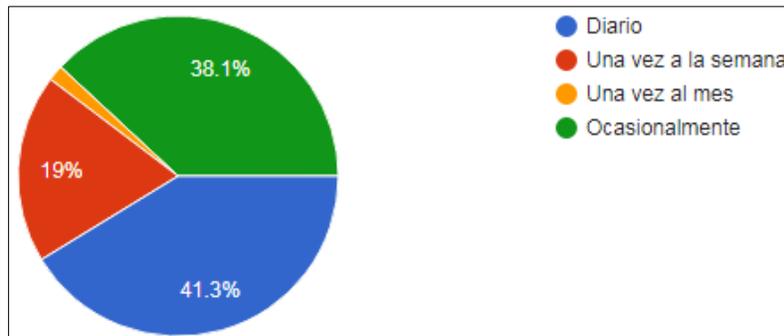
Gráfica 20

Nivel de credibilidad de los referentes de información en el **sector universitario**.



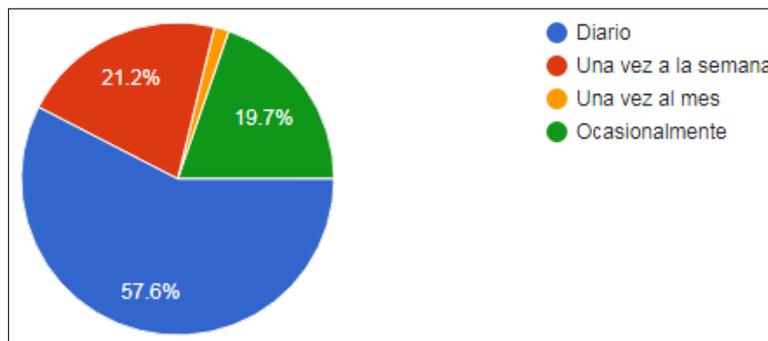
Gráfica 21

Periodicidad con la que se informa el **sector comercial** de lo que acontece en el Gobierno del Estado.



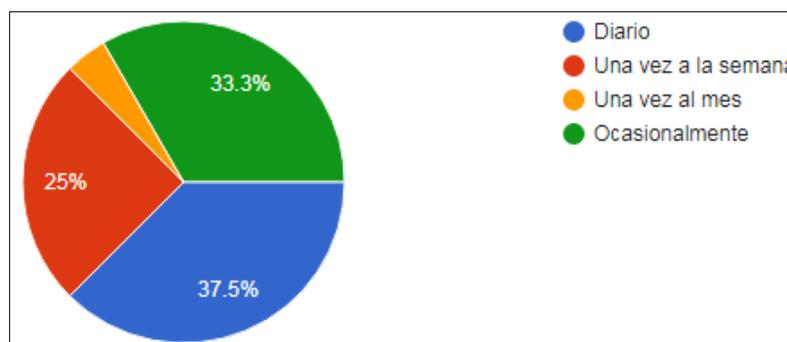
Gráfica 22

Periodicidad con la que se informa el **sector sindical** de lo que acontece en el Gobierno del Estado.



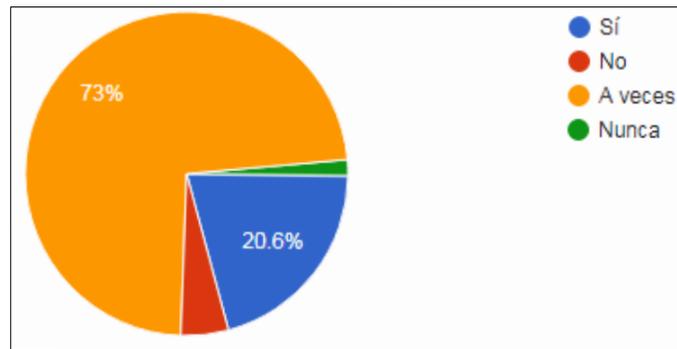
Gráfica 23

Periodicidad con la que se informa el **sector universitario** de lo que acontece en el Gobierno del Estado.



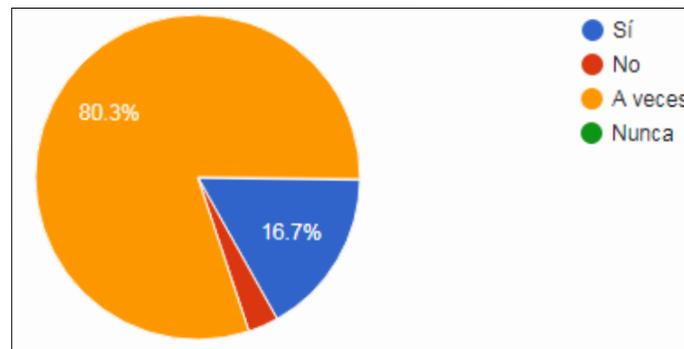
Gráfica 24

Veracidad de la información sobre el Gobierno del Estado para el **sector comercial.**



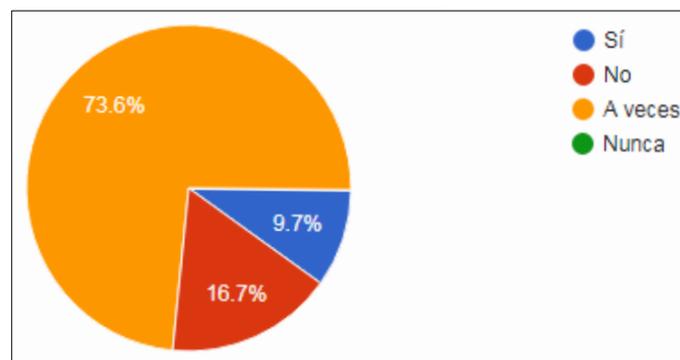
Gráfica 25

Veracidad de la información sobre el Gobierno del Estado para el **sector sindical.**



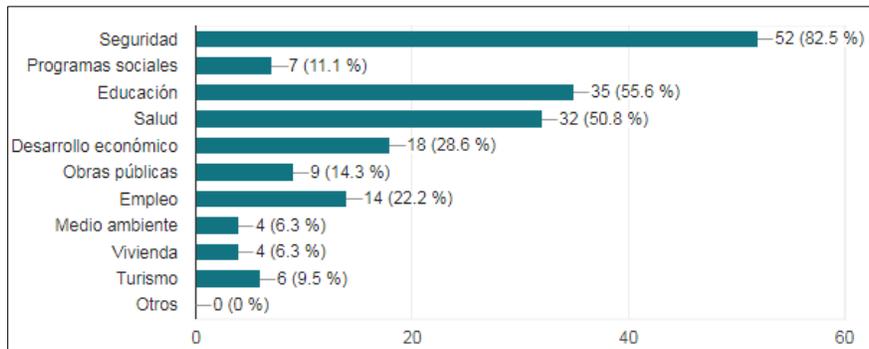
Gráfica 26

Veracidad de la información sobre el Gobierno del Estado para el **sector universitario.**



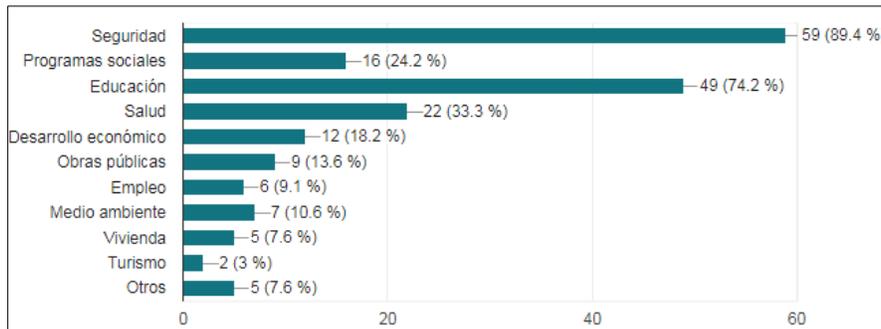
Gráfica 27

Temas más relevantes para el **sector comercial** en relación con el Gobierno del Estado.



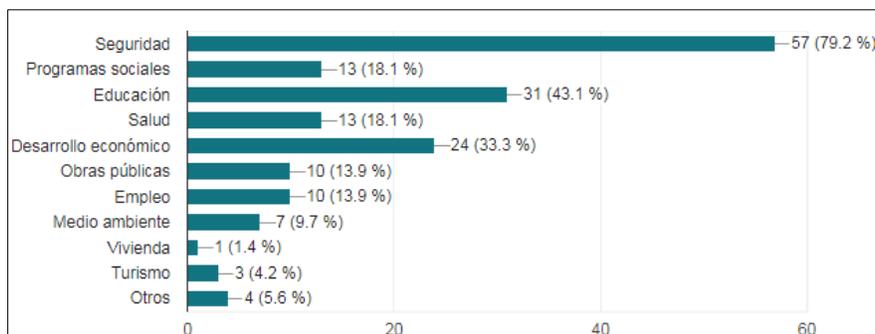
Gráfica 28

Temas más relevantes para el **sector sindical** en relación con el Gobierno del Estado.



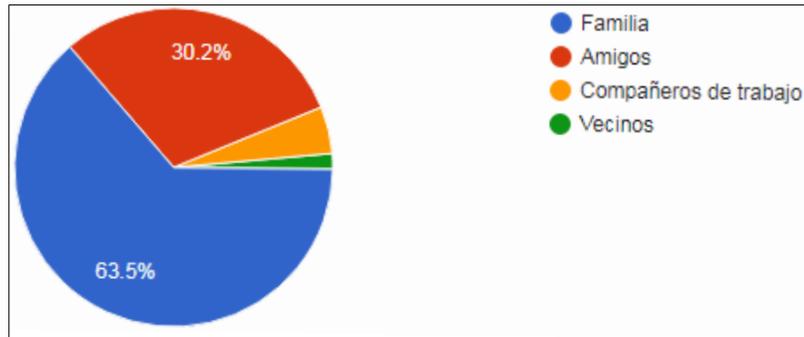
Gráfica 29

Temas más relevantes para el **sector universitario** en relación con el Gobierno del Estado.



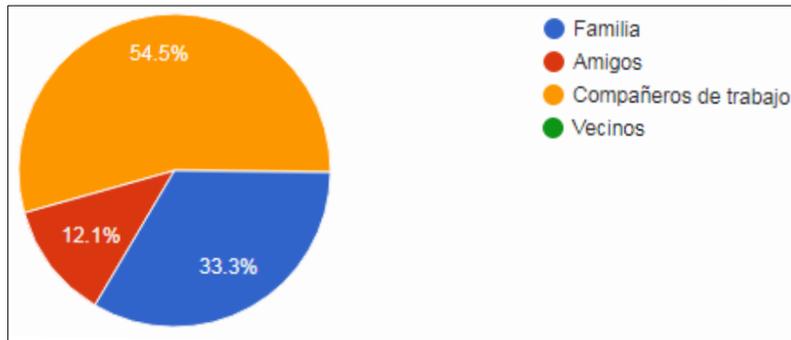
Gráfica 30

Grupos de referencia con quienes comparten sus opiniones los integrantes del **sector comercial** con más frecuencia.



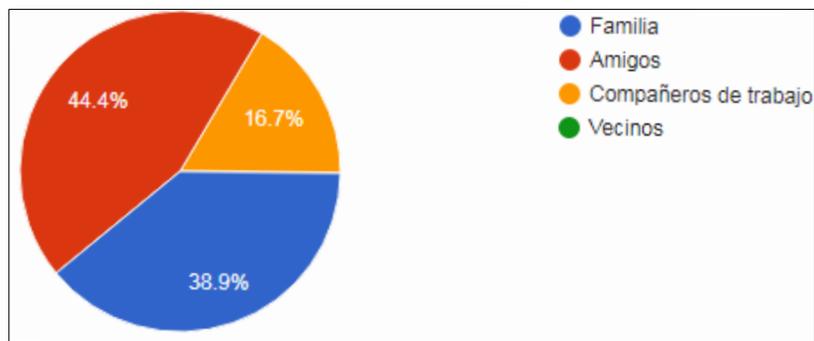
Gráfica 31

Grupos de referencia con quienes comparten sus opiniones los integrantes del **sector sindical** con más frecuencia.



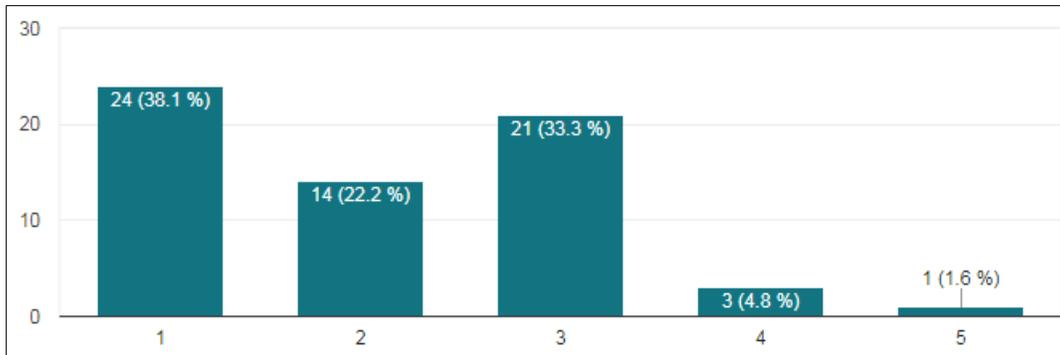
Gráfica 32

Grupos de referencia con quienes comparten sus opiniones los integrantes del **sector universitario** con más frecuencia.



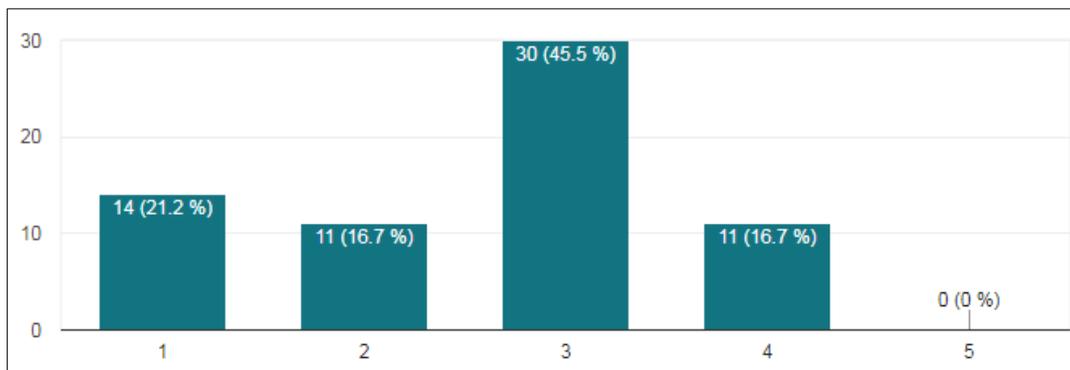
Gráfica 33

Percepción del **sector comercial** sobre el Gobierno del Estado de Guerrero.



Gráfica 34

Percepción del **sector sindical** sobre el Gobierno del Estado de Guerrero.



Gráfica 35

Percepción del **sector universitario** sobre el Gobierno del Estado de Guerrero.

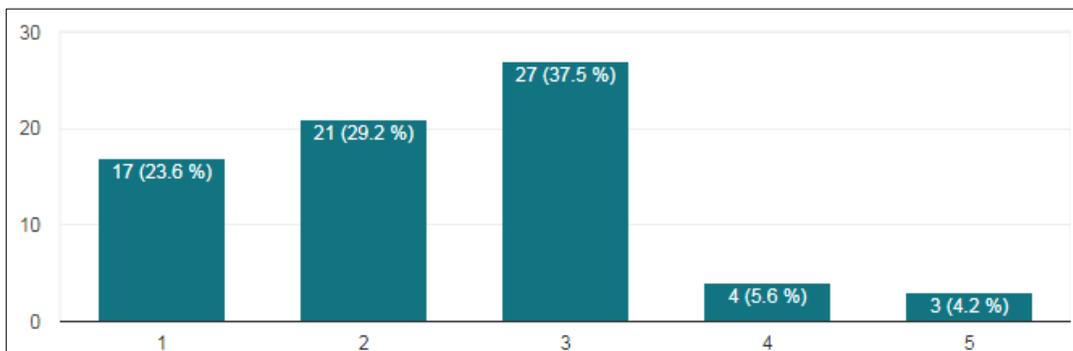


Tabla 4

Notas publicadas sobre el Gobierno Estatal, en Periódicos el día lunes 07 de mayo de 2018.

Análisis de Contenido Lunes 07 de Mayo de 2018								
Subcategorías	Categorías						TOTAL	
	DIARIO DE GUERRERO		VÉRTICE		EL SUR			
FAVORABLE	3	50%	4	57.1%	1	12.5%	8	38.1%
DESFAVORABLE	2	33.3%	1	14.3%	6	75%	9	42.9%
NEUTRO	1	16.7%	2	28.6%	1	12.5%	4	19%
TOTAL	6	100%	7	100%	8	100%	21	100%

Tabla 5

Notas publicadas sobre el Gobierno Estatal, en Radio y Televisión el día lunes 07 de mayo de 2018.

Análisis de Contenido de Medios Electrónicos Lunes 07 de Mayo de 2018												
Subcategorías	Categorías										TOTAL	
	Radio Universidad Autónoma de Guerrero		Capital Máxima		Radio y Televisión de Guerrero RTG		TV Azteca Guerrero		Siga TV			
FAVORABLE	0	0%	3	42.9%	2	40%	1	25%	1	16.7%	7	26.9%
DESFAVORABLE	3	75%	1	14.3%	0	0%	0	0%	2	33.3%	6	23.1%
NEUTRO	1	25%	3	42.9%	3	60%	3	75%	3	50%	13	50%
TOTAL	4	100%	7	100%	5	100%	4	100%	6	100%	26	100%

Tabla 6

Notas publicadas sobre el Gobierno Estatal, en Periódicos el día martes 15 de mayo de 2018.

Análisis de Contenido Martes 15 de Mayo de 2018								
Subcategorías	Categorías						TOTAL	
	DIARIO DE GUERRERO		VÉRTICE		EL SUR			
FAVORABLE	7	70%	7	77.8%	3	42.9%	17	65.4%
DESFAVORABLE	1	10%	1	11.1%	2	28.6%	4	15.4%
NEUTRO	2	20%	1	11.1%	2	28.6%	5	19.2%
TOTAL	10	100%	9	100%	7	100%	26	100%

Tabla 7

Notas publicadas sobre el Gobierno Estatal, en Radio y Televisión el día martes 15 de mayo de 2018.

Análisis de Contenido de Medios Electrónicos Martes 15 de Mayo de 2018												
Subcategorías	Categorías										TOTAL	
	Radio Universidad Autónoma de Guerrero		Capital Máxima		Radio y Televisión de Guerrero RTG		TV Azteca Guerrero		Siga TV			
FAVORABLE	1	20%	1	20%	3	50%	1	25%	1	14.3%	7	25.9%
DESFAVORABLE	3	60%	1	20%	0	0%	1	25%	3	42.9%	8	29.6%
NEUTRO	1	20%	3	60%	3	50%	2	50%	3	42.9%	12	44.4%
TOTAL	5	100%	5	100%	6	100%	4	100%	7	100%	27	100%

Tabla 8

Notas publicadas sobre el Gobierno Estatal, en Periódicos el día miércoles 23 de mayo de 2018.

Análisis de Contenido Miércoles 23 de Mayo de 2018								
Subcategorías	Categorías						TOTAL	
	DIARIO DE GUERRERO		VÉRTICE		EL SUR			
FAVORABLE	9	60%	6	54.5%	5	45.5%	20	54.1%
DESFAVORABLE	3	20%	2	18.2%	3	27.3%	8	21.6%
NEUTRO	3	20%	3	27.3%	3	27.3%	9	24.3%
TOTAL	15	100%	11	100%	11	100%	37	100%

Tabla 9

Notas publicadas sobre el Gobierno Estatal, en Radio y Televisión el día miércoles 23 de mayo de 2018.

Análisis de Contenido de Medios Electrónicos Miércoles 23 de Mayo de 2018												
Subcategorías	Categorías										TOTAL	
	Radio Universidad Autónoma de Guerrero		Capital Máxima		Radio y Televisión de Guerrero RTG		TV Azteca Guerrero		Siga TV			
FAVORABLE	1	25%	3	50%	4	80%	1	25%	2	28.6%	11	42.3%
DESFAVORABLE	3	75%	2	33.3%	0	0%	1	25%	3	42.9%	9	34.6%
NEUTRO	0	0%	1	16.7%	1	20%	2	50%	2	28.6%	6	23.1%
TOTAL	4	100%	6	100%	5	100%	4	100%	7	100%	26	100%

Tabla 10

Notas publicadas sobre el Gobierno Estatal, en Periódicos el día jueves 31 de mayo de 2018.

Análisis de Contenido Jueves 31 de Mayo de 2018								
Subcategorías	Categorías						TOTAL	
	DIARIO DE GUERRERO		VÉRTICE		EL SUR			
FAVORABLE	7	77.8%	8	66.7%	3	25%	18	54.5%
DESFAVORABLE	1	11.1%	3	25%	6	50%	10	30.3%
NEUTRO	1	11.1%	1	8.3%	3	25%	5	15.2%
TOTAL	9	100%	12	100%	12	100%	33	100%

Tabla 11

Notas publicadas sobre el Gobierno Estatal, en Radio y Televisión el día jueves 31 de mayo de 2018.

Análisis de Contenido de Medios Electrónicos Jueves 31 de Mayo de 2018												
Subcategorías	Categorías										TOTAL	
	Radio Universidad Autónoma de Guerrero		Capital Máxima		Radio y Televisión de Guerrero RTG		TV Azteca Guerrero		Siga TV			
FAVORABLE	2	40%	3	42.9%	3	75%	2	50%	2	28.6%	12	44.4%
DESFAVORABLE	3	60%	1	14.3%	0	0%	1	25%	3	42.9%	8	29.6%
NEUTRO	0	0%	3	42.9%	1	25%	1	25%	2	28.6%	7	25.9%
TOTAL	5	100%	7	100%	4	100%	4	100%	7	100%	27	100%

Tabla 12

Notas publicadas sobre el Gobierno Estatal, en Periódicos el día viernes 11 de mayo de 2018.

Análisis de Contenido Viernes 11 de Mayo de 2018								
Subcategorías	Categorías						TOTAL	
	DIARIO DE GUERRERO		VÉRTICE		EL SUR			
FAVORABLE	7	87.5%	7	70%	4	33.3%	18	60%
DESFAVORABLE	0	0%	2	20%	4	33.3%	6	20%
NEUTRO	1	12.5%	1	10%	4	33.3%	6	20%
TOTAL	8	100%	10	100%	12	100%	30	100%

Tabla 13

Notas publicadas sobre el Gobierno Estatal, en Radio y Televisión el día viernes 11 de mayo de 2018.

Análisis de Contenido de Medios Electrónicos Viernes 11 de Mayo de 2018												
Subcategorías	Categorías										TOTAL	
	Radio Universidad Autónoma de Guerrero		Capital Máxima		Radio y Televisión de Guerrero RTG		TV Azteca Guerrero		Siga TV			
FAVORABLE	1	20%	1	33.3%	3	75%	2	66.7%	4	57.1%	11	50%
DESFAVORABLE	3	60%	0	0%	0	0%	0	0%	1	14.3%	4	18.2%
NEUTRO	1	20%	2	66.7%	1	25%	1	33.3%	2	28.6%	7	31.8%
TOTAL	5	100%	3	100%	4	100%	3	100%	7	100%	22	100%

Tabla 14

Notas publicadas sobre el Gobierno Estatal, en Periódicos el día sábado 19 de mayo de 2018.

Análisis de Contenido Sábado 19 de Mayo de 2018								
Subcategorías	Categorías						TOTAL	
	DIARIO DE GUERRERO		VÉRTICE		EL SUR			
FAVORABLE	4	57.1%	5	62.5%	7	53.8%	16	57.1%
DESFAVORABLE	1	14.3%	2	25%	4	30.8%	7	25%
NEUTRO	2	28.6%	1	12.5%	2	15.4%	5	17.9%
TOTAL	7	100%	8	100%	13	100%	28	100%

Tabla 15

Notas publicadas sobre el Gobierno Estatal, en Periódicos el día lunes 21 de mayo de 2018.

Análisis de Contenido Lunes 21 de Mayo de 2018								
Subcategorías	Categorías						TOTAL	
	DIARIO DE GUERRERO		VÉRTICE		EL SUR			
FAVORABLE	3	42.9%	4	44.4%	3	30%	10	38.5%
DESFAVORABLE	2	28.6%	4	44.4%	5	50%	11	42.3%
NEUTRO	2	28.6%	1	11.1%	2	20%	5	19.2%
TOTAL	7	100%	9	100%	10	100%	26	100%

Entrevistas en profundidad

Sector Universitario Entrevista 1

Dr. José Alfredo Romero Olea (Secretario General de la Universidad Autónoma de Guerrero).

1. ¿Usted se mantiene informado de las noticias que se difunden del Gobierno del Estado de Guerrero en Chilpancingo?
 - Sí.

2. ¿Cuáles son los medios de comunicación por los que se mantiene informado?
 - Pues son distintos, periódicos, la radio, las redes sociales, la televisión.

3. Podría mencionar ¿Cuáles son sus principales referentes de información?
 - En el caso de los periódicos pues consulto periódico estatal: El Sur, El novedades de Acapulco, La Jornada Guerrero y periódicos locales de aquí de Chilpancingo: Vértice, El diario de Guerrero, El sol de Chilpancingo y de la radio pues radio Universidad que tiene muy buena información

4. ¿Considera que estos medios son confiables o creíbles? ¿Por qué?
 - En cuanto a la información yo considero que sí. Confiable en el sentido por la noticia pues, no en cuanto a la opinión que eso es diferente. Bueno son confiables en el sentido de la información, de la información de los hechos que suceden, en ese sentido. En cuanto a la opinión obviamente de algunos editorialistas pues ese es otro asunto. Ahí son opiniones personales que a veces quizás no compartimos pero si son confiables en cuanto a la información, al hecho que sucede nada más.

5. ¿Qué tan al pendiente está de las noticias del Gobierno del Estado?

- Pues sí, si estamos pendientes de las noticias del Gobierno del Estado porque pues obviamente pues son políticas públicas que a veces pueden generarnos pues muchísima información de interés, de obras, de acciones que está haciendo el Gobierno o que deja de hacer.
6. ¿Cada cuánto se informa de lo que acontece en Gobierno del Estado?
- En el Gobierno del Estado generalmente cada semana.
7. ¿Considera que la información proporcionada sobre el Gobierno del Estado es la adecuada? ¿Por qué?
- Bueno no sé cómo interpretar la palabra adecuada, yo creo que informa lo que el Gobierno desea que sepamos y en ese término puede entrar lo adecuado. No puedo decir que es adecuado o no porque eso ya le concerniría a ellos, yo nada más veo la información que da.
8. ¿Usted considera que sería la información idónea la que difunden los medios de comunicación hacia la sociedad u opinión pública?
- Sí, yo creo que sería aquí contrastar la información que difunden los medios, con la información que difunden oficialmente los órganos de gobierno. Eso sería lo más ideal.
9. ¿Cuáles son los temas más relevantes para usted en relación con el Gobierno del Estado?
- Las políticas públicas, la cuestión de las obras que se están realizando, obviamente la cuestión de la seguridad, como se está y que se está haciendo. Esos son los temas más relevantes y obviamente también la parte que nos corresponde a nosotros el sector educativo.
10. ¿Usted considera que tiene a su alcance la información oportuna y la necesaria?

- Yo creo que si me entero de lo que yo considero que es importante para mí, porque por ejemplo en este caso en donde yo estoy pues la cuestión es de políticas educativas; como se están desarrollando, que es lo que vamos a hacer. Ese tipo de lineamientos.

11. ¿Con quienes comparte las opiniones que tiene sobre el Gobierno del Estado?

- En este caso con los compañeros de trabajo, con mis alumnos en la escuela y con amigos, con la sociedad también compartimos.

12. ¿Cuál es su percepción del Gobierno del Estado?

- Pues que el Gobierno del Estado está haciendo su labor, su trabajo con mucha responsabilidad y de que bueno nuestra entidad es un Estado pues difícil de todo tipo y entonces pues consideramos que el Gobierno está haciendo la parte que le toca. Quizás haga falta hacer más pero bueno la realidad es que también no solamente a él le corresponde sino que hay que ver también hasta qué punto el Gobierno Federal o los Gobiernos Municipales también deben de intervenir porque la carga no es solamente de un solo nivel de gobierno.

Sector Universitario Entrevista 2

Dra. Berenice Illades Aguiar (Directora General de Posgrado e Investigación de la Universidad Autónoma de Guerrero).

1. ¿Usted se mantiene informada de las noticias que se difunden del Gobierno del Estado de Guerrero en Chilpancingo?

- Sí.

2. ¿Cuáles son los medios de comunicación por los que se mantiene informada?

- Solamente a través del periódico, a través de la lectura del periódico es como me informo.

3. Podría mencionar ¿Cuáles son sus referentes de información?
 - Básicamente es El Sur de los estatales y los nacionales; La Jornada o Forbes.

4. ¿Considera que estos medios son confiables o creíbles? ¿Por qué?
 - El Sur siento que es el periódico más reconocido a nivel estatal, es al que todo mundo hace referencia cuando sale alguna noticia y pues como que tenemos visto que es el periódico que difunde las noticias más importantes y de una manera creo que un poco a veces más objetiva que otros.

5. ¿Qué tan pendiente está de las noticias del Gobierno del Estado?
 - De manera general estoy pendiente a través del periódico pero no acostumbro por ejemplo entrar a las páginas del Gobierno, eso si no. Más bien a manera de noticia del periódico.

6. Además del periódico ¿Consulta otros medios de comunicación?
 - Muy poco uso las redes sociales, creo que lo más fácil es el Facebook. Veo la televisión a nivel nacional veo las noticias de los principales noticieros, oigo milenio pero locales no.

7. ¿Cada cuánto se informa de lo que acontece en Gobierno del Estado?
 - Pues lo que resulte al día, diario.

8. ¿Considera que la información proporcionada sobre el Gobierno del Estado es la adecuada? ¿Por qué?
 - Yo creo que es insuficiente. No es que sea adecuada o no, sino que generalmente pues como informan. Informan por noticias pagadas, eventos o cosas que hacen o si hay conflictos también es noticia pero a nivel de periódico, pero no hay una información en la que de manera permanente la sociedad este sabiendo que está haciendo el Gobierno. Ahora quizás yo soy la del error y no leo la página del gobierno pero pues entonces creo que

ellos deberían digerir un poco más la información para el público en general y que sepamos que está haciendo nuestro gobierno.

9. ¿Entonces usted propondría difundir un poco más?

- Sí, difundir un poco más de manera más ordenada y organizada porque si tu entras a la página lo que tienes que buscar es el tema que te interesa, la secretaría que te interesa, pero tú no sabes en términos generales como está avanzando el gobierno de manera integral, global.

10. ¿Cuáles son los temas más relevantes para usted en relación con el Gobierno del Estado?

- Bueno a mí me interesa ver por dónde estamos, toda la parte de educación, me interesa ver la parte política porque pues de eso dependemos mucho en como estemos y es una tristeza luego leer toda la parte política, pues también las partes de la sociedad, que es lo que está sucediendo, el impacto.

11. ¿De qué temas le gustaría enterarse sobre el Gobierno del Estado?

- A mí me gustaría saber. Todo gobierno hace un plan de desarrollo que dice todo lo que va a hacer en su tiempo y lo tiene establecidos por metas. Yo sé que el gobierno da informe general pero si sería conveniente ir viendo como estamos avanzando, cuáles son las metas que se han logrado porque en las noticias bueno generalmente uno ve lo que no se logra o lo que está mal; la inseguridad, la violencia, todo eso pues lo que más nos aqueja y es un poco de lo que nos enteramos pero no nos enteramos en realidad cual es la situación global de educación en el estado, cual es la situación de la sociedad, de la pobreza, de las poblaciones indígenas. Creo que hace falta más conocer cuáles son las mejoras o lo que no se ha podido resolver del Estado.

12. ¿Con quienes comparte las opiniones que tiene sobre el Gobierno del Estado?

- Con mis compañeros de trabajo, con mi esposo, amigos. Básicamente.

13. ¿Cuál es su percepción del Gobierno del Estado?

- Bueno, yo podría decir que todavía estamos muy lejos de lograr que el Estado de Guerrero resuelva los principales problemas de la sociedad, hay una pobreza extrema, hay una desigualdad enorme entre la población, hay mucho rezago educativo, problemas de salud muy fuertes en diversas poblaciones y sobre todo al hablar de desigualdad hablo de que hay desigualdad en la atención a la salud, en la educación, en la vivienda. Digamos en los indicadores que son básicos para poder decir que hay un desarrollo humano más o menos equitativo. O sea, yo puedo entender que quisiéramos que todos tuviéramos lo mismo, que tuviéramos igualdad pero aquí es un abismo entre unas clases y otras y entonces pues es tremendo ver que tenemos una población indígena muy importante y es la más desatendida por ejemplo.

Sector Comercial Entrevista 1

Profr. Pioquinto Damián Huato (Ex dirigente de la Cámara Nacional de Comercio CANACO).

1. ¿Usted se mantiene informado de las noticias que se difunden del Gobierno del Estado de Guerrero en Chilpancingo?

- Sí.

2. ¿Cuáles son los medios de comunicación por los que se mantiene informado?

- Por periódico, por televisión y por internet.

3. Podría mencionar ¿Cuáles son sus referentes de información?
 - Bueno yo leo fundamentalmente periódicos estatales como el Sur, eventualmente La Jornada, pero le tengo más confianza al Sur. Veo siempre los noticieros de Televisa o del canal 52 o Imagen noticias con Ciro Gómez Leyva. Tengo que estar bien informado.

4. ¿Considera que estos medios son confiables o creíbles? ¿Por qué?
 - Creo que estatalmente el periódico el Sur es uno de los más objetivos y que se podría acercar un poquito más a la verdad.

5. ¿Qué tan pendiente está de las noticias del Gobierno del Estado?
 - Bueno fundamentalmente me interesan las noticias o las entrevistas que le hacen al gobernador del Estado o lo que declara el gobernador o lo que declara el vocero del gobierno del Estado en materia de seguridad.

6. ¿Cada cuánto se informa de lo que acontece en Gobierno del Estado?
 - Diario y no solamente en Gobierno del Estado, realmente me interesa porque el gobernador toca los temas más importantes y la prensa lo interroga de los temas más actuales.

7. ¿Considera que la información proporcionada sobre el Gobierno del Estado es la adecuada? ¿Por qué?
 - Creo que a veces pudiera desapegarse un poco de la verdad o es precipitada, porque acusa a las personas que dicen son víctimas o que son asesinadas de estar con la delincuencia y lo manifiesta inmediatamente. A mí en lo personal me parece que se intenta sesgar la realidad.

8. ¿Cuáles son los temas más relevantes para usted en relación con el Gobierno del Estado?

- Lo que se manifiesta en materia de seguridad. Tú no puedes estar tranquilo si no tienes la seguridad en tu vida, en tu negocio, en tu familia, porque como puedes invertir cuando hay una lluvia de balas al frente o cuando te están extorsionando.

9. ¿De qué temas le gustaría enterarse sobre el Gobierno del Estado?

- A mí me interesa todo lo que manifiesta el señor gobernador porque ya te lo dije, toca los temas actuales.

10. ¿Con quienes comparte las opiniones que tiene sobre el Gobierno del Estado?

- Mira hay un grupo con el cual almuerzo todos los días y con ese grupo normalmente hago los comentarios muy temprano, ellos si ven algo en internet lo abordan, obviamente también mi esposa me lo dice inmediatamente, mi hijo me informa. Con las personas que yo almuerzo todos los días nos retroalimentamos de información, hacemos pequeños análisis y cuando hay necesidad convocamos a reuniones a todos los miembros de la Cámara de Comercio.

11. ¿Dentro de estas reuniones las personas ocupan cargos públicos?

- No, somos ciudadanos, empresarios que nos preocupamos porque pues la seguridad muchas veces nos afecta a nosotros y entonces pues yo le tengo que entrar.

12. ¿Cuál es su percepción del Gobierno del Estado?

- Yo tengo buena percepción en materia de seguridad yo tengo la mejor percepción y realmente más que una percepción es un conocimiento empírico, yo tengo la mejor opinión de las acciones que hace el gobernador porque yo cuando le pido ayuda al señor gobernador en materia de seguridad, yo no toco ningún otro tema que no sea de la materia de seguridad y él siempre me ha brindado todas las facilidades.

13. ¿Cuál es la importancia de la relación que existe entre los comerciantes y Gobierno del Estado?

- Desde luego nos gustaría que hubiera más seguridad para invertir. Hay muchos comerciantes que están fuera, algunos cerraron sus negocios, ya otros se fueron a invertir en otros estados, otros mantienen sus negocios pero los vigilan desde Querétaro, desde Puebla, desde el D.F. o desde Morelos, pero ya no es lo mismo que tu estés aquí porque poco a poco ¿Qué están haciendo? Llevando sus inversiones a otros estados, en lugar de que inviertan aquí en Chilpancingo ya no invierten aquí. Por lo tanto la economía de Chilpancingo se está quedando muy seca y esto si nos preocupa.

Sector Comercial Entrevista 2

Antonio García Hidalgo (Dirigente de la Unión de comerciantes fijos, semifijos y ambulantes independientes de Chilpancingo).

1. ¿Usted se mantiene informado de las noticias que se difunden del Gobierno del Estado de Guerrero en Chilpancingo?
 - Sí.

2. ¿Cuáles son los medios de comunicación por los que se mantiene informado?
 - Por el Facebook o sea la redes sociales. También leo periódicos pero lo más rápido es el Facebook. Muy poco veo la televisión.

3. Además de Facebook, podría mencionar ¿Cuáles son sus referentes de información?
 - El radio y los periódicos, por ejemplo del Diario de Guerrero.

4. ¿Considera que estos medios son confiables o creíbles? ¿Por qué?

- No, porque son vulnerables a cualquier tipo de mala información o buena información o sea están a la orden de quien los quiera manejar.
5. ¿Cuál de los medios que mencionó considera usted que es el más confiable?
- El periódico porque ahora sí que es una casa editora en la cual si tienes alguna duda o algún derecho de réplica puedes asistir.
6. ¿Qué tan al pendiente está de las noticias del Gobierno del Estado?
- Pues bueno todo lo que va saliendo y fluyendo en el día nos vamos enterando.
7. ¿Cada cuánto se informa de lo que acontece en Gobierno del Estado?
- Diario.
8. ¿Considera que la información proporcionada sobre el Gobierno del Estado es la adecuada? ¿Por qué?
- Pues bueno yo digo que sí porque son fuentes institucionales o sea si es una información de seguridad viene de parte de la institución, lo que es la fiscalía, si es de protección civil viene de esa dependencia entonces deben de ser confiables.
9. ¿Cuáles son los temas más relevantes para usted en relación con el Gobierno del Estado?
- Bueno hay muchísimos temas, el Estado está un poco complicado pero creo yo que a medida que el gobierno los va subsanando, lo que es todos vemos la inseguridad, la falta de fluidez en el sentido comercial, nosotros que nos dedicamos al comercio sentimos que hace falta un poco más de fluir el dinero o sea como que nada mas no los dan un rato y se desaparece durante catorce o trece días.

10. ¿De qué temas le gustaría enterarse sobre el Gobierno del Estado?
- Lo que es desarrollo económico, prácticamente eso lo que es la economía porque pues nosotros nos dedicamos al comercio y pues nos conviene o nos interesa que programas hay también.
11. ¿Con quienes comparte las opiniones que tiene sobre el Gobierno del Estado?
- Pues aquí en el mercado tenemos bastante con quien compartir. Con las personas de aquí del mercado y las que asisten al mercado, en el caso de los clientes, los amigos, la familia.
12. ¿Cuál es su percepción del Gobierno del Estado?
- Pues para mí creo que es buena porque si nos vamos a hace tres o cuatro años atrás el Estado estaba convulsionado, calles, carreteras bloqueadas, instituciones tomadas o sea por donde le dieras estaba un bloqueo espantoso. Ahorita si las sigue habiendo pero en menor grado, entonces anteriormente era un caos cuando estaba el gobierno de Rogelio Ortega pues era una cosa desastrosa.
13. ¿Entonces considera que el gobierno es mejor actualmente?
- Sí por completo, porque hace años se vivía la misma inseguridad, la cual no ha disminuido nada más que con la desventaja de carreteras bloqueadas, toda la ciudad estaba pues ahora sí que atrapada por lo menos aquí en Chilpancingo, entonces ahorita ya no sufrimos de eso. Si de vez en cuando bloquean pero son intermitentes o sea, ahorita haces un bloqueo y en una hora ya se desapareció. Esa es la percepción que yo tengo.
14. ¿Cuál es la importancia de la relación que existe entre los comerciantes y Gobierno del Estado?
- Bueno es muy importante porque nosotros aquí en Chilpancingo este centro de abastos es el número uno en cuestión de empleos a nivel municipal, o

sea esta es la fuente más grande de empleos que existe en Chilpancingo, de ahí sigue la burocracia, entonces el Gobierno del Estado tiene los ojos bien puestos aquí en el mercado Baltazar R. Leyva Mancilla.

Sector Sindical Entrevista 1

Profr. David Martínez Mastache (Secretario General del Sindicato Único de Servidores Públicos del Estado de Guerrero SUSPEG).

1. ¿Usted se mantiene informado de las noticias que se difunden del Gobierno del Estado de Guerrero en Chilpancingo?

- Sí, así es.

2. ¿Cuáles son los medios de comunicación por los que se mantiene informado?

- Generalmente lo hago por los periódicos y por la televisión, los medios locales de la televisión y claro las redes sociales también lo que llegan ellos a publicar.

3. Podría mencionar ¿Cuáles son sus referentes de información?

- Yo leo el periódico vértice y el periódico el Sur.

4. ¿Considera que estos medios son confiables o creíbles? ¿Por qué?

- Pues mira, finalmente son los medios que tenemos a la mano, digo no tenemos mucho de donde elegir para conocer los temas del gobierno estatal y pues agarramos de lo que hay. Finalmente por ejemplo en el caso del Sur creemos que tiene mucha tendencia a pegarle al Gobierno del Estado es su estilo y el otro; el vértice pues son temas de índole local por eso también ocupamos este tipo de medios.

5. ¿Qué tan al pendiente está de las noticias del Gobierno del Estado?
- Todos los días trato de enterarme de lo que está pasando.
6. ¿Cada cuánto se informa de lo que acontece en Gobierno del Estado?
- Diariamente.
7. ¿Considera que la información proporcionada sobre el Gobierno del Estado es la adecuada y veraz? ¿Por qué?
- Si yo creo que sí tengo plena confianza en que así es, porque como he estado muy cerca, bueno nosotros estamos en un sindicato; Dirijo el Sindicato de los trabajadores del Gobierno del Estado entonces tengo mucha comunicación con los funcionarios, con el director de personal, con la secretaría de finanzas, con el secretario de gobierno. Entonces casi siempre estoy muy enterado de lo que acontece lo hago de manera personal porque hago muchas visitas al palacio de gobierno, tengo mucha comunicación con los funcionarios insisto vía telefónica o me reúno con ellos. Entonces cuando yo leo las noticias pues me doy cuenta que efectivamente tratan de que ellos estén dando la comunicación real, eso es lo que a mí me consta.
8. ¿Cuáles son los temas más relevantes para usted en relación con el Gobierno del Estado?
- Mira a mí me interesa mucho el tema sobre las finanzas de la economía del gobierno del estado porque depende muchísimo para lograr los beneficios de los trabajadores, por eso estamos muy atentos a lo que esté aconteciendo. La seguridad también creo que eso es lo que le interesa a todos los guerrerenses, nos interesa saber qué es lo que está pasando con la seguridad y sobre los avances que tiene el gobernador con temas como son vía de economía, vía de turismo y esos temas que son relevantes para nosotros. A nosotros nos interesa muchísimo conseguir logros vía del Gobierno del Estado y es lo que nosotros estamos muy atentos.

9. ¿Cómo es la relación que mantienen con Gobierno del Estado?
- Muy buena, no hay problemas. Afortunadamente hemos coincidido en muchas cosas. Los dos tenemos un espacio creo importante y podemos hacer cosas importantes para los trabajadores. Yo vengo de un proceso democrático donde fui electo como secretario general, soy representante legal de los trabajadores del Gobierno del Estado, de los maestros estatales y de algunos trabajadores de los ayuntamientos más importantes dentro de todo el Estado de Guerrero. Entonces insisto en coincidir con el Gobierno del Estado que hay que hacer las cosas bien y hay que ser muy responsables en el periodo que nos toca ser funcionarios.
10. ¿De qué temas le gustaría enterarse sobre el Gobierno del Estado?
- Bueno, son muchos temas. Yo insisto en que creo que estar pendiente de lo que hace el gobernador debe de ser de interés para toda la gente insisto y ver cómo va avanzando el tema de la inseguridad también creo que es un tema que se ha priorizado en los guerrerenses porque pues en todos los municipios creo hay problemas de este tipo, aunque insisto el tema de la inseguridad no se da con el Gobierno de Héctor Astudillo, ya viene de otros periodos pasados, creo que es importante ver los avances en este tema, ver en el tema del turismo insisto, que es de donde se recaudan muchos fondos económicos para los guerrerenses y creo que Guerrero es un Estado donde debemos explotar aún más esto.
11. ¿Con quienes comparte las opiniones que tiene sobre el Gobierno del Estado?
- Con los compañeros que están en el comité central conmigo, soy representante de los trabajadores insisto y encabezo un comité central ejecutivo que está representado por muchos liderazgos de todo el Estado de Guerrero, entonces trato de comentarlos con las personas más cercanas a mí y compartimos comentarios y buscamos las estrategias más importantes para trabajar de la mano con el Gobernador.

12. ¿Cuál es su percepción del Gobierno del Estado?

- Creo que está dando su mayor esfuerzo, yo insisto que no es culpable de todo lo malo que está pasando en el Estado de Guerrero. Creo que el gobernador está haciendo su mayor esfuerzo y nos ha pedido a todos los que colaboramos o que trabajamos de una u otra forma con él pues que demos lo mismo, que hagamos las cosas bien, que procuremos al trabajador de manera responsable y que sobre todo informemos a los trabajadores, a los ciudadanos de lo que estamos haciendo eso es importante.

13. ¿Cuál es la importancia de la relación que existe entre los sindicatos y Gobierno del Estado?

- Creo que es importante decir que los trabajadores son la parte medular del Gobierno del Estado, son los que trabajan día con día en las áreas de Gobierno, son los que día con día están desempeñándose, por ejemplo en el caso de los maestros en las escuelas estatales y creo que debemos de establecer una relación de armonía y de respeto eso si lo quiero dejar en claro y que podamos garantizarle a nuestros trabajadores que van a tener los mejores beneficios, que van a tener con esta representación que tenemos mejores logros y condiciones laborales para ellos.

Sector Sindical Entrevista 2

Profra. María Adelita Radilla López (Secretaria General de la sección XVIII del Sindicato Único de Servidores Públicos del Estado de Guerrero SUSPEG).

1. ¿Usted se mantiene informada de las noticias que se difunden del Gobierno del Estado de Guerrero en Chilpancingo?
 - Sí, en algunas ocasiones.

2. ¿Cuáles son los medios de comunicación por los que se mantiene informada?
 - Por las redes sociales, por los periódicos, en la televisión y la radio. Bueno a mí me gusta escuchar mucho la radio, también en la televisión acostumbro ver el noticiero. Se conjugan todos.
3. Podría mencionar ¿Cuáles son sus referentes de información?
 - A mí me gusta leer mucho la Jornada y escucho radio universidad.
4. ¿Considera que estos medios son confiables o creíbles? ¿Por qué?
 - En parte, yo creo que ningún medio de comunicación es confiable al cien por ciento porque defienden determinados intereses en algún momento, dicen que la mayoría de los periodistas tienen un precio y lo hemos corroborado o sea hasta el medio de comunicación más serio entre comillas, pues de repente tergiversa una que otra nota a favor de quien le conviene.
5. ¿Qué tan al pendiente está de las noticias del Gobierno del Estado?
 - Pues lo normal, tampoco es algo a lo que me dedico a estar viendo que publican porque por mi trabajo el entorno en que me desenvuelvo es en el palacio precisamente y de repente me entero de cosas pues de manera directa, no a través de los medios de comunicación, sino a través de las mismas personas con las que tratamos todos los asuntos relacionados con la problemática de los agremiados de aquí de la sección.
6. ¿Cada cuánto se informa de lo que acontece en Gobierno del Estado?
 - Casi todos los días porque nosotros estamos allá.
7. ¿Considera que la información proporcionada sobre el Gobierno del Estado es la adecuada? ¿Por qué?
 - Yo pienso lo mismo que de los medios de comunicación, yo creo que no, yo creo que hay cosas que le conviene ventilar y cosas que obviamente no porque se les revierte como políticos pero bueno, creemos en ellos.

8. ¿Cuáles son los temas más relevantes para usted en relación con el Gobierno del Estado?

- Nosotros de lo que más nos enteramos es de cómo se maneja en el ámbito educativo que es prácticamente el ámbito en el que trabajamos por los compañeros, pero también de repente pues nos gusta escuchar, comentar acerca de los temas actuales, ahorita por ejemplo con el proceso electoral a nivel nacional que se avecina, escuchamos todos los comentarios y eso nos permite también a nosotros hacer un análisis de todo lo que está aconteciendo, de que parte en realidad está haciendo lo suyo o quién no.

9. ¿De qué temas le gustaría enterarse sobre el Gobierno del Estado?

- Me gustaría enterarme sobre todo de cómo aplican los recursos, la verdad los ricos cada día son más ricos, los pobres cada vez somos más pobres, se habla de muchos programas sociales que están impulsando pero no llegan realmente a las comunidades y pues yo te lo digo con conocimiento de causa. Hay ocasiones en que existen desastres y quienes se benefician son los políticos y todas las mejoras pues no llegan a esos lugares. Me gustaría enterarme también él ¿porque nos quitan tanto impuesto a los trabajadores?, o sea pagamos muchísimo ISR o sea a donde se va todo ese dinero o sea que es lo que pasa porque en los aumentos no se reflejan, ¿porque son tan raquíticos? Hablo por el magisterio, por ejemplo tenemos años que no se nos da un aumento considerable, cada año nos aumentan alrededor de doscientos pesos quincenales, la canasta básica se infla y no se refleja pues en la vida diaria. Me gustaría que hablaran de cómo están impulsando los programas de salud, o sea mucho se habla que la salud y tú tienes oportunidad de ir al ISSSTE o al Seguro Social y las condiciones son deprimentes o sea ¿A dónde se va todo eso que dicen que hacen? En realidad pues no se ve reflejado.

10. ¿Con quienes comparte las opiniones que tiene sobre el Gobierno del Estado?

- Con mis compañeros, aquí mucho nos gusta platicar, damos nuestros puntos de vista, se debate y es un ambiente bonito porque o sea conoces el punto de vista de diferentes personas y tienes la oportunidad de ver quizá desde otra perspectiva lo que está sucediendo.

11. ¿Cuál es su percepción del Gobierno del Estado?

- Yo creo que el Gobierno del Estado en este momento pues aprendió a negociar con las diferentes expresiones que se están dando, te estoy hablando de organizaciones sociales, sindicatos, cualquier persona que hace bulla. Van la toman y se ponen a negociar con tal de mantener la calma, pero ¿Qué pasa? también eso a la larga va creando problemas, va creando vicios o sea es lo que a mí no me gusta de lo que está pasando. Yo creo que el Gobierno debería de buscar otras estrategias para salir adelante, comprendo que es muy difícil mantener una estabilidad sobre todo en un Estado como el de nosotros, que ya la situación de la delincuencia, de la inseguridad, ya rebasó los límites que como ciudadanía pudiésemos tolerar pero también existe mucho miedo, yo creo que así como tiene miedo la ciudadanía también se percibe el miedo del Gobierno a actuar como se debe.

12. ¿Cuál es la importancia de la relación que existe entre los sindicatos y Gobierno del Estado?

- Actualmente, te voy a hablar por la sección, nosotros estamos viviendo un ambiente de mucha hostilidad con nuestro mismo sindicato con la dirigencia estatal. El SUSPEG se compone de alrededor de 72 secciones sindicales distribuidas en el Estado de Guerrero, pues nosotros estamos aquí somos la sección XVIII que aglutina alrededor de mil seiscientos trabajadores. Ahorita se está dando una situación terrible porque nosotros somos una sección que se inconforma, que se pone en contra de la reforma educativa,

cuando el sindicato lejos de defendernos es servil al Gobierno o sea te dice te tienes que evaluar, tienes que hacer esto. Cuando al contrario te debe de defender para que no te evalúes y puedas perder tu empleo base que es a lo que le tira el Gobierno Federal ¿Qué pasa ahorita? El sindicato a raíz de todos esos problemas ellos piensan que nos están acorralando pero nosotros a través de las marchas, de las manifestaciones, de cerrar la misma pista, nos hemos ido abriendo espacios y nos ganamos el respeto del Gobierno y ahorita te puedo decir que la relación que tenemos con el Gobierno, en cuestión de tratar todos los asuntos de los compañeros, o sea no tenemos ningún problema ¿Y qué pasa? Es el mismo sindicato el que nos está obstruyendo a nosotros, el sindicato nos quiere aplastar y el Gobierno nos ayuda a surgir o sea son cosas muy contradictorias.