

El análisis del contenido del discurso de la información y los estudios de opinión pública, fortalezas de la democracia



El Análisis de Contenido de la información y los estudios de opinión, fortalezas de la democracia

Patricia Andrade del Cid

En el prólogo de "Relatos del periodismo veracruzano. El presente en la noticia" (Andrade, 2007) Francisco Montfort Guillén sostiene que los periodistas "no son simples registradores de los hechos cotidianos, ni creadores omnipotentes de la creación de la realidad (...), sino que viven inmersos en una actividad intelectual y emocional cuya complejidad es la fuente de muchos trabajos teóricos, metodológicos y empíricos".

La información periodística es producto de muchos trabajos teóricos y metodológicos porque *construye sentido*, o *referentes* de la información, que pueden ser *inferidos* a través del *análisis del contenido* de los mensajes comunicacionales; que dan cuenta tanto de aspectos *cognitivos* de la información, como de las *estructuras sociales* en las que están inmersos los periodistas y los medios en los que trabajan.

En la presentación del libro "El Análisis de Contenido" de Laurence Bardin, Antonio Muñoz Carrión, dice que "el relato comunicativo no es un producto abstracto sino que es producido, recibido y comprendido por actores que tendrán ante sí la tarea de compatibilizar la estructura del mismo con otras *estructuras de sentido* existentes en la sociedad" (1996, p.5).

Porque tratan de aspectos cognitivos y estructurales, los mensajes comunicativos analizados con técnicas de *análisis de contenido del discurso* -lo mismo información de encuestas, noticias, o *tweets*- son expresión de comportamientos sociales y productos de la cultura y también de la *cultura política* que rodea a esos soportes comunicativos.

Giménez (1987) ayuda a entender porqué los comportamientos sociales subyacen a la cultura política y ésta, *construye sentido* a partir del poder:

"...si entendemos por cultura el conjunto de hechos simbólicos presentes en una determinada sociedad, la cultura política implicaría una especificación instancial o regional, de la simbólica social, es decir, su reducción a la escala de la instancia política; y si admitimos que la instancia política se relaciona con la gestión del poder (...) entonces la cultura política tiene que ver con la simbólica que envuelve y da sentido a la *gestión del poder*" (p.19).

El origen de la simbiosis de los medios informativos y el poder radica en su autoridad simbólica: la información le ofrece al Estado *legitimidad y consenso*, al construir un espacio público consensuado, ejerciendo con rapidez y efectividad su papel de *resignificar* la vida pública.

Si la información periodística es una expresión de la cultura política, entonces se encuentra íntimamente ligada al fenómeno de la *opinión pública* ¹ ya que "los medios construyen la agenda pública que determina el posible impulso de la opinión de un grupo mayoritario de la sociedad acerca de los asuntos públicos" (Andrade, 2007).

El enlace estructural de la opinión pública y el periodismo:

En los párrafos anteriores se resume que la actividad que desarrollan los periodistas y los medios es fundamental para el Estado en el ejercicio de su hegemonía; no obstante los estudios que analizan el contenido de los mensajes tuvieron casi 20 años de ausencia en nuestro país.² Al respecto Lozano (2004) dice que "de la descalificación total en la década de los setenta, la técnica del análisis de contenido ha pasado, en los noventa, a convertirse en una herramienta muy útil para la investigación crítica de la comunicación de masas en América Latina".

Sin duda ese prejuicio se sostuvo por los numerosos estudios realizados en nuestro país, que profundizaron en la relación de los medios con las estructuras de poder, y que determinaban -ciertamente- que los medios son expresión de la cultura política (y del poder) que los circunda. Y como ésta parece no cambiar en períodos cortos de

tiempo, seguiría por tanto "sujeta" al comportamiento del sistema político incapaz de resolver los principales problemas nacionales; por lo que la información que ofrecen los medios se ubicaría en la categoría de no "confiable".

Este argumento dejaba de lado los estudios que analizan el fenómeno de la interacción comunicativa y su consecuente discurso social que se construye a partir de representaciones sociales, -que son *mediaciones*-, cuyo origen se remite a las estructuras sociales, económicas y políticas, de cada grupo social, región o país.

Es probable que por estos motivos, muchos académicos del área económica o sociológica, y también política, no consideren a los medios como soportes para el análisis del comportamiento social, y se rediman a las encuestas para conocer "el sentir de la población".

Molina y Pareja (2009) en su recuento de los primeros 30 años de la investigación en Comunicación Política en México, dicen que esta disciplina inicia con los primeros estudios de la *opinión pública* -encuestas-, y una tímida relación con la información, cuando se publica de "El Periodismo en México" (Guajardo, 1967); en las siguientes décadas es bastante dispersa, para reaparecer con vigor a finales de los 90, a partir de la competencia electoral y la diversidad de medios.

Estudios que analizan el contenido de la Comunicación Política:

La investigación sistemática de la opinión pública en México tiene sus orígenes en los años sesenta, y hasta los ochenta en el campo comercial³. En esos años, en Estados Unidos el estudio de la comunicación política se desarrollaba en paralelo al periodismo, particularmente en la llamada "era progresista" de la política norteamericana, donde se vincula de manera directa el *pulso de la sociedad* (a través de los medios) y el sistema político norteamericano.

Pero es a partir de la década de los ochenta cuando se constituyen en México los estudios formales y sistemáticos de opinión pública. En 1989 un partido de oposición ga-

na la gubernatura del estado de Baja California, y las contiendas político electorales se vuelven reales. En 1990 surge el Centro de Estudios de Opinión, el CEO, de la Universidad de Guadalajara. En ese mismo año la División de Estudios Sociales de Banamex realizó su primer estudio -y hasta 2003 otros 13-, pero no fueron para determinar la intención de voto, sino para medir el "pulso político" sobre aspectos sociales como el levantamiento zapatista o el asesinato de Colosio.

Un equipo de investigadores de la UNAM⁴, realizó en 1994 *La Encuesta Los mexicanos de los noventa. una encuesta nacional de actitudes y valores*. La relevancia de esta encuesta radica en que además de operacionalizar metodologías cuantitativas para el análisis de la subjetividad -actitudes, percepciones y valores-, es la primera -de importancia nacional- que se realiza en un espacio académico, y que le atribuye importancia fundamental a la cultura y a la cultura política en México.

En 1998, se relaciona la cultura con la democracia en la encuesta del IFE y la UNAM *"Ciudadanos y cultura de la democracia. Reglas, instituciones y valores de la democracia"*. A partir del 2001 -y cada dos años- que el INEGI realiza la *Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas ciudadanas*, que pretende diagnosticar sistemáticamente las peculiaridades de la cultura política y de las prácticas ciudadanas prevalecientes en el país, a fin de aportar elementos que contribuyan a alentar el debate en torno a estos temas de interés colectivo. Estas encuestas se basan en los modelos de Almond y Verba (1963) que se centra en el análisis cuantitativo de la evaluación cognitiva y afectiva de la "cultura cívica".

Y sigue lo que ya conocemos: las llamadas *Casas Encuestadoras*⁵ inician su intensa labor en el mercado electoral, midiendo la intención de voto, con tanta animosidad que generaron una gran incertidumbre en las elecciones de 1994. Por eso en ese año se añade al COFIPE una legislación en materia de encuestas de opinión pública: tiempos establecidos para su publicación y "criterios científicos".

Hasta ese momento los medios parecían no tener mayor papel importancia en el análisis de la opinión pública. De hecho los primeros estudios que se realizan en ese tema relacionan las encuestas que se publican en los medios,⁶ es decir, llama la atención la influencia que la publicación de los resultados de las encuestas en los medios

o los debates presidenciales, podían tener en el electorado. Dicen Molina y Pareja (2009) que es hasta ese momento cuando "los medios de comunicación en México observan con total claridad la posibilidad de convertir en noticia el sentir de la sociedad respecto a los asuntos públicos (...), de ahí en adelante los partidos políticos y organizaciones empresariales, adoptarían las encuestas como instrumento de predicción y de conocimiento del pulso político, particularmente en época de elecciones".

Esta aseveración es importante, porque, si bien los partidos políticos y las organizaciones empresariales se acercan a las encuestas para conocer el "sentir de la gente", y también los propios medios empiezan a venderse en el mercado electoral mediante la publicación de los resultados de las mismas, es a partir de estas alianzas, que los académicos visualizaron los contenidos comunicacionales de la información como expresión de la cultura política y su relación con los grupos hegemónicos. Pero el análisis de la construcción de la noticia parece estar "en otra parte".

La ausencia de la utilización de las técnicas de análisis de contenido en México, durante dos décadas ⁷, descuidó la reflexión de que los medios forman parte de la socialización y de la construcción simbólica, ayudando a entender precisamente porqué los lectores consumen ciertos medios y ciertos temas, construyendo y/o reproduciendo su mundo, a partir de la información sobre la política, la situación de género, la educación, o el medio ambiente, desde una perspectiva de *interafectación* simbólica.

Francisco Aceves, en su tesis de doctorado "*Los medios de comunicación y el electorado tapatío en las elecciones presidenciales de 1994...*" (2001), utiliza el análisis de contenido para observar la acción informativa de los medios de comunicación, particularmente la prensa y la televisión, y la conformación de la "opinión electoral", entre los habitantes de Guadalajara, Jalisco. Más tarde publica "Monitoreo de Medios y democratización. La participación ciudadana en la vigilancia de la función informativa de los medios de comunicación" (Aceves, 2004) otorgándole relevancia fundamental al monitoreo de las noticias en los medios, su relación con la opinión pública y la democracia. Sobre los monitoreos de medios afirma:

"existen diversos tipos de monitoreos de medios de comunicación, cada uno de los cuales persigue objetivos específicos: las agencias publicitarias los eligen para verificar el cumpli-

mento de las pautas que han contratado, para los actores políticos representa un insumo muy importante en la definición de sus estrategias y los académicos lo emplean como recurso metodológico para la obtención de los datos que sustentan sus investigaciones (2010:99).

Las actividades de monitoreo las asocia a la democracia al afirmar que éstos "se encuentran indisolublemente ligados con el tema de la calidad de la democracia (porque) la información constituye un elemento sustantivo para el desarrollo de una sociedad democrática" (Ibidem).

Aceves (2012) ubica los primeros estudios sobre el tratamiento informativo de medios en las contiendas electorales, a partir de 1983, cuando Secanella (1985) analizó la cobertura informativa de algunos diarios impresos en la Ciudad de México en elecciones de 1970, 1976 y 1982. También cita a De Garay y Moya en 1989 con sus "Aproximaciones a los estudios de la opinión pública y la prensa. Las campañas electorales de 1988"; y Trejo en 1990, "Campaña y elecciones en la prensa de la ciudad de México". Aceves se pregunta porqué el IFE que institucionaliza el monitoreo de medios para garantizar la democracia, no incluyó a la prensa escrita, y aunque confiere la hegemonía a los medios televisivos, establece que "a pesar de las diferencias evidentes entre ambos medios, tanto en el alcance territorial, como en el tamaño de audiencias, la prensa escrita siempre ha desempeñado un papel especial en los procesos políticos, por tanto en los procesos electorales (Aceves, 2012).

Analizando la información que ofrece el *Catálogo de Documentación en Ciencias de la Comunicación del ITESO* ⁸, desde el 1999 hasta la fecha se han realizado 71 investigaciones académicas que recurren al análisis de contenido en prensa impresa para construir el referente de la política (53) y la opinión pública (18)⁹

En el inicio de esta década, se utiliza el análisis de contenido para construir el referente de temas como salud y género ¹⁰. En esa lista, destaca el trabajo que realizó Echeverría (2010) en la construcción del referente de la pobreza en México, mediante el análisis de contenido de la prensa impresa en cinco estados de la República Mexicana: Yucatán, Puebla, Michoacán, San Luis Potosí y el Distrito Federal.

En el 2012 la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI) publica el libro "*Medios de Comunicación y elecciones en los estados*", en el que varias universidades - incluida la Univesridad Veracruzana - y organismos no gubernamentales de los estados de la República Mexicana, presentan los métodos con los que se monitorean los medios para vigilar las elecciones para gobernador en el año 2010. En ese texto se revela, además de los resultados específicos de cada estado, los siguientes asuntos:

- 1) Que en los estados de la República se está analizando a la prensa a través del análisis de contenido: Hidalgo, Zacatecas, Oaxaca, Veracruz y Puebla para verificar -vigilar- cobertura informativa y éxito electoral.
- 2) Los distintos marcos teóricos coinciden en la prensa como *espacio de lo público* y su importancia trasciende la campaña electoral.
- 3) El que los estudios de análisis de contenido se realizaron en el soporte prensa impresa -y no en otros medios-, puede ser resultado tanto del alcance económico para la realización del monitoreo, como del hecho de que la prensa impresa en esos estados, es una manifestación contundente de la hegemonía del medio.

En ese mismo 2012, el Consejo Nacional para los Estudios de las Ciencias de la Comunicación fundó la *Red de Observatorios Mediáticos* (ROM-CONEICC), con el objetivo de llevar a cabo el seguimiento del comportamiento de los medios en distintos soportes y géneros informativos. Siete universidades analizaron la prensa impresa con el mismo "libro de códigos" e igual muestra, a fin de construir referencias y contextos, para observar diferencias o similitudes que permitan a los grupos académicos avanzar en la vigilancia ciudadana de la información que emiten los medios locales y nacionales.

En la actualidad las técnicas de análisis de contenido son cada vez más eficaces en el análisis de tendencias, por los *software* que brindan mayor rapidez, validez y contexto, favoreciendo la triangulación de resultados mediante el uso combinado de técnicas cuantitativas y cualitativas.

Con el auge de los dispositivos móviles y el uso habitual de las redes sociales, la información salvaguarda a la ciudadanía para acceder al Estado, porque ésta tiene el *poder de resignificar* la vida pública, reafirmando así su importancia vital y estratégica.

Por esa importancia, se hace indispensable el análisis estructural de la información que ofrece la epistemología del lenguaje, la *agenda setting*, la sociología de la producción de mensajes, el *framming* -o teoría del encuadre-, con la ayuda de las técnicas estadísticas.

En este texto se comparten visiones y metodologías que hemos desarrollado en **el Centro de Estudios de Opinión y Análisis** ¹¹ de la Universidad Veracruzana, tanto en encuestas de opinión como del análisis de agenda de la prensa en Veracruz.

Los resultados de esta labor permitieron fundar en 2012 el *ObVio, Observatorio Veracruzano de Medios*, cuyo objetivo es generar un amplio debate y discusión sobre los medios de comunicación del estado de Veracruz y el papel que desempeñan en la construcción de la cultura política y democrática la sociedad veracruzana. Se pretende también construir una base de datos que permita observar y dar seguimiento al contenido de la comunicación mediada y su relación con las encuestas de opinión. Porque es *ObVio* que desde los medios de comunicación se construyen hoy los referentes y representaciones sociales, que configuran y dan sentido a las formas de poder y de participación ciudadana en un sistema democrático.

Sirva este texto para fortalecer la utilización de metodologías cuantitativas y cualitativas para los estudios sociales, con énfasis en las técnicas de análisis de contenido de textos, no sólo para el conocimiento del comportamiento político, sino como referente para la realización de cualquier estudio sobre la cultura y el comportamiento humano.

ANEXO:

TABLA) TRABAJOS DE ANÁLISIS DE CONTENIDO EN MÉXICO POR **TEMA/AÑO/AUTOR**¹²

TEMA: POLÍTICA (53 estudios)

FECHA	TITULO Y AUTOR
1976	Aproximación al estudio de la prensa diaria mexicana". <i>AGUILAR PLATA Blanca A.</i>
1977	"Alarma, una lectura crítica pluridimensional". <i>AUBAGE Laurent</i>
1977	"Comunicación masiva y opinión pública". <i>ACOSTA URQUIDI Mariclaire</i>
1980	El periódico como propagador, agitador y organizador colectivo. La prensa floresmagonista 1900-1911. <i>RAMOS GARCÍA Víctor Manuel</i>
1980	Prensa y Derecho a la Información. Documentos. <i>DORANTES A. Gerardo et. al.</i>
1982	"América Latina en su tinta". <i>MILLÁN Fátima</i>
1984	"Información de la crisis. ¿crisis de la información?". <i>FREGOSO PERALTA Gilberto</i>
1985	"La crisis y la prensa". <i>CLAVÉ ALMEIDA Eduardo</i>
1986	"México en la prensa extranjera". <i>LUNA Lucía</i>
1986	"El redescubrimiento de México". <i>MORALES Cesáreo</i>
1986	"El vaivén de la palabra". <i>ÁVALOS Bernardo</i>
1989	"Imágenes de México en la prensa norteamericana: análisis comparativo de la cobertura de México en Time y Newsweek de 1960 a 1986". <i>LOZANO RENDÓN José Carlos</i>
1990	"Las elecciones federales de 1988 en la prensa de Guadalajara". <i>FREGOSO PERALTA Gilberto</i>
1990	"Campaña y elecciones en la prensa de la ciudad de México". <i>TREJO DELARBRE Raúl</i>
1990	"Entre la seriedad y el sensacionalismo. Un semestre salinista en los medios norteamericanos". <i>LOZANO RENDÓN José Carlos</i>
1991	"Análisis sobre información política en la prensa de Guadalajara: la sucesión presidencial". <i>FREGOSO PERALTA Gilberto</i>
1991	Así se calló el sistema. Comunicación y elecciones en 1988. <i>ARREDONDO RAMÍREZ Pablo</i> <i>FREGOSO PERALTA Gilberto</i> <i>TREJO DELARBRE Raúl</i>
1991	"Información, discurso político y libertad de expresión en torno al Pérsico". <i>GUTIÉRREZ ESPÍNDOLA José Luis</i>
1992	"Medios de comunicación e industria cultural. La conformación de una cultura política a través de la prensa escrita, en relación al Tratado Trilateral". <i>CASAS PÉREZ María de la Luz</i>
1993	Imágenes proyectadas por el periódico regiomontano El Norte sobre Estados Unidos en 1992. <i>FLORES PALACIOS María Leticia</i>
1993	Prensa regional y elecciones. <i>FREGOSO PERALTA Gilberto</i>
1993	"México en la prensa británica: la presencia del silencio". <i>LÓPEZ VENERONI Felipe N.</i>

PERIODISMO / OPINIÓN PUBLICA (18 Estudios)

FECHA	TITULO
1 9 6 7 , 1 9 7 0 , 1982	Elementos de periodismo. <i>GUAJARDO ELIZONDO Horacio</i>
1980	Excélsior y otros temas de comunicación. <i>GRANADOS CHAPA Miguel Ángel</i>
1981	Análisis de la prensa en Guadalajara. La ideología en los editoriales de cuatro periódicos". <i>DELGADO Manuel</i> <i>JUÁREZ MENDÍAS Rosa Esther</i> <i>SUÁREZ Juan Diego</i> <i>SILVA Salvador</i> <i>VILLA Luis Ignacio</i>
1994	"Análisis de contenido y etnografía en el estudio de la producción de noticias". <i>CERVANTES BARBA Cecilia</i>
1994	"Hacia la reconsideración del análisis de contenido en la investigación de los mensajes comunicacionales". <i>LOZANO RENDÓN José Carlos</i>
1995	"Cobertura informativa en la prensa regional mexicana". <i>ARELLANO Laura et. al.</i>
1999	El enfoque del establecimiento de agenda y el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación en dos semanas de prensa latinoamericana. <i>TOBA MERY Elvira</i>
2000	"Un acercamiento a la segunda época de El Diario de México (1812-1817)". <i>DELGADO CARRANCO Susana María</i>
2000	"Análisis de la cobertura de la información internacional en la prensa veracruzana desde la discusión del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC)" <i>HUERTA WONG Juan Enrique</i>
2001	"La prensa en el puerto de Veracruz . 1794-1855". <i>DEL PALACIO MONTIEL Celia</i>
2001	Las encuestas de opinión pública en México: un análisis de información. <i>SORIA LÓPEZ Eugenia</i>
2002	Estudio comparativo entre 1991 y el 2001 de la prensa en Puebla. <i>MOLINA CARMONA Edith</i>
2004	"La opinión pública y la construcción de la realidad" <i>MENÉNDEZ Ana María</i> <i>OCAMPO Gerardo</i>
2004	Representación del mundo en la prensa mexicana: un estudio longitudinal. <i>CABALLERO GONZÁLEZ Uriel</i>
2004	"Los nuevos medios de información y comunicación como formadores de opinión pública" <i>GÓMEZ MONT Carmen</i>
2007	Periodismo científico-tecnológico y cultural. Análisis de contenido de la prensa local en Guadalajara. <i>ZEPEDA MARTÍNEZ Cecilia del Rosario</i>
2008	"Estructuración de la teoría de la comunicación en el campo regional: una aproximación cuantitativa" <i>FIGUEROA BERMÚDEZ Romeo A.</i>
2010	Estudios sobre periodismo. Marcos de interpretación para el contexto mexicano. <i>HERNÁNDEZ RAMÍREZ María Elena (Coord.)</i>

SALUD (4 Estudios)

FECHA	TITULO
2000	"Las enfermedades crónicas en la prensa mexicana. Estudio a partir de un boletín de información periodística." <i>MERCADO MARTÍNEZ Francisco J.</i>
2006	"La llegada del VIH/SIDA al puerto de Veracruz: la visión de los medios informativos locales". <i>LARA MATEOS Rosa María</i>
2010	La presencia del Sida en los diarios tapatíos: análisis de contenido en El Informador, Público-Milenio y Mural a propósito de la XVII Conferencia Internacional sobre el Sida <i>AGÜERO AGUIRRE Christian</i>
2011	“Las metáforas de la influenza humana A (H1N1) en México: el escenario nacional al descubierto. Una aproximación a través de la prensa mexicana” <i>GONZÁLEZ GONZÁLEZ Gabriela del Carmen</i> <i>CABALLERO HOYOS José Ramiro</i> <i>CHÁVEZ MÉNDEZ María Guadalupe</i>

GENERO (2 Estudios)

FECHA	TITULO
2006	"Visión de la prensa respecto a la situación de adicción entre las mujeres mexicanas, 1997-1999" <i>PEIMBERT REYES Adriana</i>
2007	"¿Qué investigan los estudios de género en la prensa? Revisión de temáticas, 1989-2004". <i>PEIMBERT REYES Adriana</i>

EDUCACION (1 Estudio)

FECHA	TITULO
1980	Análisis de contenido de los editoriales en diez diarios del DF, en torno a la suspensión ilegal de labores de la UNAM, promovida por el STUNAM durante el lapso de junio-julio de 1977. <i>MOLINA PIÑEIRO Luis</i> <i>BERNETCHE Marcela</i> <i>SÁNCHEZ V. Arturo</i>

DEPORTE (1 Estudio)

FECHA	TITULO
1986	"El deporte en la prensa de Guadalajara. Una exploración sospechosa". <i>RAMÍREZ AGUILAR Juan Carlos</i>

MEDIO AMBIENTE (1 Estudio)

FECHA	TITULO
2007	"El papel de la prensa en la construcción de las representaciones sobre la problemática ambiental en los habitantes de Saltillo, Coahuila." <i>CARABAZA Julieta</i>

POBREZA (1 Estudio)

FECHA	TITULO
2010	“Representaciones periodísticas de la pobreza en la prensa mexicana. Análisis de contenido” <i>ECHEVERRÍA VICTORIA Martín</i>

MIGRACION (1 Estudio)

FECHA	TITULO
2011	“Encuadres noticiosos sobre migración en la prensa digital mexicana. Un análisis de contenido exploratorio desde la teoría del framing” <i>MUÑIZ Carlos</i>

RELIGION (1 Estudio)

FECHA	TITULO
1999	"Religiosidad y prensa escrita en Oaxaca. Apuntes para iniciar un estudio detallado". <i>GARCÍA VÁSQUEZ Eduardo</i>

COMUNIDADES INDIGENAS (1 Estudio)

FECHA	TITULO
2000	Presencia, representación y temas indígenas en la prensa mexicana: análisis de contenido de La Jornada, El Norte, Proceso y Época desde la Teoría de Agenda Setting y la Sociología de la Producción de Mensajes durante el año 2000. <i>DURÁN SANTOYO Olivia</i>

ENTRETENIMIENTO (1 Estudio)

FECHA	TITULO
1991	"Lo que dijo la prensa: imagen periodística del II Festival". <i>PICCINI Mabel</i>

ESTUDIO SOBRE EL ANALISIS DE CONTENIDO (1 Estudio)

FECHA	TITULO
1990	"Análisis de contenido: problemática y perspectivas". <i>ACLE TOMASINI Marcela</i>

Referencias:

Aceves, F. (2001) *Los medios de comunicación y electorado tapatío en las elecciones presidenciales de 1994. La construcción de la imagen pública de los candidatos presidenciales y su impacto en la percepción de los usuarios*. Tesis de doctorado. México: Universidad de Guadalajara.

Aceves, F. (2004) *Monitoreo de medios y democratización. La participación ciudadana en la vigilancia de la función informativa de los medios de comunicación de masas*, Comunicación y Sociedad. No. 1, Nueva época. México: DECS/Universidad de Guadalajara

Aceves, F. (2010) "Monitoreo de medios en México. Emergencia, institucionalización, perspectivas", en Trejo R y Vega A., (coords), *Medios de Comunicación y elecciones en los estados*. México: IFE

Almond y Verba (1963). *The Civic Culture*. Princeton University Press, Princeton, 1963.

Andrade, P. (2007). *Relatos del Periodismo Veracruzano. El presente en la noticia*. Colección Relieve. México: IEV

De Garay y Moya (1989). *Aproximaciones a los estudios de la opinión pública y la prensa. Las campañas electorales de 1988*, Sociológica, Año 4. No. 11 sept-dic. México: UAM-Azcapotzalco.

Echeverría (2010) *Representaciones periodísticas de la pobreza en la prensa mexicana. Análisis de contenido*. Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación No. XVII México.

Giménez, G. (1987) *Cultura Política y discurso en México*. Revista Diálogos No. 18. Perú.

Bardin L. (1996). *Análisis de contenido*. España: Akal

Lozano, J.(1994) *"Hacia la reconsideración del análisis de contenido en la investigación de los mensajes comunicacionales"*, Investigar la Comunicación. Propuestas Iberoamericanas, Cervantes y Barba y Sánchez Ruiz (coords). México: Universidad de Guadalajara.

Molina y Pareja (2009) "Situación de la Comunicación Política en México (2007)", en Vega, A. (coord). *La Comunicación en México. Una Agenda de Investigación*. Asociación Mexicana de Investigadores. México: Colección Alternativas.

Scanella (1985) *El periodismo político en México*. España: Ed. Mitre.

Serrano M. 1986. *La mediación social*. Madrid: Akal

Trejo (1990), *"Campaña y elecciones en la prensa de la ciudad de México"*, Comunicación y Sociedad No. 8 enero-abril. México: CEIC Universidad de Guadalajara.

Trejo R y Vega A.(coords). (2010). *Medios de Comunicación y elecciones en los estados*. México: IFE.

¹ El término opinión pública aparece en las teorías de la tradición clásica jurídico-política que se remonta a la ilustración antes y después de la revolución Francesa. La sociología lo adopta a partir de la aplicación sistemática de la encuesta.

² Ver tabla en el ANEXO

³ BIMSA, ACNielsen, IMOP, Covarrubias y Asociados, IBOPE.

³ Ulises Beltrán -asesor de Salinas de 1988 a 1994-, Fernando Castaños y Julia Flores del Instituto de Estudios Sociales de la UNAM.

⁴ Mitofsky, Covarrubias, Parametría, y más.

⁶ Trejo Delarbre, 1997, De las Heras 2000 (Op Cit., Molina y Pareja).

⁷ Ver Tabla en el ANEXO

⁸ <http://ccdoc.iteso.mx/>

⁹ Ver tabla del Anexo

¹⁰ Ver Tabla del Anexo

¹¹ El antecedente es la Red Universitaria de Estudios de Opinión UV que nace en el 2006 como Programa de Investigación.

¹² Fuente: Documentación en Ciencias de la Comunicación CC-DOC. ITESO, en: <http://ccdoc.iteso.mx/>