

ENCUESTA
DE
PERCEPCIÓN
CIUDADANA
2014

*¿Cómo
nos vemos
los tapatíos?*

INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Jalisco
Cómo Vamos



OBSERVATORIO CIUDADANO DE CALIDAD DE VIDA



Como Almond y Verba argumentan (1963), los aspectos cognitivos y afectivos de los resultados de gobierno son componentes importantes de la ciudadanía democrática.

Cuando el afecto falta y el factor cognitivo es vago, la motivación para participar en política tiende a ser débil. Luego entonces, si los ciudadanos no están al tanto y no evalúan favorablemente el impacto del gobierno local, es menos probable que se involucren en la auto-gobernanza local”.

CHONG MIN PARK

THE QUALITY OF LIFE IN KOREA . 2003



Encuesta de Percepción Ciudadana 2014
¿Cómo nos vemos los tapatíos?

Tomo 15. Información y Comunicación

Primera edición, 2015

Marzo de 2015

Hecho en México

Todos los derechos reservados. Aparte de los usos legales relacionados con la investigación, el estudio privado, la crítica o la reseña, esta publicación no puede ser reproducida, ni en todo ni en parte, en español o cualquier otro idioma, ni registrada en o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o cualquier otro inventado o por inventar sin el permiso expreso previo o por escrito de los editores de esta obra.

Iconografía

Escalas

En la aplicación de los cuestionarios a los tapatíos, se utilizan varias escalas las principales son:



En concreto Donde se abordan los temas de cada capítulo.



Municipios

El municipio en el Área Metropolitana de Guadalajara (AMG) del que se habla.



El Salto



Guadalajara



Tlajomulco



Tlaquepaque



Tonalá



Zapopan



Área Metropolitana de Guadalajara (AMG)

INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN **EN CONCRETO**



- 8 de cada 10 tapatíos ve la televisión al menos una vez a la semana.



- 38% de los tapatíos leen el periódico por lo menos una vez a la semana. Para 2 de 10 es su principal medio informativo.



- Las redes sociales son el tercer medio informativo en importancia para los habitantes del AMG.



- Para la mitad de los tapatíos la televisión continúa siendo el principal medio por el que se enteran de las noticias locales.



- Las personas con grandes dificultades económicas son quienes consumen en mayor medida los noticieros televisivos. Para 70% de ellas es su principal medio informativo.



- Una cuarta parte de los tapatíos ven telenovelas 5 o más veces a la semana.



- La mitad de los tapatíos confía poco o nada en los medios de comunicación y la desconfianza crece cuando se trata de temas de violencia: 55% considera que omiten informaciones sobre hechos graves y 25% que exageran la realidad.

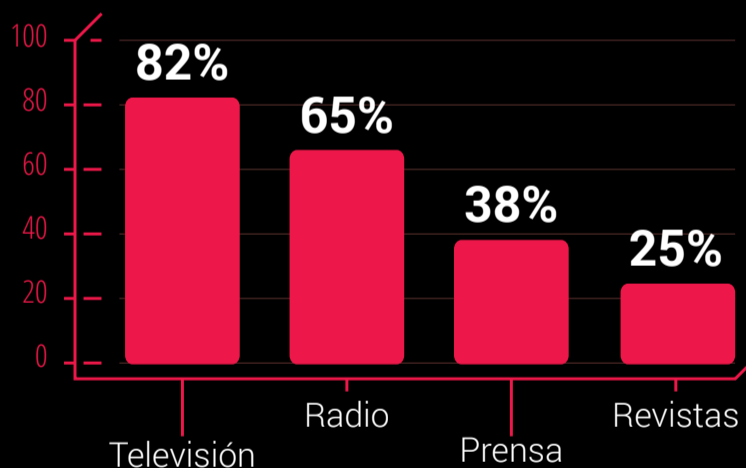


INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN **A DETALLE**

Como en el resto del país, en el AMG el medio consumido con mayor frecuencia a la semana es la televisión; aun así, 16% de los consultados dice no haber visto la televisión en el mes anterior a la encuesta y 33% señala no haber prendido la radio.



Consumo de medios por los tapatíos al menos una vez por semana



“La tele es la reina de los medios en México, en definitiva. Sin embargo, esto no significa que toda la gente busque a la tele principalmente para informarse y tampoco significa que la gente crea lo que dice la tele”.

En términos de tiempo, el consumo de televisión es bastante homogéneo entre grupos de distintas características. Los radioescuchas, por su parte, se encuentran en menor medida entre los de más de 50 años y los que pertenecen al nivel socioeconómico bajo.

FRIDA RODELO

PROFESORA-
INVESTIGADORA
DE LA UDEG

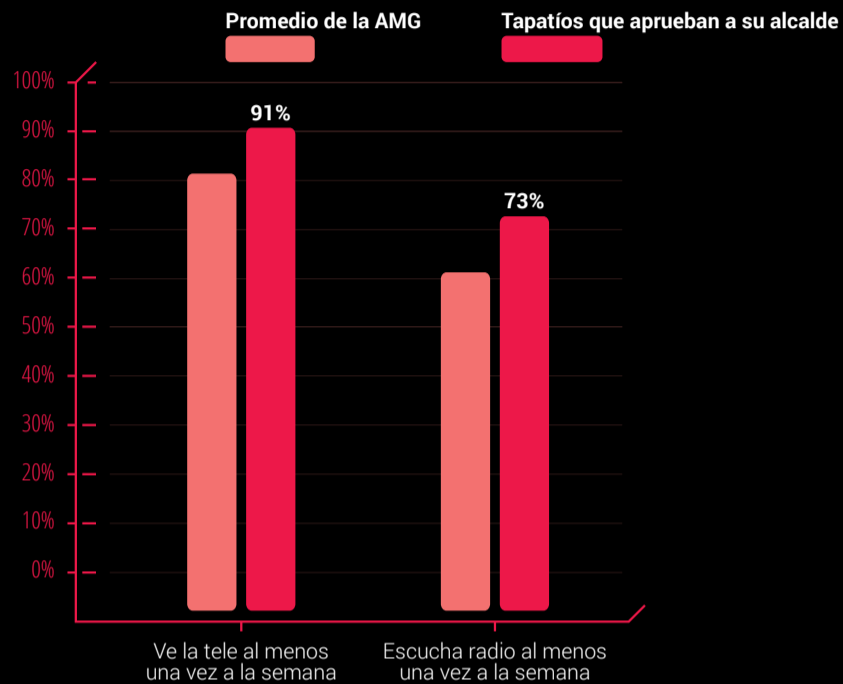
“Aunque la radio tiene un perfil más ‘tradicional’, pareciera que se está perdiendo tal tradición de escucharla o que ésta no está atrayendo a nuevas audiencias”.

“El aprobar o no al alcalde tiene que ver con varias cosas, entre ellas las actitudes hacia el alcalde o nivel de información política del individuo. Por otro lado, el consumo intenso de radio y televisión puede relacionarse con bajos ingresos (los individuos no tienen dinero para salir de su casa y entretenerse de otra manera), analfabetismo funcional (no les gusta leer o no aprendieron a disfrutar la lectura) o gusto por la radio y la televisión, entre otras variables”.

En términos de tiempo, el consumo de televisión es bastante homogéneo entre grupos de distintas características. Los radioescuchas, por su parte, se encuentran en menor medida entre los de más de 50 años y los que pertenecen al nivel socioeconómico bajo.

Los tapatíos que aprueban el trabajo de su alcalde son también los más asiduos a la radio y la televisión.

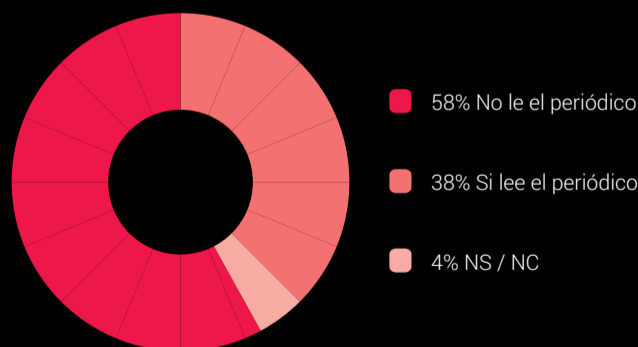
Consumo de medios y aprobación de alcaldes



Los habitantes de Tlajomulco y Tonalá son quienes más consumen radio y televisión. Este último municipio contrasta de manera particular con el resto: 97% dice haber sintonizado la televisión y 79% la radio al menos una vez durante la última semana.

Seis de cada diez no suelen leer el periódico. Los hombres y los que tienen un nivel socioeconómico alto son los que lo leen en mayor medida.

Lectores de periódico en la semana anterior a la encuesta



Lectores de periódico



“Los periódicos mantienen lo suyo: para 21% de los tapatíos es su principal fuente de información, y sólo son superados en ese sentido por la televisión.”

“Las redes sociales son menos proclives a la manipulación de sus contenidos. Mientras más crezca su consumo, más diversidad habrá en el consumo de información de los tapatíos. Eso debería repercutir en una mejor democracia.”

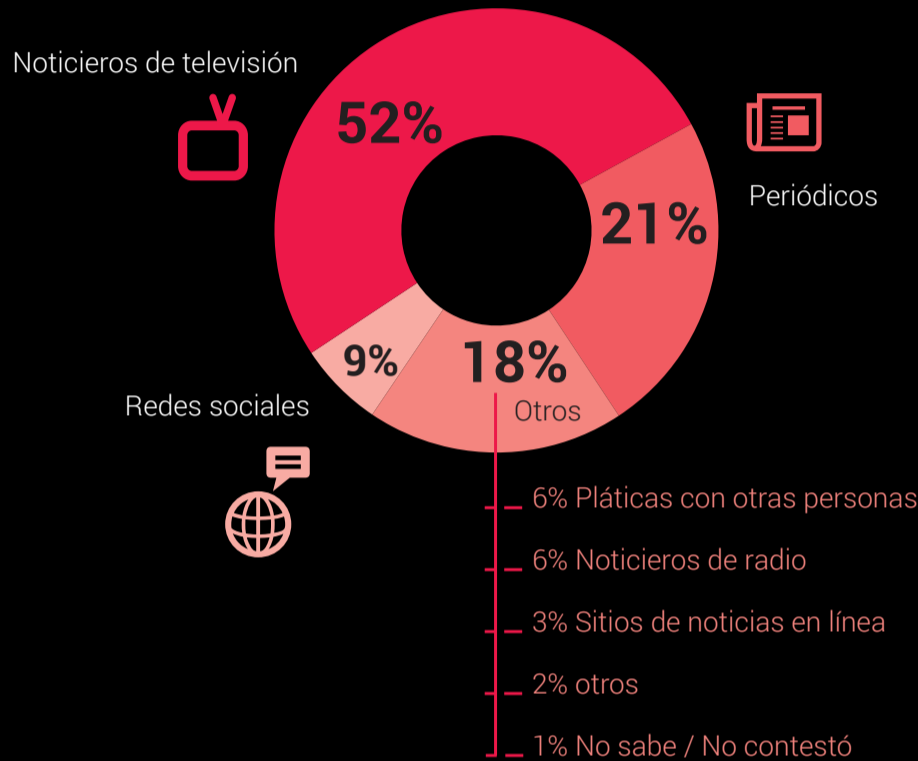
BERNARDO MASINI

PROFESOR DEL ITESO
Y INTEGRANTE DE
AMEDI JALISCO

Las revistas también son leídas sobre todo por las personas con mayores ingresos; y son las mujeres las que acostumbran hacerlo con más frecuencia.

A pesar de que sólo uno de cada diez habitantes de Guadalajara lee el periódico más de tres veces por semana, 21% admite que es el principal conducto por el cual se entera de los acontecimientos que ocurren en la ciudad.

Principal medio informativo en el AMG



Las redes sociales virtuales aparecen como la tercera fuente informativa en importancia, y sumadas con las pláticas con otras personas revelan que 15% de los entrevistados se informa de lo que le cuentan otros tapatíos.

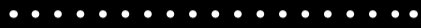
Si 65% de los encuestados dice escuchar la radio al menos una vez por semana, no lo hace para enterarse de la actualidad; apenas 6% la utilizan como el principal medio informativo.

Para la mitad de los ciudadanos la televisión continúa siendo la fuente más importante por la que se informan del acontecer local; no sólo eso, sino que 87% de la población mayor a 18 años sintonizó algún noticiero televisivo durante la semana previa a la encuesta y 23% le dio seguimiento durante los cinco días de su transmisión semanal.

A diferencia de los lectores de periódico, las personas con grandes dificultades económicas son los que consumen en mayor medida los noticieros televisivos. Los solteros, las personas con grado universitario y aquellas con capacidad de ahorrar son las que menos los sintonizan.

“Seguimos viendo la tele; aunque le creemos menos”.

BERNARDO MASINI



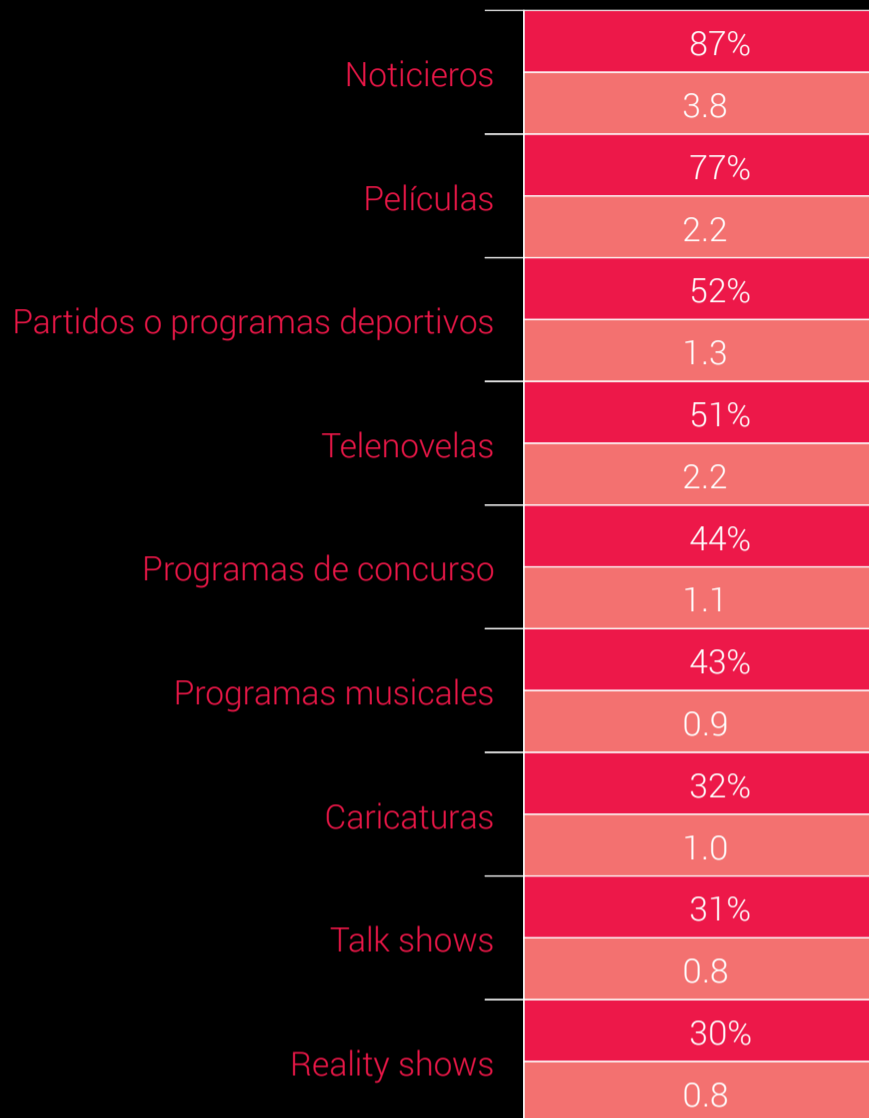
“La televisión es, junto con la radio, el medio que ofrece acceso más barato a información noticiosa.

Una pregunta es por qué la gente prefiere las noticias de televisión por encima de las noticias de radio. La televisión puede ser, en contraste con la radio, un medio más social (se puede ver la televisión durante

la comida y la cena familiar). No olvidemos lo siguiente: ¡Muchos hogares aún no tienen acceso a internet!”.

FRIDA RODELO

Audiencias de televisión en el AMG



■ Habitantes que consumen la programación al menos una vez por semana
 ■ Promedio de días que se consume

Después de los noticieros las películas son el contenido más visto en televisión; la mayoría no las ve más de tres veces por semana. Los jóvenes y los que se ubican en una mejor posición económica son los consumidores más frecuentes.

A pesar de que sólo la mitad de los tapatíos dijo ver telenovelas durante la semana anterior a la encuesta, parece tratarse de un grupo más fiel que el que ve con frecuencia programas deportivos o películas. Al menos la mitad de la audiencia de telenovelas (el equivalente a 26% de los tapatíos) las consume cinco veces o más a la semana, principalmente las mujeres (cuatro de cada diez) y las personas con grandes dificultades económicas (también cuatro de cada diez).

En el lado opuesto se encuentra el perfil de la audiencia de partidos o programas deportivos; 74% de los hombres tapatíos ven este contenido en televisión al menos una vez a la semana, y lo hacen en mayor medida los de nivel socioeconómico alto.

* Formato que podría ser traducido como "programa de entrevistas", el caso de Laura, Tercer Grado o Ventaneando.

** Formato que relata la vida de una persona o un grupo de personas como Big Brother, Cantando por un sueño o La isla.

*** La Constitución Mexicana (en su Artículo 6.B.III) establece que: "La radiodifusión es un servicio público de interés general, por lo que el Estado garantizará que sea prestado en condiciones de competencia y calidad y brinde los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información".

Tanto los programas de concurso, los musicales, las caricaturas, los *talk shows* y los *reality shows* se ven en menor medida. Perfiles de audiencia que se diferencian por el rango de edad, nivel socioeconómico y escolaridad.

¿Quién ve en televisión?

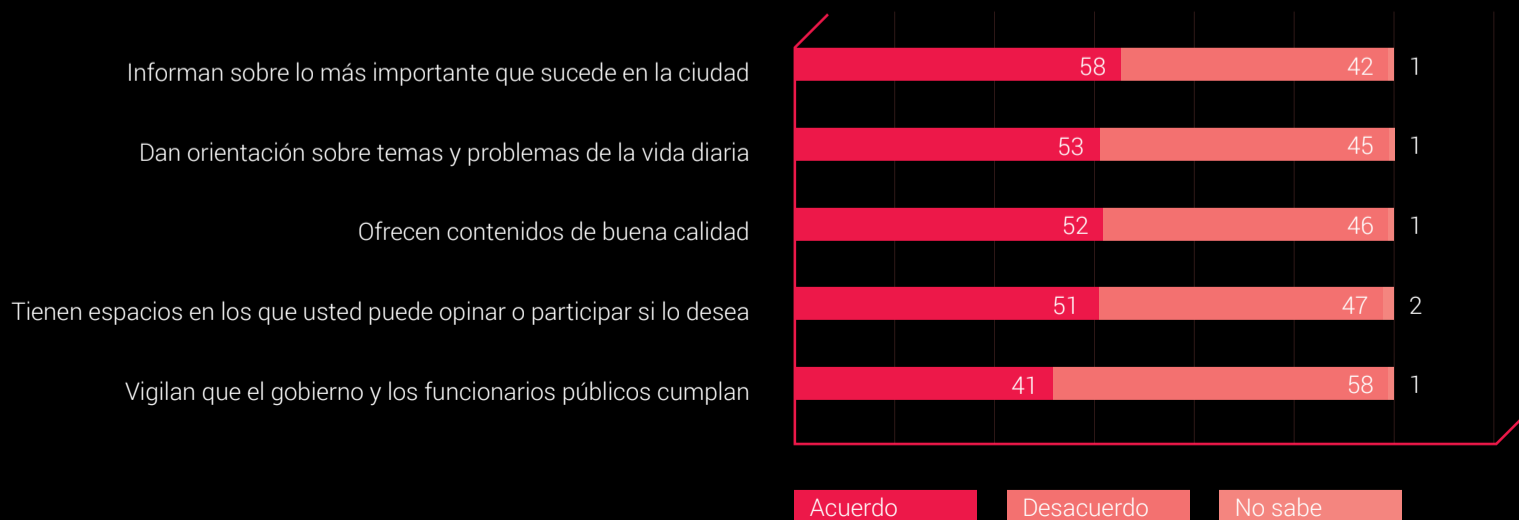
| | |
|----------------|--|
| Noticiarios | + Personas con grandes dificultades económicas |
| Deportes | + Hombres y personas de nivel socioeconómico alto |
| Telenovelas | + Mujeres y personas con grandes dificultades económicas |
| Concursos | + Personas de nivel socioeconómico alto y estudios hasta la preparatoria |
| Musicales | + Solteros y menores de 30 años |
| Caricaturas | + Menores de 30 años |
| Talk Shows | + Personas de nivel socioeconómico alto |
| Reallity Shows | + menores de 30 años |

“Nos encantan las películas: 77% de los tapatíos ve al menos una a la semana”.

BERNARDO MASINI

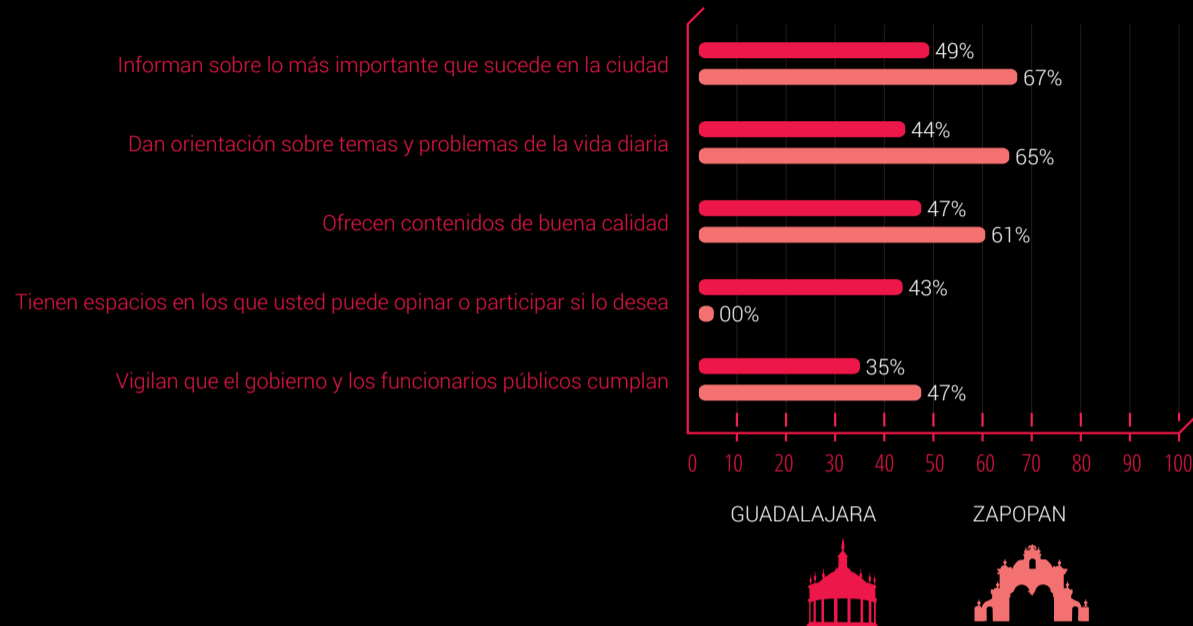
Sólo para la mitad de los tapatíos los medios de comunicación cumplen con sus funciones***.

Funciones de los medios de comunicación locales



Las respuestas varían según el nivel de ingreso: quienes tienen dificultades económicas están más insatisfechos. Las respuestas en los municipios de Guadalajara y Zapopan son contrastantes y muestran a los habitantes más satisfechos y más insatisfechos con los medios.

Funciones de los medios de comunicación locales

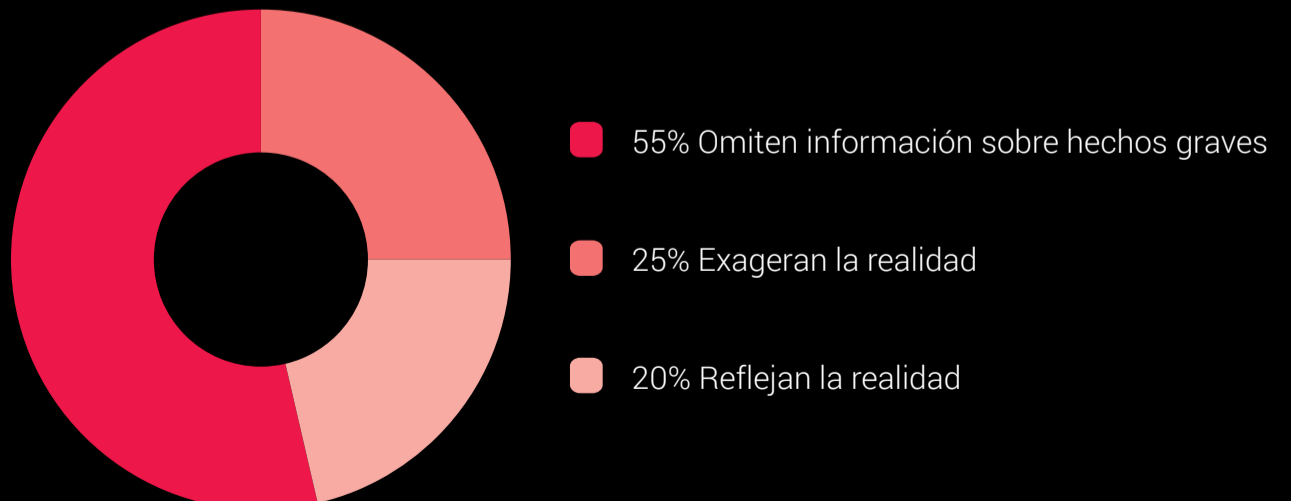


Frente al porcentaje más alto de zapopanos que percibe que los medios cumplen su función de informar sobre lo más relevante, todavía 33% de la población del municipio está en desacuerdo.

La mitad de los habitantes de la ciudad (48%) confía poco o nada en los medios de comunicación, y las variables se notan entre los grupos con diferentes ingresos: los de mayor percepción económica confían en mayor medida que los de bajos salarios. La desconfianza hacia los medios de comunicación es mayor cuando se trata de temas de violencia. Al menos la mitad de los habitantes del AMG creen que omiten informaciones sobre hechos graves y dos de cada diez, que exageran la realidad.



Medios y Violencia





Al preguntarle a la gente sobre su nivel de satisfacción con los medios de comunicación (en general) la mitad de las respuestas en una escala del 1 al 7 (donde 1 es más insatisfecho y 7 más satisfecho) se ubican en las posiciones 4 y 5, es decir, ni satisfecho ni insatisfecho (el promedio de satisfacción en el AMG queda justamente en 4.5).

¿Cuál sería entonces la función de los medios en la vida de los tapatíos si al menos la mitad no cree en lo que le dicen? Esta cuestión, ligada con los datos de consumo televisivo, arroja una hipótesis: si a mayores dificultades la gente recurre más a la televisión, puede ser que haya encontrado una vía para no ver la realidad o calibrarla de otra forma. 🌀

¿Cómo leer nuestro estudio 2014?

Este año dividimos los resultados de la Encuesta de Percepción Ciudadana *¿Cómo nos vemos los tapatíos?* en 17 fascículos independientes divididos por los temas que estudiamos. No necesitan leerse en ningún orden en particular ni necesitan de otros para ser comprendidos.

Puedes descargar todos los tomos desde www.jaliscocomovamos.org

Jalisco
Cómo Vamos 



www.jaliscocomovamos.org

Editores

Augusto Chacón Benavides
Vicki Foss
Francisco J. Núñez de la Peña
Erick Felipe Rodríguez Rodríguez
Ester Soto González
Ana Vicencio Huerta

Corrección de estilo

Alicia Aldrete Haas

Diseño editorial

Pilar Gómez Ruiz

Diseño gráfico

Juan Pablo Ramos Valadez

Diagramado

Gizeht Bernal

Fotografías

Pilar Gómez
(portada)
Yorch Gómez
(segunda de forros
y contraportada)

Colaboradores

José Bernardo Masini Aguilera
Frida Rodelo Amezcua

Nuestra encuesta fue levantada durante el mes de octubre de 2014 a 2 mil 400 habitantes del Área Metropolitana de Guadalajara por la casa encuestadora Data Opinión Pública y Mercados (OPM) www.dataopm.net.

Con el soporte también de

Arancia Industrial S.A. de C. V.
César de Anda
CompuSoluciones
Dalton Corporación
Enrique Michel Velasco
Farmacias Guadalajara SA de CV
Grupo Cube Inmobiliario SA de CV
Grupo DMI
Grupo ICLAR
Grupo Minsa SA de CV
Grupo Quest
Guillermo Romo de la Peña
Ing. Salvador Ibarra Álvarez del Castillo
Jesús Sainz Salman y Jesús Sáinz Orozco
Marisa Lazo
Promomédios

De igual manera agradecemos a las personas y entidades que dieron apoyo al proyecto y prefieren que su identidad se mantenga reservada.

Tomo 1.
Gobierno



Tomo 2.
Economía



Tomo 3.
Movilidad



Tomo 4.
Seguridad



Tomo 5.
Educación



Tomo 6.
Vivienda



Tomo 7.
Ciudadanía



Tomo 8.
Relaciones
Interpersonales



Tomo 9.
Medio
Ambiente



Tomo 10.
Servicios
Públicos



Tomo 11.
Cultura y
Recreación



Tomo 12.
Desarrollo
Urbano



Tomo 13.
Municipios



Tomo 14.
Religión



Tomo 15.
Información y
Comunicación



Tomo 16.
Salud



Tomo 17.
Calidad
de Vida



Socios fundadores

FUNDACIÓN
J. ÁLVAREZ DEL CASTILLO

