3. Método y Procedimiento

3.1 Método

En este capítulo se presenta el método y el procedimiento empleado para analizar los dichos, promesas, publicidad, hechos y la percepción que tiene la gente sobre el gobierno de Vicente Fox Quesada.

Este es un trabajo empírico, es por esta razón que no se manejan hipótesis, sino que se explica el fenómeno Fox, la comunicación política, los discursos empleados a lo largo de un período determinado; Encontrando cuáles de las datos y propuestas emitidas por fox son ciertas y cuáles aún no se han cumplido.

Sin embargo se pretende responder las preguntas dadas a conocer en el inciso 1.5 del primer capítulo, además de responder :

1.- El nivel de popularidad de Fox
2.- Promedio de la labor presidencial
3.- Satisfacción e insatisfacción de los ciudadanos que votaron por Vicente Fox.
4.- Promesas cumplidas, dichos y hechos del Gobierno de la República

Se analiza también la publicidad del gobierno de Vicente Fox y los cambios para conocer un poco de las estrategias de comunicación y cómo los comerciales influyen en la audiencia (al relacionar la credibilidad de Fox con el estudio de opinion pública).

En la última parte del procedimiento se usa la opinión pública para conocer cómo ve un grupo de 100 personas percibe el gobierno de Fox y en los temas de Pobreza, Campo, Economía, Pobreza, Educación y Salud.

Para analizar lo dicho por Fox en campaña y en la presidencia se empleó el método de análisis documental; para analizar lo dicho por el gobierno de Fox en la publicidad

política se empleó un análisis de contenido ,para medir los hechos del gobierno de Fox se empleo nuevamente un análisis documental y para medir la percepción que tiene la gente sobre el gobierno de Fox se realizó un estudio de opinión.

3.1.1 Según Eugenio Tardón el "El análisis documental consiste en extraer los términos que sirvan para una representación condensada del mismo. Su objetivo es identificar el documento mediante puntos de acceso e indicar su contenido para permitir su recuperación por parte del usuario" (…). "El resultado es la producción de un nuevo documento diferente al original, un documento secundario: la referencia bibliográfica" (Tardón, E 2003).

"Las operaciones que implica el Análisis documental refieren un conjunto de técnicas bibliotecarias tradicionales: catalogación, indexación, clasificación y resumen" (Tardón, E 2003).

"Una vez seleccionados los documentos se procede a realizar una indización, que consiste: en extraer uno de los conceptos temas o secciones que nos interesa del documento"(Tardón, E 2003).

Después de haber seleccionado los conceptos temas o partes más importantes del mismo se procede a realizar un Lenguaje Documental; procedimiento por el cual se usan "términos o frases nominales para representar un documento", se procede entonces, después a utilizar descriptores los cuales son los términos de un tesauro que representan un concepto sin ambigüedad.(Tardón, E 2003).

Para este análisis documental se usaron "identificadores" los cuales define Eugenio Tardón como descriptores referidos a nombres geográficos, de personas, entidades o acrónimos.

Es decir, una relación entre uno o más descriptores. Para el método utilizaremos una relación asociativa o de afinidad, esta relación indica las relaciones de cierta equivalencia en dirección horizontal de los términos.

3.1.2 Para medir lo dicho por Fox, por medio de la publicidad política televisiva, utilizaremos el análisis de contenido; (Krippendorf, K 1990) señala: "Como concepto se puede definir al análisis de contenido como una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto"(:28).

Kluaus Krippendorff recopila, entre otras definiciones la de (Berelson 1952) el cual señala al análisis de contenido como: "una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación" (:29).

Objetiva.-se refiere a que la investigación pueda reproducirse por cualquier persona que utilicé los métodos para obtener los mismos resultados (:29).

Sistemática.-que la investigación que se lleve a cabo sea realizada de manera imparcial, organizada de tal manera que la investigación no sólo se base de las cuestiones que el propio investigador pretende medir (:29).

Cuantitativa.-la investigación se basará en el uso de cuestiones numéricas para el análisis de lo que se pretender medir, por ejemplo el número de notas positivas y negativas.

Manifiesto.- se refiere a que, para asegurar la codificación de los datos en el análisis de contenido , es decir estudiar los textos por lo que dice y no por lo que significa Reed, B y Edwin, H (1993),Dicho en otras palabras significa "simplemente asegurar que la codificación de los datos en el análisis de contenido sea Ínter subjetivamente sean verificables y fiables (Krippendorff, K 1990:29).

Para la elaboración del análisis de contenido se manejan tres niveles:

Raúl Rojas (1995) explica que el Primer nivel implica el manejo de las teorías generales y los elementos teóricos particulares existentes sobre el problema (:66).

El segundo nivel consiste en analizar la información empírica secundaria o indirecta proveniente de distintas fuentes (:66). Las fuentes del segundo nivel por lo general pueden ser publicaciones en revistas, bases de datos, estadísticas que apoyen a la formación de las teorías generales

El tercer nivel implica el manejo de información empírica primaria o directa obtenida mediante un acercamiento de la realidad, en este reconocimiento de la realidad se tratará de recopilar información sobre los aspectos más sobresalientes del fenómeno a través de una observación directa (:67).

3.1.3 Método de Medición de hechos

Para medir los hechos del gobierno de Vicente Fox Quezada se procede a hacer un análisis documental (ver inciso 3.1.1) de la información proporcionada por el INEGI y la sección estadística del segundo informe de gobierno del presidente Vicente Fox Quezada se utilizaron además información proporcionada por organismos no gubernamentales y secretarías de Estado.

3.1.3.1 Justificación de variables

Para el estudio de los promesas, datos dados a conocer por Vicente Fox y los hechos se seleccionaron como descriptores; Pobreza, Campo, Economía, Seguridad ,Educación, Salud. Por tener las siguientes características:

1.- Son temas que fueron tocados por el Presidente en su campaña política y dentro del Rango seleccionado para la muestra (Ver inciso 3.2.21)

2.- Son temas que se han tocado en los medios y en que el presidente puso énfasis al nombrarlos por lo menos en dos ocasiones.

3.- En cada uno de los descriptores seleccionados Fox emitió algún dato relevante que evidenciara alguna mejoría.

4.- O dentro de los descriptores se encuentra alguna promesa de campaña que ha o no ha sido cumplida por el mandatario.

5.- Puesto que se trata de ofertas políticas, cada uno de estos descriptores es de gran utilidad para el estudio de la mercadotecnia y la comunicación política, puesto que se tratan de ofertas políticas y en las que Fox basó la idea de un cambio.

3.1.4 Método de Medición de Opinión

Para investigar el proceso de opinión pública se realizó un estudio de opinión a base de un cuestionario precodificado.

El proceso de opinión pública se define por su formulación como un producto de opiniones individuales sobre asuntos de interés común. (Rivadeneira, R 1986:125).

"Un definición muy difundida explicación del problema es que la opinión pública es 'la suma" de las opiniones individuales"(:126).

Los procedimientos que utilizan encuestas o cuestionarios establecen reglas "que nos permiten acceder de forma científica a lo que las personas opinan", es un proceso sistemático por que si un investigador realiza el mismo procedimiento deberá de obtener los mismos resultados Órfelo, L y Montero, I(1997:70).

Una encuesta o cuestionario , “es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio , que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana” (García, F 1986:123).

La encuesta de opinión es un método para conseguir información a través de opiniones, a través de mediciones cuantitativas de un determinado número de personas (muestra) “que pretende representar un universo mayor población, dentro de unos márgenes de error controlados (probabilidad) (:130).

Como toda técnica que investiga la realidad , las encuestas pueden ser de gran utilidad , para el estudio de las opiniones, actitudes, valores de un grupo de personas que pueden o no reflejar la realidad , hay que considerar que la información no es exacta sino que las encuestas representan una aproximación o una acercamiento a una verdad sobre un determinado fenómeno social (Monzón, C 1996:352).

Un cuestionario se define como “un instrumento que consiste en un conjunto de preguntas” respecto a una o más variables a ser medidas (Hernández, R 1998:276)

“El contenido de las preguntas de un cuestionario puede ser tan variado como los aspectos que mida. Y básicamente, podemos hablar de dos tipos de preguntas cerradas o abiertas” (:277).

Las preguntas cerradas contienen categorías o “alternativas de respuestas que han sido delimitadas, las opciones pueden ser dicotómicas o incluir varias alternativas, las preguntas cerradas ayudarán al investigador en su codificación (:277).

3.2 Procedimiento

3.2.1 Procedimiento de obtención de la información de las promesas de campaña

Para analizar las declaraciones hechas por Vicente Fox Quesada se procedió a realizar un Análisis documental de la página oficial de Vicente Fox y la Alianza por el Cambio contenidas en la dirección electrónica www.vicentefox.org.mx

3.2.1.1 Universo y Muestra

se tomó como universo todas las propuestas de campaña contenidas en la página www.vicentefox.org.mx y se seleccionaron como muestra las promesas que fueran enfatizadas dos o más veces por el candidato que incluyan las siguientes categorías:

A) Pobreza
B) Campo
C) Economía
D) Seguridad
E) Educación
F) Salud

3.2.1.2 Cómo se presenta la información

Las propuestas de campaña se presentan por tema, antes de las declaraciones del presidente y los hechos del gobierno de Fox.

3.2.2 Procedimiento de obtención de las declaraciones de Fox

Para obtener la declaraciones de Vicente Fox Quesada se seleccionó el periódico El Universal por tener las siguientes características:

1.- Es un periódico escrito en español.
2.- Es un medio con prestigio nacional.
3.- Un medio "aparentemente" lo más neutral al fenómeno Fox.
4.- Es un periódico con una circulación nacional de por lo menos 170.356 periódicos diariamente y con mayor prestigio que Esto, La Prensa y el Excelsior.
4.- Es el único diario que cuenta con una hemeroteca en la red en la cual los usuarios pueden consultar de manera gratuita ya diferencia de la Jornada su información es aparentemente mas neutral al Fenómeno Fox.

3.2.2.1 Universo y muestra

Para realizar un adecuado análisis documental se procedió a tomar como universo Todos los números de periódico El Universal versión Internet www.el-universal.com.mx Por las siguientes características (ver inciso 3.2.2) Comprendidos del mes de Agosto del 2002 a Febrero del 2003 que contengan artículos con declaraciones de Vicente Fox Quesada.

Como muestra se tomaron todas las notas que tengan las siguientes características:
1.- Declaraciones textuales o menciones de Fox que contengan los siguientes descriptores:

A) Pobreza
B) Campo
C) Economía
D) Seguridad
E) Educación
F) Salud

3.2.2.2 Cómo se presenta la información

Una vez seleccionadas las notas se procedió a clasificar las notas conforme a los grupos anteriores y después se procedió a organizar éstas de forma descendente (excepto en la categoría campo) Se colocaron después de las propuestas hechas por Vicente Fox Quesada para contrastar lo propuesto y las declaraciones de Fox.

3.2.3 Hechos

Para analizar lo hecho por Vicente Fox Quesada en los rubros de:

A) Pobreza
B) Campo
G) Economía

H) Seguridad

I) Educación

J) Salud

Y con base en lo dicho por Vicente Fox en las propuestas y las declaraciones hechas en la prensa se obtuvieron datos oficiales que certifican o desmienten lo dicho por el presidente en campaña y como presidente de la República.

3.2.3.1 Universo

Como universo se tomaron los datos oficiales contenidos en la página del INEGI www.inegi.gob.mx, datos de la sección estadística del segundo informe de gobierno http://informe.presidencia.org.mx y datos proporcionados por organismos no gubernamentales y las secretarias de estado.

Como muestra se procede a realizar una búsqueda informática en la páginas electrónicas mencionadas con anterioridad, y con los indicadores mencionados por Fox en los siguientes temas:

A) Pobreza

Número de pobres en el país

Salario mínimo

B) Campo

Programas en favor del campo

Situación de campo según cifras de la SAGARPA Y ONGS

C) Economía

PIB semestral comparativo

D) Seguridad

Número de secuestros
Delitos denunciados
Cifras dadas por ONG

E) Educación

Programas oficiales y número de estudiantes beneficiados por cada programa

F) Salud

Conforme a los dichos y promesas de campaña y datos oficiales

3.2.3.2 Cómo se presentaron los hechos en los resultados

Los hechos del gobierno federal se presentan después de las promesas y las declaraciones hechas por el ejecutivo.
Los hechos se presentan según los rubros anteriormente señalados

3.2.4 Análisis de Contenido

Con el fin de analizar la Publicidad Política, se seleccionó como método un análisis de contenido a 3 comerciales emitidos por el Gobierno de la República.

3.2.4.1 Universo

Como universo se seleccionaron todos los comerciales emitidos por el Gobierno del la República y que fueron transmitidos dentro del noticiero de Joaquín López Dóriga de Televisa y en un período comprendido del 16 al 22 de enero del 2003.

3.2.4.2 Muestra

La muestra se refirió exclusivamente a comerciales emitidos por el Gobierno de la República y no los emitidos por las secretarias de estado.

3.2.4.2.1 Criterio

Como criterios para seleccionar los comerciales estuvieron;

1.-Que fueran comerciales televisivos emitidos por el Gobierno de República, no se consideraron los emitidos por Las Secretarias de Estado.

2.-Que los comerciales incluyeran logros o compromisos sobre Pobreza, programas del gobierno federal y avances.

3.2.4.2.2 Categorías a analizar

Para analizar los *spots* publicitarios se analizaron las siguientes categorías:

Tipo de *spot* clasificado por intención:

A) Persuasivo
B) Posicionamiento de la imagen presidencial
C) Posicionamiento de la imagen del gobierno

Tiempo del presidente en pantalla

Se cuantifica el tiempo en pantalla del presidente con el fin de conocer si el Gobierno de la República busca utilizar la imagen del presidente en los *spots* Publicitarios

Locutor

A) Vicente Fox
B) Otro Locutor

Categorías que aparecen resaltadas en el comercial

Avance del país

Esperanza

Bienestar

Temas que toca y cómo los presenta:

A) Pobreza (compromisos)
B) Campo
C) Economía
D) Seguridad
E) Educación
F) Salud
G) No aplica/ otro tema

Elementos visuales que aparecen en el comercial y acciones que Aparecen en el comercial intenciones de presentar estas acciones.

Versión estenográfica del comercial

(Hoja de codificación ver Anexo 5)

3.2.5 Opinión Pública

Con el propósito de investigar la percepción del gobierno de Fox en 100 personas se procedió a realizar un estudio de opinión.

3.2.5.1 Muestra

En el estudio de opinión se tomó como muestra 100 hombres y mujeres residentes de la Ciudad de Puebla con edades de entre 18 a 35 años de edad provenientes de tres distintos niveles socioeconómicos de la ciudad de Puebla.

El número de cuestionarios no es estadísticamente proporcional al número de personas de la ciudad de Puebla, pero debido a los niveles socioeconómicos tomados para la muestra, las zonas donde se obtuvieron los datos. Se considera a éste estudio cómo metodológicamente aceptable para medir el nivel de aceptación de Fox, el promedio de su gobierno y el sentir general de la población.

Estos datos se presentan con el fin de conocer la percepción general de la ciudadanía y con el fin de que otros investigadores realicen estudios más amplios sobre la percepción política de la gente en Puebla.

Para escoger los tres distintos niveles socioeconómicos se tomó como base el mapa de valores catastrales de la ciudad de Puebla elaborado por el departamento de catastro de la ciudad de Puebla.

Características de la población a encuestar

Se tomaron como niveles socioeconómicos los de nivel Popular Bueno, Medio Bajo, Medio Alto, Alto Bajo y Residencial Bajo, se seleccionó el lugar de las encuestas con base en el Mapa de Valores Catastrales de la Secretaria de Finanzas del municipio de Puebla.

Tabla # 3 “Valores Catastrales del Estado de Puebla”

40.00 M^2	Asentamiento irregular bajo
70,00 M^2	Asentamiento irregular medio
110,00M^2	Popular Bajo
150,00M^2	Popular Bueno
210,00M^2	Popular Alto
250,00M^2	Medio Bajo

300,00M^2	Medio Bueno
350,00M^2	Medio Alto
425,00M^2	Alto Bajo
550,00M^2	Alto Bueno
675,00M^2	Residencial Bajo
740,00M^2	Residencial Bueno

Fuente: Departamento de Catastro del Municipio de Puebla de Los Ángeles 2001

Para la selección de la muestra se procedió a realizar una selección aleatoria de 5 colonias conforme a los estratos catastrales Popular Bueno, Medio Bajo, Medio Alto, Alto Bajo y Residencial Bajo.

Se distribuyeron de manera proporcional 100 encuestas en 5 colonias de los siguientes estratos

Tabla # 4 "Colonias y número de cuestionarios a aplicar "

Tipo de asentamiento	Número de cuestionarios
Popular bueno	20
Medio Bajo	20
Medio Alto	20
Alto Bajo	20
Residencial Bajo	20

Fuente : Investigación de autor y Departamento de Catastro del Municipio de Puebla de Los Ángeles 2001

Para seleccionar el número de cuestionarios distribuidos por sexo se tomaron como base los resultados del censo 2000 del Estado de Puebla publicados por el INEGI

En la ciudad habitan un total de 1, 346, 916 personas de las cuales 644,480 son hombres y equivalen a 47.8 % del total de la población del municipio, 702,436 son mujeres que equivalen al 52.2% de la población total del la ciudad de Puebla (INEGI Resultados Puebla 2002: 83).

Conforme a los datos censales el número del número de Hombres y mujeres se aplicaron el siguiente número de cuestionarios según sexo:

11 cuestionarios a mujeres por ser el 52.2% de la población
9 cuestionarios a hombres por ser el 47.8% de la población

El cuestionario se aplicó a hombres y mujeres entre las edades de 18 a 35 años de edad residentes de alguna colonia conforme a los valores catastrales anteriores

Para seleccionar las casas a encuestar se seleccionará las siguientes criterios

Se selecciona un tipo de asentamiento Medio Bajo (plaza san pedro) después de manera aleatoria se tomó a una calle al azar y 5 casas a encuestar todas estas seleccionadas de manera no probabilística y con una selección por conveniencia de cercanía (Hernández, R 1998:226), después se procedió a buscar otra calle hasta terminar con los cuestionarios 20 cuestionarios de la zona seleccionada.

Selección de las colonias

Con base en los valores catastrales se seleccionaron las siguientes colonias.
Tabla # 5 "Colonias seleccionadas por tipo de asentamiento"

Tipo de asentamiento	Colonia seleccionada
Popular bueno	Belisario Domínguez
Medio Bajo	Centro
Medio Alto	Zavaleta
Alto Bajo	La paz
Residencial Bajo	Plaza Dorada

Fuente : Investigación del autor y Mapa de valores catastrales del departamento de Catastro de la ciudad de Puebla de los Ángeles 2001

3.2.5.2 Encuesta

Para obtener la opinión pública se utilizó como instrumento una encuesta con la cual se midieron las siguientes variables.

1.- Satisfacción de un grupo de ciudadanos de Puebla con respecto a la actuación del gobierno de Vicente Fox Quesada

2.- Percepción sobre la situación social y económica del país de un grupo de ciudadanos de Puebla con respecto al gobierno de Vicente Fox Quesada.

Respecto a las propuestas de campaña de Vicente Fox se midieron las siguientes categorías

A) Aprobación y calificación de la labor presidencial.
B) Situación económica del país.
C) Percepción de la pobreza.
D) Salud, educación situación del campo y otras variables.
E) Inseguridad.

Para conocer estás variables se realizó un cuestionario conformado por preguntas cerradas , "por ser este un instrumento confiable cualitativo , y por tener la facilidad de medir una o muchas variables"(Hernández, R 1998:276).
El cuestionario que se aplicó a la muestra seleccionada estuvo comprendido por 12 preguntas cerradas, afirmaciones y algunas escalas sobre las siguientes variables:

1.- Nivel de aprobación del presidente.
2.- Calificación general del trabajo del presidente.
3.- Credibilidad del presidente.
4.- Percepción sobre los siguientes temas: Pobreza, Campo, Economía, Seguridad, Educación y Salud

5.- Percepción sobre la buena o mala conducción del país por parte del gobierno de Vicente Fox Quesada.

6.- Satisfacción de los votantes sobre la labor presidencial.

(Ver anexo 6, Cuestionario sobre la Labor de Vicente Fox Quesada)