

Scientific  
Journal of  
**Applied  
Social and  
Clinical  
Science**

**CONSUMO MEDIÁTICO  
DE LOS JÓVENES  
EN EL ÁREA DE  
FONTANDENBLEAU.  
MIAMI, FLORIDA**

---

*Carlos Ernesto Gavilondo Rodríguez*

Filiación institucional: Keiser University

<https://orcid.org/0000-0002-6444-7536>

*Angiemarie Rivera*

Filiación institucional: Keiser University

<https://orcid.org/0000-0002-0078-279X>

All content in this magazine is licensed under a Creative Commons Attribution License. Attribution-Non-Commercial-Non-Derivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).



**Resumen:** El documento exhibe un estudio de recepción realizado a uno de los noticiarios de Univisión 23, Miami. La situación problemática se construye desde la perspectiva cuantitativa. Se adopta un diseño cuantitativo no experimental/longitudinal y el empleo del software SPSS para el análisis de datos cuantitativos. Se precisan las variables a utilizar y se les establece su denominación como independiente o dependiente en función de la investigación. Se estipulan, en él, la población a estudiar y, dentro de ella, la muestra seleccionada, así como su tipología y la justificación del tamaño muestral. El objetivo se orienta a conocer los niveles de audiencia del noticiero de las diez de la noche de Univisión 23 para recoger información que pudiera contribuir en la toma de decisiones. Como parte de los resultados y apoyados en métodos estadísticos queda demostrado que el nivel de preferencias por este noticiero es mayor en hombres que en mujeres.

**Palabras claves:** Procesos, cuantitativa, recepción, comunicación, televisión.

## INTRODUCCIÓN

El mensaje infocomunicativo es centro, como nunca, de aproximaciones transdisciplinarias y en permanente construcción. En la sociedad contemporánea se impone, con urgencia, la necesidad de que se produzcan importantes cambios en los lenguajes y discursos de la comunicación. Este reto es el resultado fundamentalmente del avance de las competencias cognitivas de las audiencias propiciado por el desarrollo e introducción en la sociedad de las tecnologías que, entre otros efectos, han complejizado las prácticas comunicativas. El propósito del estudio fue estimular los estudios teóricos y los referentes prácticos que contribuyan a comprender el fenómeno y, desde esa comprensión, contribuir a perfeccionar el formato, lenguaje y estética de la programación

informativa dirigida a los jóvenes. El objeto de estudio lo constituye el nivel de preferencia/gusto del Noticiero Univisión 23, edición nocturna. Por ello el objetivo se orientó a conocer los niveles de audiencia del noticiero de las diez de la noche de Univisión 23 para recoger la información que pudiera contribuir en la toma de decisiones.

## EL ACERCAMIENTO TEÓRICO

Definido el objeto de estudio y el objetivo que motiva la investigación se cita a Gallegos cuando define al objeto de estudio como “una construcción conceptual, abstracta, que representa el fragmento de realidad que le interesa comprender al investigador de una manera determinada” (2018, p. 3). El proceso de investigación distinguió todos los espacios sociales como sujetos de ese proceso comunicativo a través del cual se produce la articulación entre la sociedad y el conocimiento. Es que la realidad impone nuevos desafíos a los lenguajes de la información y la comunicación que deben interactuar, cada vez más, con la explosión de la expresión de las audiencias.

En estas condiciones, el mensaje infocomunicativo es centro, como nunca, de aproximaciones transdisciplinarias y en permanente construcción. Contribuyen, a la investigación, estudios realizados por las doctoras en Comunicación Social Maribel Acosta Damas (2010) y Dagmar Herrera Barreda (2015). Tributan, además, estudios realizados por la Dra. Concepción Medrano Samaniego (2008) alusivos a la función educativa de la televisión, Jesús Martín Barbero (1987) con sus estudios acerca del consumo cultural en los jóvenes y Omar Rincón (2015) con sus aportes a las nuevas narrativas televisivas, la real influencia de los medios de comunicación en la actualidad y su concepción de la necesidad de reinventar el periodismo. Como cierre de este acápite se

manifiesta que “un problema correctamente planteado está parcialmente resuelto, a mayor exactitud corresponde mayor posibilidad de obtener una solución satisfactoria” (Zapata, 2005, p. 43).

## DECLARANDO PROPÓSITOS. LO METODOLÓGICO

Se plantea la siguiente interrogante de investigación: ¿cuáles son los niveles de preferencia/gusto del Noticiero Univisión 23, edición nocturna, en los jóvenes de la localidad de Fontandibleau en Miami, FL?. De igual manera para plantear la (s) hipótesis necesarias para el estudio se partió de la concepción que “las hipótesis vienen expresadas en forma de proposiciones en las que se afirman la existencia o inexistencia de asociación, es recomendable que se encuentren relacionadas con los objetivos de la investigación y sean lo más concretas y precisas posibles” (Inche et al., 2018, p. 25). Se conoce que siempre que se llega a una conclusión acerca de un experimento, el investigador debe establecer dos hipótesis, la hipótesis nula y la hipótesis alternativa. La hipótesis nula ( $H_0$ ) se refiere a la afirmación contraria a la que ha llegado el investigador. Es la hipótesis que el investigador pretender rechazar. Si tiene la evidencia suficiente para ello, podrá probar que lo contrario es cierto. Por lo tanto, la hipótesis alternativa ( $H_1$ ) es la conclusión a la que el investigador ha llegado a través de su investigación.

Con estos referentes teóricos se exponen las hipótesis de la siguiente manera:

**H0-** Los niveles de preferencia/gusto del Noticiero Univisión 23, edición nocturna, en los jóvenes de Fontandibleau, no están relacionados con el sexo.

**H1-** Los niveles de preferencia/gusto del Noticiero Univisión 23, edición nocturna, en los jóvenes de Fontandibleau, están relacionados con el sexo.

El nivel de significación que se determina es de  $\alpha = 0.05$ . Con este indicador se rechaza, entonces, la hipótesis nula.

## DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

### Una introducción necesaria

La situación problemática que se aborda en este acápite se establece para elaborar el diseño de investigación idóneo en una aproximación al proceso de recepción del Noticiero Univisión 23, edición nocturna. El autor, apoyado en su experiencia práctica en talleres, actos de defensa de tesis, seminarios metodológicos y eventos científicos, defiende la percepción de que no son pocos los investigadores que piensan que la diferencia entre la utilización del paradigma cuantitativo y/o cualitativo depende, totalmente, de la naturaleza de la actividad profesional de quien investiga. Con ese pretexto se han calificado, en ocasiones, de positivistas a investigadores sociales que es el caso del este autor.

Esto sucede, dentro del gremio, solo por acudir al empleo de recursos de la investigación cuantitativa. A juicio del autor esto constituye un error digno de superar. Desde nuestra percepción las características fundamentales del método científico, que se escoja o asuma, son la validez y la confiabilidad más allá si se apoya en el paradigma cuantitativo o cualitativo. En ese sentido Torres afirma que:

Menos acertado aún es el criterio de que lo determinante es el empleo de la estadística; en ese sentido, debiera recordarse que esta no es sólo inferencial sino también descriptiva y que en todo proceso investigativo hay, cuando menos, conteo y clasificación de objetos y fenómenos, que es ya hacer estadística. (2016, p. 3).

Siguiendo la línea investigativa encontramos a Azuero cuando testifica que:

La metodología cuantitativa no se centra en explorar, describir o explicar, un único fenómeno, sino que busca realizar inferencias a partir de una muestra hacia una

población, evaluando para ello la relación existente entre aspectos o variables de las observaciones de dicha muestra. (2019, p. 115).

## **DEFINIENDO EL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Teniendo como premisa que se adopta la matriz cuantitativa de tipo exploratoria, descriptiva, transformacional y que se definió que no estamos ante un experimento ni ante el llamado cuasi experimento se asumió como estrategia de investigación la encuesta. Se acota que estamos en presencia de la modalidad no experimental. En ese sentido Rivadeneira asevera que “en el marco de los distintos grados de medición, manipulación y control, se distinguen tres modalidades metodológicas en el enfoque cuantitativo: experimental, cuasi experimental y no experimental” (2017, p. 125).

Se expone lo anterior apoyados, de igual manera, en Marshall y Rossman (como se citó en Inche et.al, 2018) cuando afirman que un estudio puede comenzar siendo exploratorio para posteriormente proceder a la descripción, explicación, predicción y/o evaluación. Se considera que la modalidad más acertada, dentro de la encuesta, es la entrevista personal. Esta se aplica por separado a cada individuo seleccionado en la muestra. En este sentido se sigue a Inche et.al, cuando afirman que “es el entrevistador quien formula las preguntas y quien anota las respuestas en el cuestionario” (2018, p. 29). Con esta estrategia se recaba la información, de manera oral y/o escrita, desde una muestra de sujetos preseleccionados pues, al decir de Jean Pierre Pourtois y Huguette Desmet, (como se citó en Inche et.al, 2018) este es un instrumento de obtención de información, basado en la observación y el análisis de respuestas a una serie de preguntas.

## **Muestreo**

### **1. La población**

Se partió de la conceptualización del término población con el cual se trabajó. Existen diferentes definiciones del vocablo aplicado a la investigación. En ese sentido McClave, Benson y Sincich (como se citó en Robles, 2019) afirman que “una población es un conjunto de unidades usualmente personas, objetos, transacciones o eventos que estamos interesados en estudiar”. De igual manera la autora cita a Lind, Marchal y Wathen (2008) cuando exponen que “la población es un conjunto de individuos u objetos de interés o medidas obtenidas a partir de todos los individuos u objetos de interés”. Luego de este preámbulo teórico nos apropiamos, entonces, a la definición del término indicada por Robles cuando alega que una población, en investigación, es “el conjunto total de elementos de interés” (2019, p. 245).

Basados en el referente anterior se explica la población exponiendo que el estudio se realizó en la ciudad de Fontandenneau, Miami, Fl. El conjunto poblacional para tener en cuenta fue de cien jóvenes comprendidos entre los veinte y veinte y cinco años, de diferentes estratos social, desigual nivel educacional y sexo.

### **El muestreo: justificación**

Para la selección muestral se partió del concepto que se trabajó un diseño cuantitativo de tipo no experimental/longitudinal donde las variables no se manipulan deliberadamente y se estudia cómo evolucionan y/o su relación entre ellas en el transcurso del tiempo. Cuando nos referimos a muestra “la determinación del tamaño muestral en una investigación es de vital importancia, tanto para caracterizar la distribución de la variable, como para fijar el grado de precisión del estudio” (Valdivieso et ál., 2019, p. 2). Se justifica esta tipología de estudio en tanto los participantes de este, la muestra, fueron observados en diferentes

intervalos de tiempo. Se adoptó la observación en una semana tipo de transmisión del Noticiero de Univisión 23, Miami.

El tipo de muestro se estableció como no probabilístico / casual. No probabilístico porque la elección de los elementos muestrales dependió de las características de la investigación y casual porque se trabajó con los elementos que se ofrecieron voluntariamente o que encontramos de manera fortuita. El tamaño de la muestra fue de cincuenta jóvenes. De ellos 15 varones y 35 hembras. Se decidió este tamaño muestral apoyados en un estudio realizado por Fernández donde define que no se debe estudiar un número innecesario de personas en tanto “esto lleva implícito no solo la pérdida de tiempo e incremento de recursos innecesarios, sino que además la calidad del estudio, dado dicho incremento, puede verse afectada en sentido negativo” (2018, p. 1).

Al decir de Castro una unidad de análisis o unidad muestral, como también se le conoce, “es el objeto con la característica de interés que será observado o que será medido, pueden ser personas, cortes histológicos, crecimiento de colonias, entre otros” (2019, p. 52). Las unidades de análisis están conformadas por jóvenes estudiantes y/o trabajadores en edades comprendidas entre los veinte y veinte y cinco años, del condado Miami Dade, ciudad Fontandebateau, Miami, Fl.

### **Definiendo variables**

Referido a conceptualización y operacionalización de variables existen muchos de autores con resultados innovadores. Por la dimensión del estudio se adoptó la definición de variable expuesta por Abreu cuando afirma que:

Una variable es una característica que se puede someter a medición, es una propiedad o un atributo que puede presentarse en

ciertos objetos o fenómenos de estudio, así como también con mayor o menor nivel de presencia en los mismos y con potencialidades de medición. (2012, p. 124).

En correspondencia con ese paradigma se definió como la variable del estudio a preferencia/gusto y se enmarcó, en su denominación, como variable dependiente, de escala y continua. Continua en tanto puede adoptar cualquier valor en el marco de un determinado intervalo. En este caso intervalo de tiempo en tanto se estudió una semana tipo de transmisión. Al decir del autor mencionado “las variables dependientes pueden identificarse como los elementos, fenómenos o situaciones que son explicadas en función de otros elementos” (Abreu, 2012, p. 124). Como variables cuantitativas ordinales determinamos, para este estudio, a las variables edad y nivel de estudios. Por su parte la variable sexo, por ser cualitativa la denominamos como categórica binaria en tanto representa dos valores: hombre o mujer. Para la muestra masculina se dispuso el número 1 y para la femenina el número 2.

El estudio se llevó a cabo en la ciudad de Fontandebateau, del condado Miami Dade de Florida, USA. La población para tener en cuenta, por las características del estudio, fueron los jóvenes comprendidos entre las edades de 20 a 25 años. La totalidad de población fue de 100 jóvenes y se tomó una muestra de 50 jóvenes. La misma fue de tipo no probabilístico / casual.

### **ECOPILACIÓN DE DATOS INSTRUMENTOS**

Por lo general, cuando se pretende recopilar información que ayude a la toma de decisiones, nos enfrentamos a la disyuntiva de seleccionar el/los instrumentos que realmente nos ayuden y aporten. En este sentido Alvarado, Canales y Pineda (como se citó en Corral, 2019) afirman que “el instrumento

es el mecanismo que utiliza el investigador para recolectar y registrar la información”. El instrumento seleccionado es la encuesta/cuestionario.

Para su diseño se tuvieron en cuenta tres aspectos fundamentales que sostuvieran un basamento notable para el logro de los objetivos planteados y respaldaran los hallazgos. Estos fueron: validez, confiabilidad y utilidad práctica. “La validez de un instrumento consiste en que mida lo que tiene que medir. La confiabilidad designa la exactitud con que un conjunto de puntajes de pruebas mide lo que tendrían que medir” (Corral, 2019, p. 238).

## PROCEDIMIENTO DE ANÁLISIS DE DATOS

“Si no hubo pregunta, no puede haber conocimiento científico. Nada es espontáneo. Nada está dado. Todo se construye” (Zapata, 2005, p. 42). Se comienza este acápite con la referencia anterior para exponer la pregunta que motivó a la investigación. De ahí que nos planteemos la siguiente interrogante de investigación: ¿cuáles son los niveles de preferencia/gusto del Noticiero Univisión 23, edición nocturna, en los jóvenes de la localidad de Fontandendleau en Miami, FL?.

Referido a las técnicas estadísticas empleadas para dar respuesta a la pregunta de investigación se enuncian las utilizadas a partir de que se seleccionaron como instrumentos de adquisición y análisis de datos para resolución de problemas. Las mismas fueron: gráficos, ya que mediante ellos se puede comparar el tamaño de varias cantidades. **Determinación del tamaño de la muestra** que, como ya se conoce a veces no es necesario recopilar información de cada miembro de una población y basta con una muestra. Cuando se mide un gran conjunto de datos o población suele ocurrir esto. La clave estuvo en determinar el tamaño correcto para

que la muestra tomada fuera precisa. **Prueba de hipótesis**, mediante la misma se determinó rechazar la hipótesis nula. Esta técnica elimina la posibilidad de que algo sea casual.

## ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Previo al análisis de resultados se recuerda que la motivación principal de la investigación realizada respondió a los intereses de la compañía UNIVISION NEWS para conocer realmente los valores de preferencia/gusto de la población de un sector de Miami Dade considerado cliente potencial en tanto su población marca altos índices de sintonía con el noticiero nocturno de la compañía. El objetivo fue canalizado en función de estimar estos resultados, desde la academia, para valorar la posibilidad de un cambio en la estructura y contenido del espacio televisivo.

Se plantearon, para emprender el estudio, dos hipótesis, es decir, una hipótesis nula ( $H_0$ ) y la hipótesis alternativa o del investigador ( $H_1$ ). Apoyado en técnicas estadísticas fue evidente el rechazo de la hipótesis nula lo que, evidentemente, favoreció al estudio y los resultados esperados. Una vez identificadas las variables dependientes e independientes se realiza el estudio valorando la relación de la dependiente preferencia/gusto VS la independiente sexo. Esto se efectuó así en tanto los cambios proyectados por la compañía van dirigidos a un público preferentemente masculino.

En consecuencia, se realizó la prueba T para muestras independientes, o sea, de dos grupos que no tienen ninguna relación. Nos referimos al grupo 1(hombres) VS grupo 2(mujeres), ver anexos. Se comienza por realizar la prueba de normalidad para poder comprobar si la variable dependiente **PREFERENCIA/GUSTO** se comporta normalmente en los dos grupos: **1(HOMBRES), 2(MUJERES)**. Lo primero que podemos observar es que el porcentaje (%) es de **100%** lo que evidencia

que no hay valores perdidos. Analizando los resultados se observa, además, que la media de **PREFERENCIA/GUSTO** en el caso del grupo **1=87,13** y el grupo **2=52,08**, (ver anexos).

Estos resultados, numéricamente hablando, evidencian que el nivel de preferencia es mayor en hombres que en mujeres. Cabe señalar que como la muestra seleccionada para la investigación es mayor a **30** individuos, en este caso es de **50**, se toma como referente para la prueba de normalidad la prueba **Kolmogórov-Smirnov**. En este caso se concluye que: como el **Pvalor** de normalidad en el grupo **1(HOMBRES)** es menor a **0.05** los datos no provienen de una distribución normal. Como el **Pvalor** de normalidad en el grupo **2(MUJERES)** es menor a **0.05** los datos no provienen de una distribución normal.

Como debíamos preguntarnos, además, si esa diferencia era significativa se realizó la prueba **T**. Al observar el valor del **Sig(bilateral)**, conocido también como valor **P**, se evidenció que es menor a **0.05** lo que demostró una diferencia significativa entre los dos grupos. Quedó claro, entonces, mediante la prueba **T**, que la media del total de la escala de **PREFERENCIA/GUSTO** para nuestro estudio fue diferente entre hombres y mujeres. (Ver anexos).

Desde esta perspectiva, y basado en resultados estadísticos, quedó rechazada la **H0** que se planteó de la siguiente manera: Los niveles de preferencia/gusto del Noticiero Univisión 23, edición nocturna, en los jóvenes de Fontandendbleau, no están relacionados con el sexo. De esta manera **A=B**, pero como el valor **T** es menor a **0.05** quedó rechazada.

Se asume, entonces, la **H1** una vez demostrado que **A** y **B** no son iguales, o sea, existe diferencia en los niveles de **PREFERENCIA/GUSTO** entre hombres y mujeres. (Ver anexos). Lo planteado queda

demostrado, estadísticamente, a continuación de este escrito.

Para el estudio, las amenazas y limitaciones se conceptualizaron como las barreras o limitaciones que pueden existir en el entorno poblacional observado y dentro de directivos y profesionales de la cadena UNIVISION en cuanto a la comprensión y construcción de procesos comunicativos que pueden afectar la realización y aceptación de estos. Otro aspecto valorado es el referido a la cultura mediática por parte de los implicados en el estudio. Como fortalezas y/o oportunidades se concibieron los factores que benefician para contrarrestar las debilidades y amenazas, generando condiciones óptimas y ventajosas para el desarrollo de la estrategia planteada. Entre estos factores se identifican dotar a la población de conocimientos elementales de análisis del discurso para una mejor interpretación de los contenidos y promover, en la compañía, el espíritu de superación constante en pro de mejorar la calidad del discurso que se elabora y transmite. Como el objetivo de la investigación apunta a posibles cambios en la programación a partir de los resultados esperados todos los datos obtenidos fueron procesados luego de su categorización teniendo en cuenta las variables del estudio.

Un aspecto que pudiera, desde alguna percepción académica/investigativa, parecer una limitación metodológica es el referido al tamaño de la muestra seleccionada para este estudio. Avello y Rodríguez, referido al tamaño muestral, exponen que:

Hay que tener en cuenta que, si su tamaño de muestra es demasiado pequeño, será difícil encontrar relaciones y generalizaciones significativas a partir de los datos, ya que las pruebas estadísticas normalmente requieren un tamaño de muestra más grande para asegurar una distribución representativa de la población y ser considerados representativos. (Avello y Rodríguez, 2019, p. 3).

No obstante, a lo referenciado, se entiende que el número de unidades de análisis que se utilizan en el estudio se determinó por el tipo de problema de investigación presentado.

## CONCLUSIONES

Todo lo realizado desde lo teórico, lo académico, lo empírico y lo práctico dieron al traste con los resultados esperados. El rechazo de la hipótesis nula abrió nuevos horizontes a nuestras inquietudes en tanto se pudo trabajar con la hipótesis planteada por

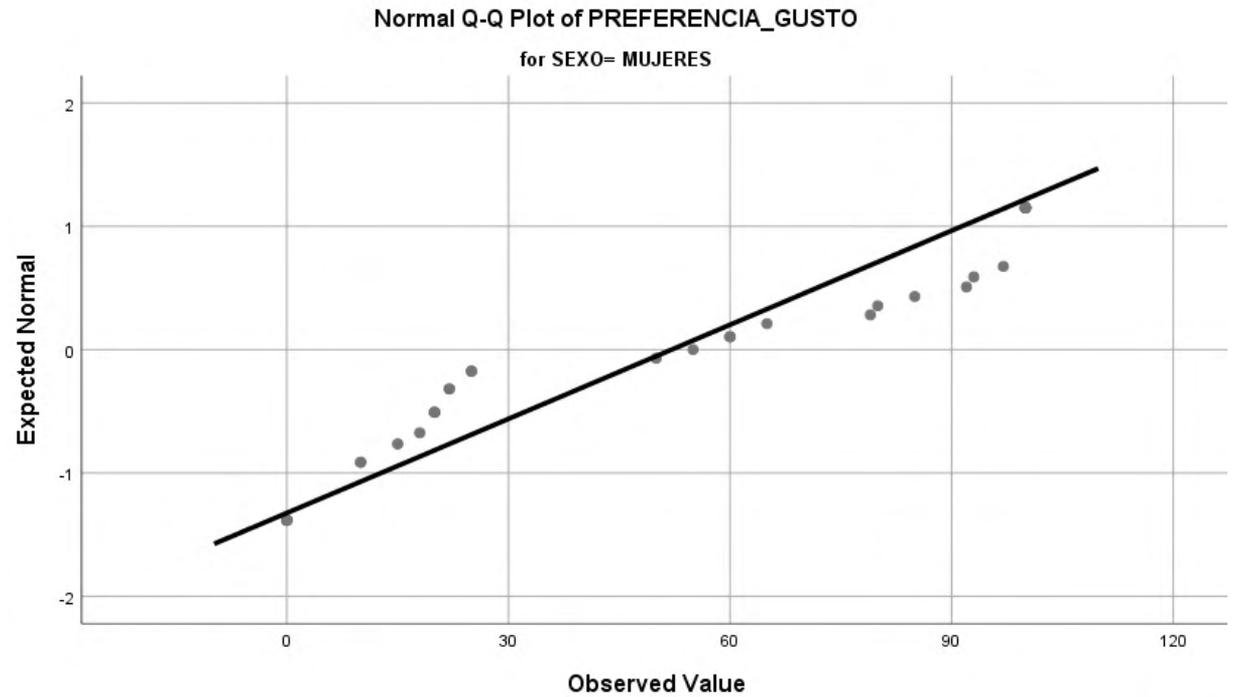
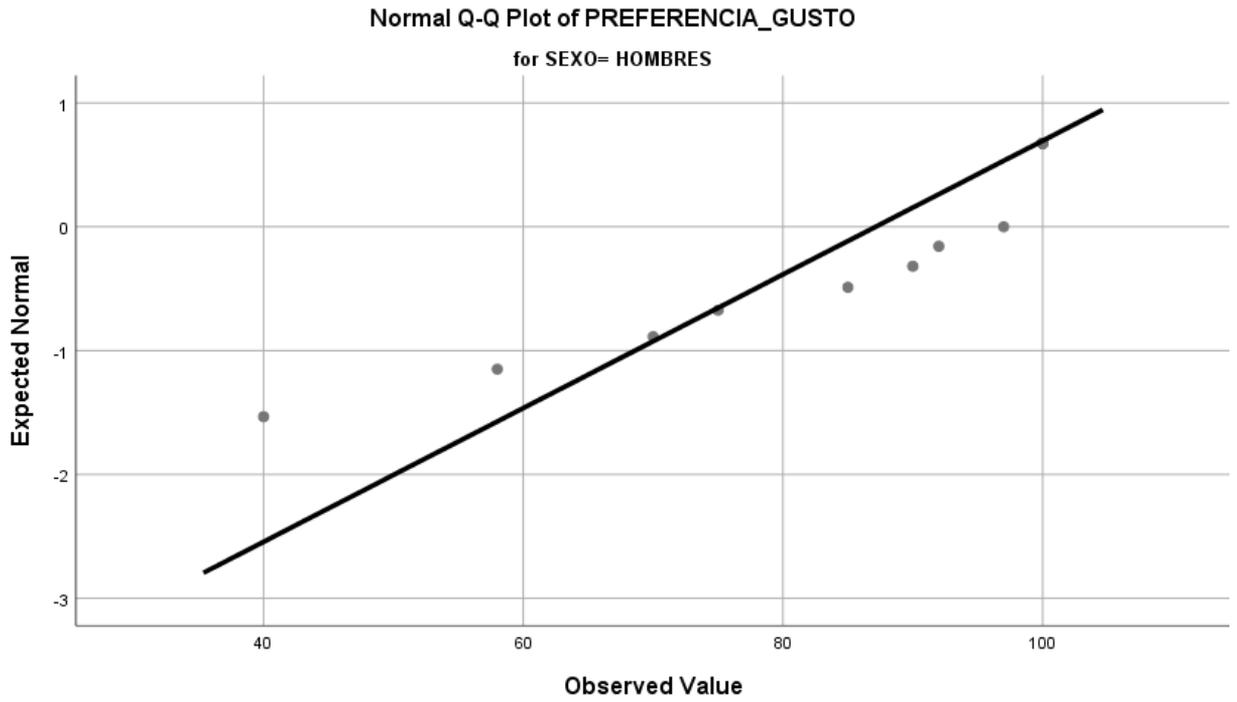
el investigador. Como ya hemos enunciado quizá se pudiera valorar a la muestra como no representativa para el estudio, pero se utilizó la que se consideró útil para la investigación y los propósitos de la compañía. Se concluye, además, resaltando la validez de las técnicas estadísticas para la correcta interpretación y análisis de los datos que nos condujeron en este andar. Si por algún momento el investigador dudo, y de hecho lo hizo, de la relevancia de los métodos cuantitativos en estudios de índoles social entonces, ahora, se retracta.

## REFERENCIAS

- Abreu, J. (2012). Constructos, Variables, Dimensiones, Indicadores & Congruencia. *International Journal of Good Conscience*, 7(3), 123-130.
- Avello, R., Rodríguez, M. (2019). ¿Por qué enunciar las limitaciones del estudio? *Medisur*, 17(1). Consultado el 7 de agosto de 2020. <http://www.medisur.sld.cu/index.php/medisur/article/view/4126>
- Azuero, A. (2019). Significatividad del marco metodológico en el desarrollo de proyectos de investigación. *KOINONIA*, 4(8), 110-127. <http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v4i8.274>
- Castro, M. (2019). Bioestadística aplicada en investigación clínica: conceptos básicos. *Revista médica clínica Las Condes*, 30(1), 50-65. <https://doi.org/10.1016/j.rmcl.2018.12.002>
- Corral, Y. (2019). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos. *REVISTA CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN*, 19(33), 228-247.
- Fernández, P. (2018). *Determinación del tamaño muestral*. Unidad de Epidemiología Clínica y Bioestadística. Complejo Hospitalario Juan Canalejo en Coruña. <http://www.fisterra.com>
- Gallegos, J. (2018). Cómo se construye el marco teórico de la investigación. *Cuadernos de Pesquisa*, 48(169), 1-12. <https://doi.org/10.1590/198053145177>
- Inche M., Andía, J., Huamanchumo, Y., López H., Vizcarra M. y Flores, C. (2018). Paradigma cuantitativo: un enfoque empírico y analítico. *Industrial Data*, 6(1), 23-37.
- Rivadeneira, E. (2017). Lineamientos teóricos y metodológicos de la investigación cuantitativa en ciencias sociales. *In Crescendo*, 8(1): 121-127.
- Robles, B. (2019). Población y muestra. *Pueblo Continente*, 30(1), 245-246. <http://doi.org/10.22497/PuebloCont.301.30121>
- Torres, P. (2016). Acerca de los enfoques cuantitativo y cualitativo en la investigación educativa cubana actual. *Atenas*, 2(34), 1-15.
- Valdivieso, E., Castellón, R. y Álvaro, O. (2017). *Determinación del tamaño muestral mediante el uso de árboles de decisión*. Universidad Privada Boliviana. <https://www.researchgate.net/publication/313707071>
- Zapata, O. (2005). Cómo encontrar un tema y construir un problema de investigación. *Innovación Educativa* 5(29), 37-45.

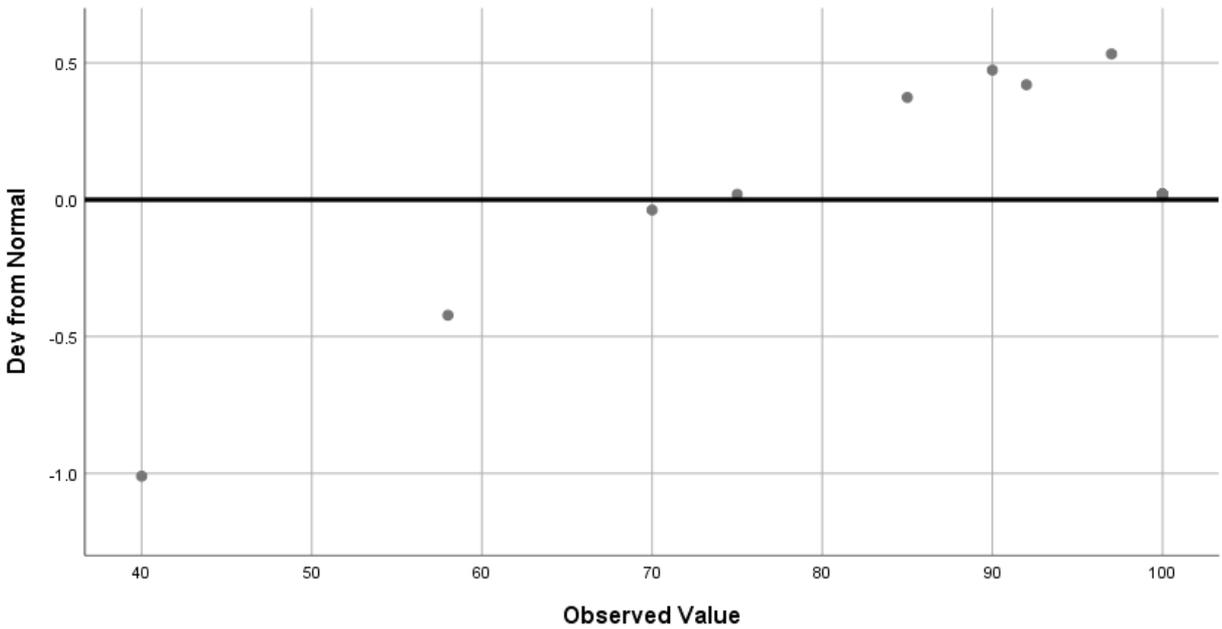
# ANEXOS

## ANEXO 1. NORMAL Q-Q PLOTS



## ANEXO 2. DETRENDED NORMAL Q-Q PLOTS

Detrended Normal Q-Q Plot of PREFERENCIA\_GUSTO  
for SEXO= HOMBRES



Detrended Normal Q-Q Plot of PREFERENCIA\_GUSTO  
for SEXO= MUJERES

