



UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
"ACATLÁN"



**PERIÓDICO DE IZCALLI: LA OPINIÓN PÚBLICA  
DE LA ADMINISTRACIÓN 2003 - 2006**

SEMINARIO TALLER EXTRACURRICULAR  
DE TITULACIÓN: " LA OPINIÓN PÚBLICA "

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
**LICENCIADA EN PERIODISMO Y  
COMUNICACIÓN COLECTIVA**

P R E S E N T A :

**MIRIAM DOLORES HERNÁNDEZ HERRERA**

ASESORA:

**LIC. OLGA GALLO ROMO**

MAYO, 2004



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA**

Estoy y estaré toda la vida en deuda con el ser más maravilloso que Dios ha creado, quien siempre me apoya, me anima y me brinda las palabras mágica para enfrentarme a los retos y pruebas que la vida me ponga.  
**GRACIAS Mamá Carmen.**

**Agradezco a mi esposo Isidoro.** Por que sin ti no se que rumbo habría tomado mi vida. Eres el brazo fuerte que me levanta y me hace superarme día a día. Gracias por creer en mí.

Gracias Dios por permitirme ser madre de un magnífico hijo. **Samuel**, gracias por motivarme y retarme hacer mejor las cosas, espero que algún día estés orgulloso de mí. Eres un besucón.

**Roberto** eres el hermano que muchos quisieran tener. Gracias por tu ejemplo de que las cosas se pueden hacer, si se quiere hacerlas. Muchos besos a los "Bolos".

**A mis hermanas** por estar conmigo en las buenas y en las malas. A mis hermosas sobrinas por ser tan alegres y sorprenderme cada día con sus ocurrencias, **besos Arañas.**

Gracias **Fidel** por ser mi ángel de la guarda y aunque algunos no lo crean, por darme tus consejos y dedicarme tú tiempo para poder hacer realidad éste reto.

**Maestra Olga**, gracias por ser paciente conmigo, por sus regaños y su confianza.

Gracias a la persona que es la imagen de la disciplina, la paciencia, la comprensión, la sabiduría, pero sobre todo el amor al estudio. **Gracias Maestro Héctor J. Torres Lima.**

A todos los amigos por las porras, a mis compañeros del seminario y por supuesto a la **Maestra Venus, a la profesora Laura y al latoso del profesor Lalo.**

## Índice

Página

### Introducción

<b>Capítulo 1 Elementos Teóricos.....</b>	<b>1</b>
1.1 Teoría General de Sistemas.....	1
1.2 Sistema Comunicativo.....	9
1.3 Identificación y Relación entre los elementos del Sistema Opinión Pública.....	17
1.4 Teoría de la Mediación Social.....	20
1.5 Naturaleza Comunicativa de la Opinión Pública.....	32
1.6 Historia y origen de la Opinión Pública.....	33
1.7 Código de Ética de la Opinión Pública.....	59
<b>Capítulo 2 El Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli y el Periódico de Izcalli.</b>	<b>69</b>
2.1 Ubicación Histórica del Municipio de Cuautitlán Izcalli y del Periódico de Izcalli. ....	70
2.2 Organización.....	75
2.3 Funciones de la Organización.....	76
2.4 Características demográficas del universo a estudiar.....	83
2.5 Problemática del universo a estudiar.....	84
2.6 Descripción de la temática a tratar.....	87
<b>Capítulo 3 Metodología para la elaboración del cuestionario.</b>	
3.1 Relación del Marco Teórico con la tabla de especificaciones.....	93
3.2 El Sistema Hipotético.....	97
3.3 Variables.....	100

---

3.4	Presentación de la tabla de especificaciones.....	101
3.5	Arboreación. ....	106
3.6	Cuestionario Piloto. ....	109
3.7	Procedimiento de aplicación.....	111
3.8	Resultados del Piloteo.....	111
3.9	Corrección de cuestionario piloto.....	112
3.10	Cuestionario Final.....	113

#### **Capítulo 4 Levantamiento de Datos.**

4.1	Características de la población a estudiar.....	115
4.2	Tipo de Levantamiento de Datos.....	122
4.3	Criterio para el Levantamiento de Datos.....	123
4.4	Reporte del Levantamiento de Datos.....	123
4.5	Lectura de Datos.....	124

<b>Conclusiones.....</b>	<b>143</b>
--------------------------	------------

<b>Fuentes de Consulta.....</b>	<b>150</b>
---------------------------------	------------

**Anexos (Consultar en CD rown)**

## Introducción

Los seres humanos a lo largo de nuestra vida nos fijamos metas, al alcanzarlas, siempre le sigue otro reto por cumplir, en la etapa de estudiante decidí concluir una licenciatura, al ser una profesionistas destacar por mi desempeño, y hoy tomé la decisión de completar el ciclo al titularme.

La realización de este trabajo de investigación presupone no sólo la culminación de un proyecto individual, sino la cristalización de un cúmulo de esfuerzos y experiencias que se han adquirido gracias a maestros, compañeros, familiares y amigos.

A través de la labor como servidor público y el constante contacto con los medios de comunicación, me permitió desarrollar el presente trabajo de investigación, al tomar en cuenta dos puntos fundamentales: primero dirigirme al Periódico de Izcalli, medio de comunicación local, interesado por conocer la opinión de sus lectores potenciales, enfocada a su formato y contenido para mejorar su servicio y promover su expansión a otros municipios, ya que considera que el público lector es reducido.

El otro punto es la importancia política y económica que el Municipio de Cuautitlán Izcalli ha adquirido a nivel estatal, a treinta años de su fundación y, por supuesto, lugar de origen del Periódico de Izcalli.

Para desarrollar estos puntos se realizó un estudio de opinión pública, aplicado a los funcionarios de mayor rango en el ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli, por contar con sus perfiles sociodemográficos como público lector y a su vez son un grupo que genera información sobre el desarrollo del municipio.

El objetivo de esta investigación es: Conocer la Opinión Pública de los integrantes del cabildo y directores de área del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003-2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli; y cuya hipótesis nula es : No se conoce la opinión pública de los integrantes del cabildo y directores de área del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli administración 2003-2006 referente al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

De la cual se desprenden las hipótesis alternativas que dependen de las variables de conocimiento, opinión y sociodemográficas, como son el sexo, la edad, posición política, económica, lugar de residencia, dependientes económicos, religión y nivel de escolaridad.

Para responder a esta hipótesis el trabajo se ha dividido en los siguientes apartados:

En el primer capítulo se presentan las teorías que sirven como soporte al marco teórico y a la opinión pública, como son: la Teoría General de Sistemas y la Teorías de la Mediación Social, teorías que permiten estudiar y ubicar a la Opinión Pública como subsistema del sistema comunicativo.

La naturaleza de la Opinión Pública es fundamental, ya que la situamos en la parte biológica desde el origen del hombre, al tener la necesidad de comunicarse con

sujetos que comparten intereses afines, tales como la sobrevivencia y el contacto con su entorno ecológico.

En el segundo apartado, se presenta una reseña para conocer al municipio de Cuautitlán Izcalli desde su creación y fundación, las definiciones de ayuntamiento, municipio y directores; además las funciones del grupo de estudio, considerado como lectores potenciales. Así como el origen, evolución, desarrollo y estructura del Periódico de Izcalli, medio de comunicación que busca su expansión a otros municipios conurbados.

Posteriormente, en el capítulo tres se desarrolla la metodología para el diseño y elaboración del instrumento (cuestionario) de la presente investigación de Opinión Pública; es decir se construye la tabla de especificaciones que contiene los conceptos (de conocimiento, opinión y datos sociodemográficos como la edad, sexo, escolaridad, lugar de residencia, entre otros), las categorías (formato, contenido), los indicadores (características del periódico) y los reactivos (preguntas con sus respectivas opciones). Así como los criterios de arboreación, es decir, el orden que debe llevar el cuestionario y como debe ser aplicado a los encuestados.

Finalmente en el capítulo cuatro se efectúa el levantamiento de datos, a partir de un censo. Así como el procesamiento estadístico de los resultados logrados a través del cuestionario, y se obtienen porcentajes generales por indicador, promedios de opinión por categoría y porcentajes específicos por variables sociodemográficas.

Se realiza el vaciado de datos de la población que sí conoce y no conoce el formato y contenido del Periódico de Izcalli, y los promedios de opinión. Toda la información se cuantifica a través de hojas de cálculo en Excell 2000.

El estudio de Opinión Pública permitió hacer un diagnóstico del Periódico de Izcalli. Ahora se sabe qué aspectos del formato identifican los encuestados, que puntos pueden ser modificados, cambios al contenido con base en la opinión de los lectores. Aspectos que al ser tomados en cuenta, cabe la posibilidad de que su expansión sea favorable y aceptada en otros municipios.

Una de las pretenciones de esta investigación, es abrir un espacio de reflexión sobre el formato y contenido de los medios locales de comunicación impresos, hay mucho por saber aún de estos productos comunicativos a nivel municipal. Pero no debemos dejar de lado el compromiso de manejar ética y honestamente la información, que nos obliga a ser un proyecto de existencia personal y social para todos aquellos que ejercemos nuestra profesión como periodistas y comunicólogos, para abrir más la brecha de la libertad de expresión.

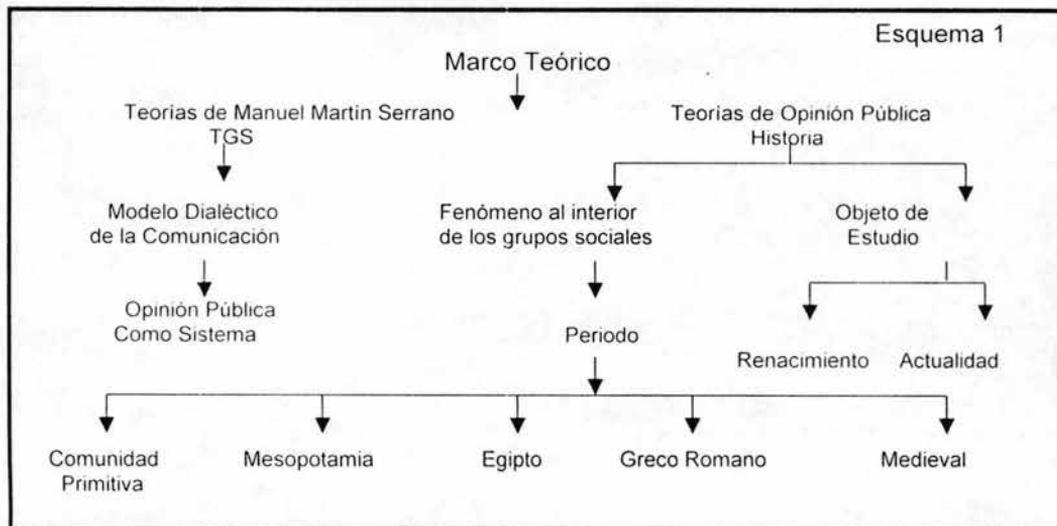
**Capítulo 1**  
**Elementos Teóricos**

## Capítulo 1 Marco Teórico

El presente trabajo de investigación en su capítulo I explica las teorías que sirven como marco teórico para la Opinión Pública como son: la Teoría General de Sistemas, la Teoría de la Mediación Social de Manuel Martín Serrano, además de la importancia de la naturaleza comunicativa de la Opinión Pública, su historia, fenómenos sociales, sus objetos de estudio y en la época actual.

### 1.1 Teoría General de Sistemas

El Marco Teórico del presente trabajo se basa en el desarrollo de las teorías de Manuel Martín Serrano, la Teoría General de Sistemas y la Teoría de la Mediación Social y la naturaleza de la Opinión Pública, su historia, objeto de estudio y como fenómeno al interior de los grupos sociales. Ver esquema 1.



El término sistema se utiliza para designar entidades reales. Un sistema es un conjunto que se constituye por la concurrencia de más de un elemento. El conjunto de elementos de un sistema muestra una organización. A estos elementos se les denomina componentes del sistema.

Para conceptuar al sistema es necesario abordarlo desde dos aspectos fundamentales: el sistema como entidad real y el sistema como método de análisis.

"El término sistema cuando se utiliza para designar entidades reales se oponen al término agregado. Un sistema y un agregado son igualmente conjuntos, es decir, entidades que se constituyen por la concurrencia de más de un elemento; la diferencia entre ambos consiste en que el conjunto de los elementos de un sistema muestra la organización de la que carecen los elementos del agregado".<sup>1</sup> A los elementos que se organizan en un sistema Martín Serrano, los denomina conceptos del sistema. entidades que se constituyen por la concurrencia de más de un elemento

El análisis sistemático de un conjunto de elementos se caracteriza porque se propone explicar la organización del objeto de estudio.

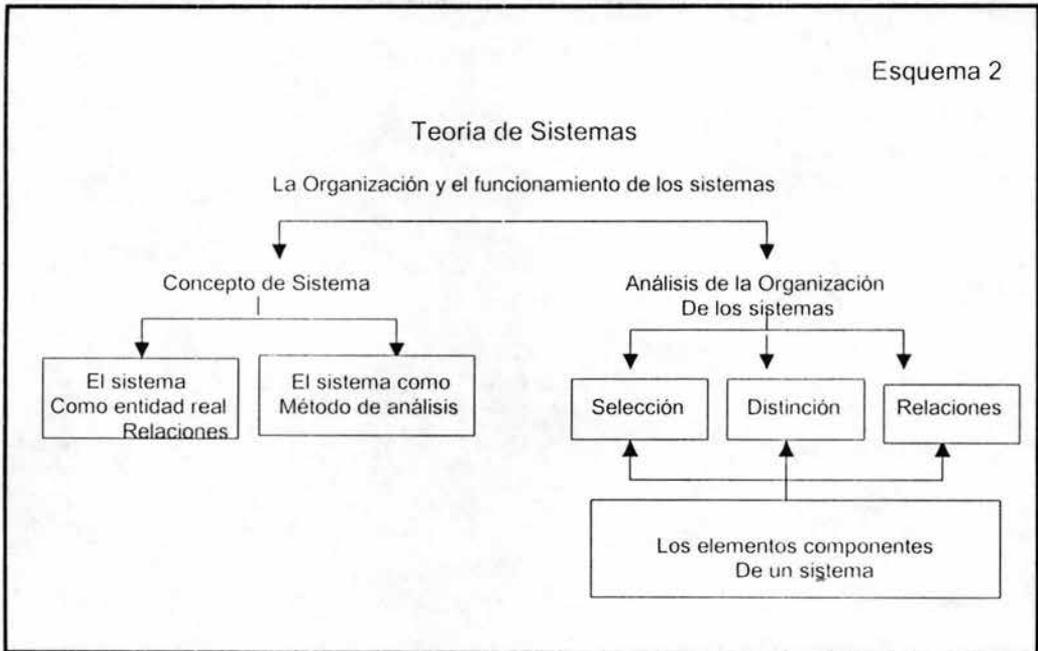
Tal estudio sistemático sólo es posible, si el objeto posee alguna organización, es decir, que sea un sistema a nivel real.

Un objeto de estudio está organizado, y por lo tanto, puede ser analizado como un sistema, cuando los componentes han sido seleccionados, se distinguen y se relacionan entre sí.

---

<sup>1</sup> Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación, Epistemología y Análisis de la Referencia, México, ENEP, Acatlán, UNAM, 1992. p. 94 – 95.

El esquema 2 da cuenta de los contenidos antes expuestos:



Estas características se explican como consecuencia de su pertenencia al sistema. "Un componente pertenece a un sistema cuando su existencia en el interior del sistema es necesaria para que el sistema funcione o permanezca organizado como tal. Esta relación entre el componente y el sistema quiere decir que el primero está implicado en el funcionamiento y/o en la reproducción del segundo"<sup>2</sup>

La implicación del elemento en el sistema puede ser obligatoria y/u optativa.

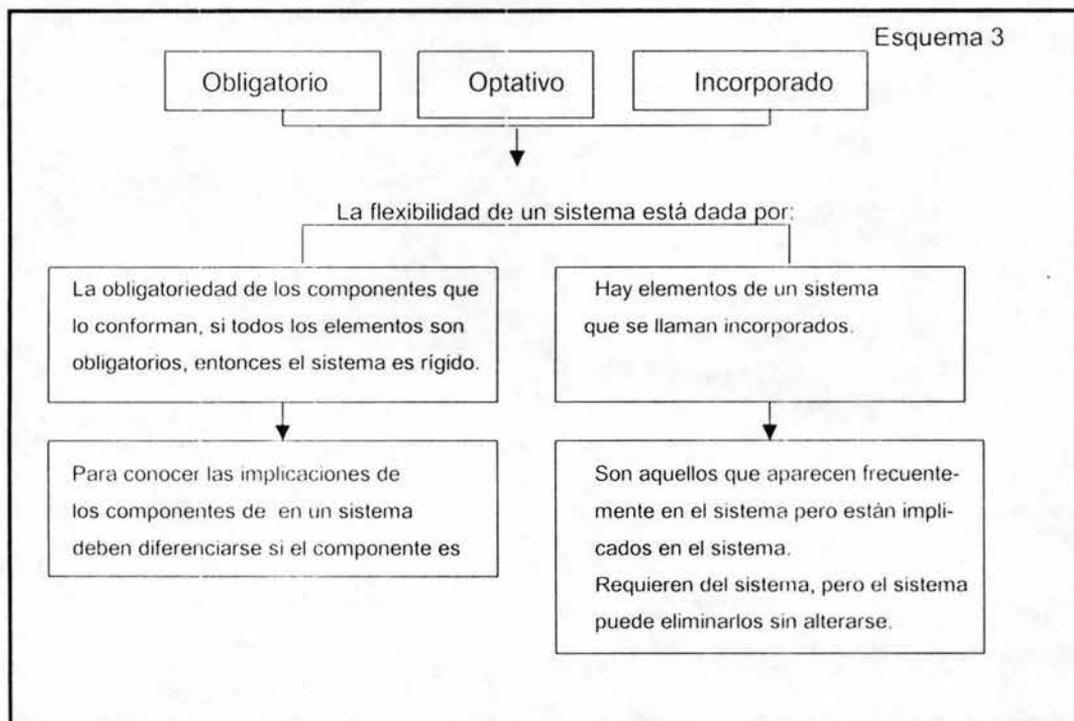
Es obligatoria cuando la desaparición de ese elemento provoca la desaparición, la transformación o la incapacidad para funcionar como sistema.

<sup>2</sup> Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Comunicación, Epistemología y Análisis de la Referencia*, México, ENEP, Acatlán, UNAM, 1992. p. 96 - 97

Y es optativa cuando el sistema puede funcionar sin desaparecer o reproducirse sin transformarse en otro sistema, sustituyendo ese componente por otro.

En la medida en que cada sistema selecciona componentes obligatorios y optativos indica la flexibilidad que posee la organización del sistema. Un sistema en el que todos sus componentes son obligatorios sería rígido; y uno en el que todos sus componentes son optativos sería elástico.

Sin embargo, hay elementos que sin ser obligatorios ni optativos, se encuentran frecuentemente en la organización del sistema pero no están implicados en él, se denominan elementos incorporados al sistema. Como se aprecia en el esquema 3.



“Un componente se distingue de otro u otros en el interior de un sistema dado, cuando las diferencias que exista entre ellos, o sus diferentes comportamientos son necesarios para que el sistema funcione o permanezca organizado como tal sistema”.<sup>3</sup>

Existen dos clases de diferenciación:

**Estructural:** Se refiere al espacio específico, al lugar físico que ocupa el componente dentro de ese sistema y nadie puede ocupar esa posición y a su vez ese componente no puede ocupar la de otro.

**Funcional:** La existencia de cada elemento es necesaria para que asuma al menos una de las dos funciones que existen en el sistema y esa función no puede ser asumida u ocupada por otro (s) elemento (s).

Cabe destacar que en un sistema, el número de componentes viene definido por el repertorio de elementos diferenciados, y no por el número total de elementos. El total de componentes que diferencia el sistema es un indicador de su tamaño. El sistema más pequeño es aquel en el que sólo cabe diferenciar dos componentes. Por ejemplo, el sistema comunicativo tiene cuatro componentes diferenciados y por ende se considera un sistema entre los sistemas grandes.<sup>4</sup>

**Relación entre los componentes:** “Un componente pertenece a un sistema dado cuando las relaciones que establece con otro u otros componentes del sistema son necesarias para que el sistema funcione o permanezca organizado como tal”.<sup>5</sup> A estas relaciones se les identifica como Dependencias, indicando que el estado de cada componente se ve afectado por otro u otros componentes.

<sup>3</sup> Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Comunicación, Epistemología y Análisis de la Referencia*, México, ENEP, Acatlán, UNAM, 1992. p. 98 - 99

<sup>4</sup> Gallo Romo, Olga. *Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación*. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003.

<sup>5</sup> Martín Serrano, Manuel. *Op cit.* P. 100 - 101

Las dependencias que pueden existir entre los componentes de un sistema son tres:

- Solidarias: Cuando el cambio del componente afecta necesariamente a otro (s) y viceversa.
- Causales: Cuando el cambio de un componente afecta a otro (s) pero no a la inversa.
- Específicas: Cuando el cambio de un componente afecta a otro (s) en algunas ocasiones y en otras no.

La distribución que existe en el sistema entre relaciones de carácter específico, por una parte, y de carácter solidario o causal, por otra, es un indicador de la constricción que caracteriza a la organización del sistema. "El sistema más constreñido sería aquel en el cual todas las relaciones que existen entre sus componentes fuesen solidarias. A medida que las relaciones solidarias dejen paso a las relaciones causales, disminuye la constricción. El sistema menos constreñido sería aquel en el cual todas las relaciones que existen entre sus componentes fuesen de carácter específico".<sup>6</sup>

"La dependencia entre los componentes de un sistema no significa, necesariamente, que cada elemento tenga que mantener relaciones directas de afectación con todos y cada uno de los elementos. Para que un componente permanezca a un sistema, basta con el hecho de que mantenga al menos una relación directa con otros componentes, que una sola vez lo afecta, aunque ese efecto sea manifestado posteriormente al momento en que se sucedió".<sup>7</sup>

---

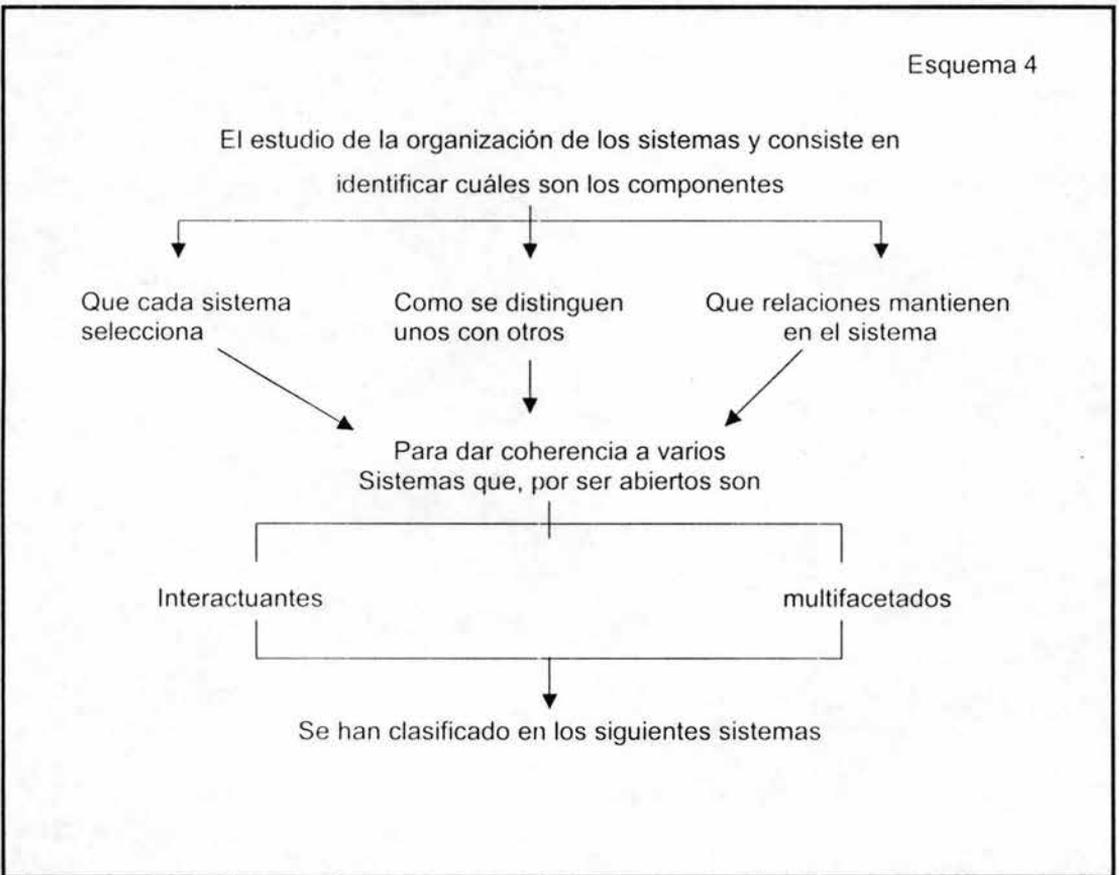
<sup>6</sup> Martín Serrano, Manuel. Teoría de la Comunicación, Epistemología y Análisis de la Referencia, México, ENEP, Acatlán, UNAM, 1992 p. 102

<sup>7</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003.

Análisis sistémico y predictivo.

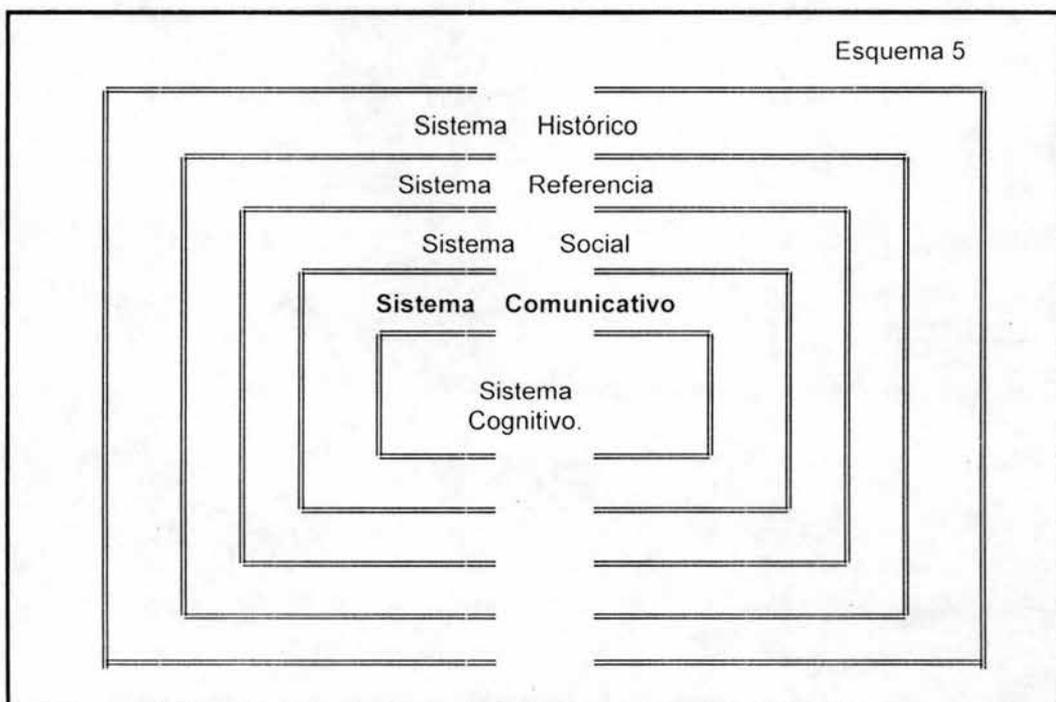
Al realizar un análisis sistémico, se advierte que cuando se desea expresar un sistema en un modelo, es necesario conocer cómo es primordialmente el sistema, de que manera funciona, cuáles son los componentes implicados en forma obligatoria u optativa, sus diferencias estructurales o funcionales, sus dependencias solidarias, causales o específicas que se relacionan entre sí.

Lo anterior se aprecia en el esquema 4.



De este modo se propone un modelo que trata de dar coherencia a varios sistemas que, por ser abiertos, son interactuantes y por tanto multiafectados, el esquema es el siguiente:

"Analizar de manera sistemáticamente los distintos componentes que intervienen en el sistema de comunicación [SC]. Sistematizar el análisis de las interdependencias existentes entre [SC] y [SS]. Aclarar las relaciones que la comunicación establece con los referentes [SR]. Reconocer que tanto el [SC] como el [SS] y el [SR] se constituyen como subsistemas en el interior de otro sistema más general: El sistema histórico".<sup>8</sup> Como se puede observar en el esquema 5



<sup>8</sup> Torres Lima Héctor Jesús, Comunicación Educativa: Objeto de Estudio Áreas de Trabajo, Tesis de Maestría en Pedagogía. UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, México.

## Sistemas Finalizados

"Todo sistema cuya organización y/o funcionamiento se vean afectados por la intervención humana son sistemas finalizados".<sup>9</sup>

La distribución que existe en el sistema entre relaciones de carácter específico, por una parte, y de carácter solidario o causal, por otra, es un indicador de la constricción que caracteriza a la organización del sistema.

"El sistema más constreñido sería aquel en el cual todas las relaciones que existen entre sus componentes fuesen solidarias. A medida que las relaciones solidarias dejen paso a relaciones causales, disminuye la constricción. El sistema menos constreñido sería aquel en el cual todas las relaciones que existen entre sus componentes fuesen de carácter específico".<sup>10</sup>

### 1.2. Sistema Comunicativo

#### 1.2.1. Propuesta de un Modelo Dialéctico para el estudio del Sistema Comunicativo.

La comunicación humana presenta todas y cada una de las características que identifican a los sistemas finalizados:

- a) "En la comunicación intervienen componentes cuyas relaciones están organizadas.
- b) Los componentes de la comunicación son heterogéneos y asumen funciones diferenciadas en el proceso comunicativa.

<sup>9</sup> Martín Serrano, Manuel. Tema 5. Concepto de Sistema en Teoría de la Comunicación, Epistemología y análisis de la referencia. México, E.N.E.P. Acatlán, UNAM, 1992. p.107

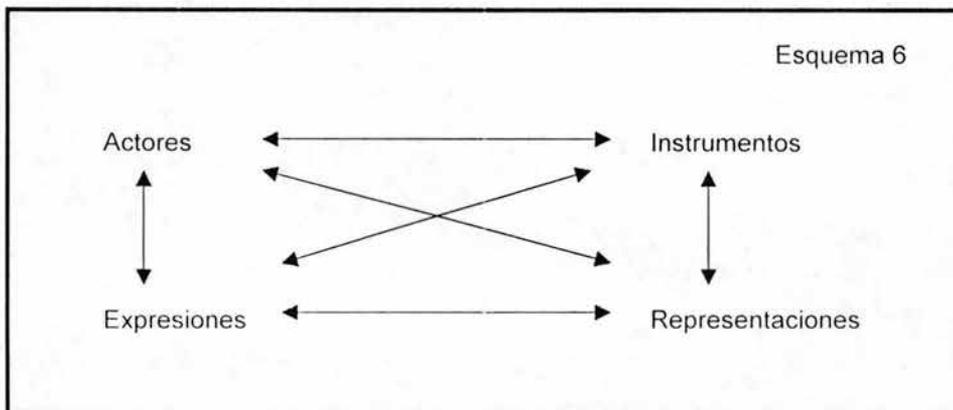
<sup>10</sup> Martín Serrano, Manuel. Tema 5. Concepto de Sistema en Teoría de la Comunicación, Epistemología y análisis de la referencia. México, E.N.E.P. Acatlán, UNAM, 1992. p. 102

- c) La comunicación humana persigue un fin. La comunicación entre Actores humanos aparece como un sistema finalizado, cuyos componentes están constreñidos a ocupar las posiciones y cumplir las funciones que les asignan los comunicadores".<sup>11</sup>

Estas características de la comunicación permiten estudiar los intercambios de información como procesos que ocurren en el interior de un sistema: El Sistema de Comunicación, el cual identificaremos como [SC].

Un sistema finalizado es donde intervienen componentes cuyas relaciones están organizadas. Cuando interviene la mano del hombre.

Dada la interdependencia del [SC] con otros sistemas (principalmente el Sistema Social, [SS]) sus elementos participan en otros sistemas; estos elementos se aprecian en el esquema 6 y son:



<sup>11</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003.

"Se considera que un modelo pretende estudiar la comunicación como un sistema general cuando quiere formular principios teóricos o metodológicos, que, serían válidos para su posterior aplicación a sistemas concretos de comunicación".<sup>12</sup>

### 1.2.2. Actores:

- a) "Las personas físicas que en nombre propio o como portavoces o representantes de otras personas, grupos, instituciones u organizaciones entran en comunicación con otros Actores.
- b) "Las personas físicas por cuya mediación técnica unos Actores pueden comunicar con otros, siempre que su intervención técnica en el proceso comunicativo excluya o modifique a los datos de referencias proporcionados por los otros actores".<sup>13</sup>

Los Actores, quienes están implicados directamente en la producción, el consumo, o la distribución de comunicación, por su función pueden distinguirse entre dos clases:

Los que se sirven de la comunicación: Son aquellos que son responsables de la información que circula en el sistema de comunicación o aquellos que son responsables de su consumo.

Los que sirven a la comunicación: "Aquellos que ponen en circulación información elaborada por otros actores y consumida por terceros, siempre que su intervención afecte a los datos de referencia que le llegan a Alter".<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

<sup>13</sup> Martín Serrano, Manuel. Tema 5. Concepto de Sistema en Teoría de la Comunicación, Epistemología y análisis de la referencia, México, E.N.E.P. Acatlán, UNAM, 1992. p. 161

<sup>14</sup> Martín Serrano, Manuel. Tema 5. Concepto de Sistema en Teoría de la Comunicación, Epistemología y análisis de la referencia, México, E.N.E.P. Acatlán, UNAM, 1992. p. 102

De esta manera, la diferenciación funcional, en el proceso comunicativo, frecuentemente no se respeta ya que ambas funciones pueden coincidir en un mismo Actor.

### 1.2.3. Instrumentos:

Los instrumentos de comunicación son: " todos los aparatos biológicos o instrumentos tecnológicos que pueden acoplarse a otros aparatos biológicos o tecnológicos para obtener la producción, el intercambio y la recepción de señales".<sup>15</sup>

Los biológicos son: El aparato fonológico, el aparato motriz, el cuerpo.

Los tecnológicos se dividen en Amplificadores y Traductores.

Amplificadores: Aparatos de sonido. No modifican la naturaleza de la señal: micrófono, teléfono, etc.

Traductores: Cambian o traducen señales acústicas, luminosas, electromagnéticas en otra materia o energía: TV, radio, telégrafo eléctrico, internet, etc.

Los instrumentos son amplificadores que pueden salvar la distancia física o temporal entre los Actores. Algunos instrumentos son capaces además de traducir señales de un sistema energético a otro.<sup>16</sup>

<sup>15</sup> Martín Serrano, Manuel. Tema 5. Concepto de Sistema en Teoría de la Comunicación, Epistemología y análisis de la referencia, México, E.N.E.P. Acatlán, UNAM, 1992. p. 163

<sup>16</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

#### 1.2.4. Expresiones:

El proceso de generación de expresiones es el siguiente.

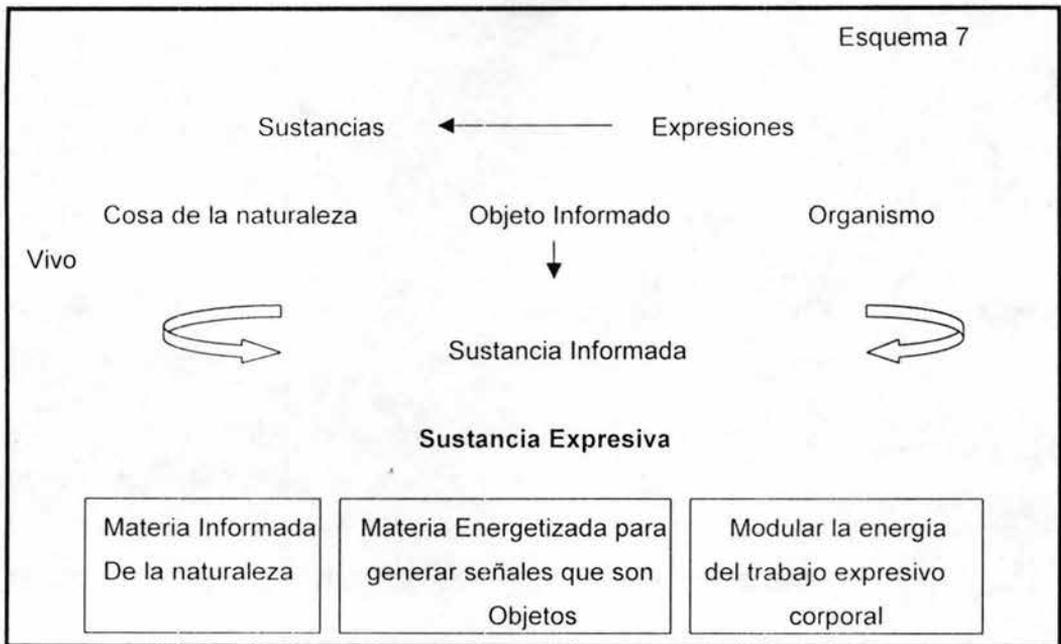
- Sustancia: En primer lugar debe existir una sustancia, ésta puede ser: una cosa de la naturaleza, un objeto fabricado o un organismo vivo.
- Sustancias Informada: En segundo lugar se dota de información a la sustancia, es decir se hace una mediación cognitiva en la cual se determina que ocurrirá con dicha sustancia.
- Sustancia Expresiva: A continuación, el Actor debe alterar la sustancia de forma temporal o permanente, por medio de un trabajo expresivo, es decir a través de cierta clase de operaciones que lleva a cabo Ego<sup>17</sup> con la materia de la sustancia cuando modifica su estado.

"Expresiones: Se transforma en expresión cuando se acabo de dar forma a la sustancia. Esto significa que: las expresiones son las modificaciones que sufre la materia de la sustancia expresiva consecuencia del trabajo de Ego, gracias a las cuales se le confiere a la propia sustancia expresiva un uso relevante en la interacción comunicativa: Las expresiones aparecen en la materia de la sustancia expresiva como un cambio de lugar, un cambio de forma, una huella, una traza".<sup>18</sup> Como se presenta en el esquema 7.

---

<sup>17</sup> Se entenderá por Ego al primer actor que en una determinada interacción inicia el intercambio comunicativo y a Alter para referirse al actor (o actores) que en esta misma interacción resulta ser solicitado comunicativamente por Ego. Martín Serrano, Teoría de la Comunicación, p. 13.

<sup>18</sup> Martín Serrano, Manuel. Tema 5. Concepto de Sistema en Teoría de la Comunicación, Epistemología y análisis de la referencia, México, E.N.E.P. Acatlán, UNAM, 1992. p. 165 - 167



### 1.2.5. Representaciones:

"Conjunto de datos de referencia proporcionados por el producto comunicativo, en un modelo que posee algún sentido para el usuario o los usuarios de esa representación".<sup>19</sup>

Las representaciones pueden diferenciarse según su uso:

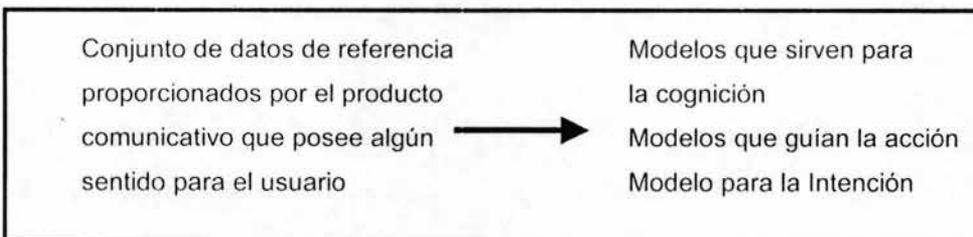
- a) Representaciones que son modelos para la acción. Dan a la información un sentido que afecta al comportamiento.
- b) Representaciones que son modelos para la cognición. Dan a la información un sentido que afecta al conocimiento.

<sup>19</sup> Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Comunicación, Epistemología y Análisis de la Referencia*, México, E.N.E.P. Acatlán, UNAM, 1992. p. 167 - 168

- c) Representaciones que son modelos intencionales. Dan a la información un sentido que afecta a los juicios de valor.

Se debe destacar que no es posible comunicar si el trabajo expresivo<sup>20</sup> de Ego y el trabajo preceptor de Alter, no están guiados por las representaciones. Incluso, la comunicación se hace ineficaz cuando la representación que guió el trabajo expresivo de Ego no se corresponde con la que rige el trabajo perceptivo de Alter.

Por otro lado, no toda representación se elabora – necesariamente - a partir de la información proporcionada por los datos de la comunicación, y “ni siquiera es cierto que todas las representaciones que intervienen en la misma comunicación se hayan completado y hayan adquirido su sentido gracias al intercambio comunicativo”.<sup>21</sup>



### 1.2.1. Relaciones del Sistema Comunicativo con otros Sistemas

“El modelo dialéctico de la comunicación no quedaría totalmente explicado si no se menciona que hay otros sistemas que interviene en el funcionamiento: los

<sup>20</sup> Se entiende por Trabajo Expresivo “la clase de operaciones que lleva a cabo Ego con la materia de la sustancia expresiva, cuando modifica su estado. Martín Serrano, *Teoría de la Comunicación*, p.15

<sup>21</sup> Martín Serrano, Manuel. *Teoría de la Comunicación, Epistemología y Análisis de la Referencia*, México, E.N.E.P. Acatlán, UNAM, 1992. p. 169

objetos de referencia de la comunicación y las intervenciones y mediaciones originadas en el sistema social".<sup>22</sup>

"Por intervención del [SS] sobre el [SC] se entiende toda práctica personal o institucional que afecta a algunos de los componentes del sistema de comunicación o al sistema en su conjunto".<sup>23</sup>

"En sentido inverso, el [SC] puede utilizarse como un interventor que controla el funcionamiento de alguna institución o de alguna práctica social. Mediante la comunicación cabe intervenir sobre las necesidades, los valores y, en general, sobre los modelos del mundo que caracterizan a los diferentes grupos humanos.

Es así como el objeto sobre el que se comunica no pertenece al sistema comunicativo y no puede ser encontrado en los Actores, Instrumentos, Expresiones y Representaciones. Además: no existe comunicación sin objeto de referencia, aunque pueda existir un objeto de referencia que no exista en el sentido físico de la palabra, por ejemplo El unicornio".<sup>24</sup>

La penetración del Sistema Referencial [SR] y el [SC] se produce por la mediación de los datos de referencia. Los datos de referencia (referidos a un objeto de referencia) son, desde el punto de vista físico, un conjunto de energías moduladas; desde el punto de vista perceptivo, un conjunto de estímulos expresivos; desde el punto de vista de la teoría de la información, un conjunto de expresiones asociadas a un conjunto de representaciones".<sup>25</sup>

<sup>22</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

<sup>23</sup> Martín Serrano, Manuel. Tema 5. Concepto de Sistema en Teoría de la Comunicación, Epistemología y análisis de la referencia, México, E.N.E.P. Acatlán, UNAM, 1992. p. 172

<sup>24</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

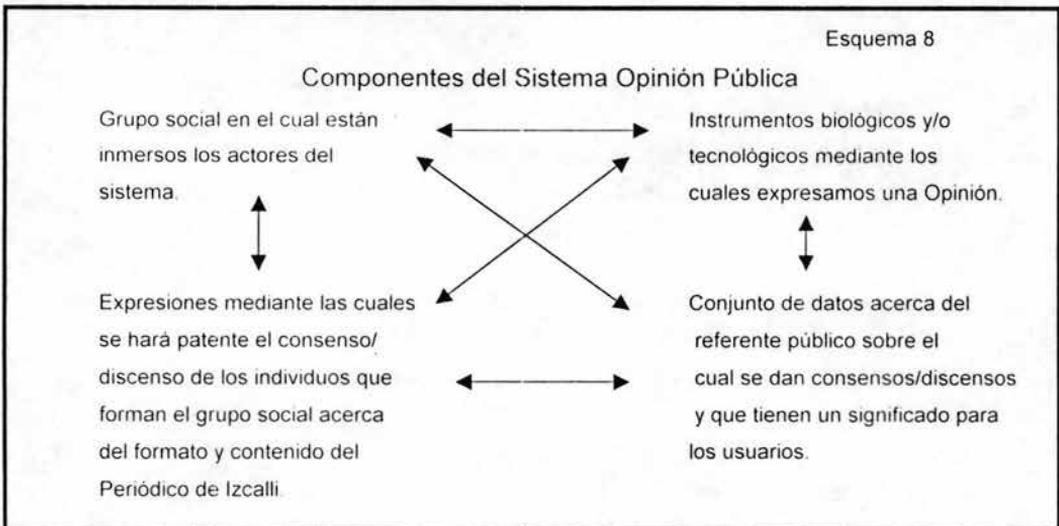
<sup>25</sup> Martín Serrano, Manuel. Tema 5. Concepto de Sistema en Teoría de la Comunicación, Epistemología y análisis de la referencia, México, E.N.E.P. Acatlán, UNAM, 1992. p. 171

### 1. 3. Identificación y Relación entre los elementos del Sistema Opinión Pública.

"Con base en lo anterior, se considera a la Opinión Pública como un subsistema del sistema de la comunicación. La relación entre ésta y el Sistema Comunicativo se establece bajo las condiciones del Modelo Dialéctico de la Comunicación propuesto por Manuel Martín Serrano, al afirmar que la Opinión Pública es un sistema porque ésta cumple con los parámetros establecidos en cuanto a la identificación, relación y selección de sus componentes.

Se parte de la idea de que la Opinión Pública forma parte del Sistema Comunicativo porque su único instrumento, tanto de acción como de análisis, es la expresión, y ésta, precisamente, es el elemento definitorio de ambos sistemas".<sup>26</sup>

La Opinión Pública es un subsistema perteneciente al [SC ya que comparte con él a sus elementos estructurales (Actores, Instrumentos, Expresiones y Representaciones). Como se aprecia en el esquema 8.



<sup>26</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

La Opinión Pública se observa a través de la expresión y permite el consenso y disenso de los asuntos de interés público.

La Opinión Pública sólo puede ser ejercida, entendida y analizada por el grupo social a partir de la expresión.

El sistema Comunicativo establece las relaciones solidarias, causales o específicas con otros Sistemas, así como directas e indirectas.

La Comunicación sirve para que el hombre exprese sus pensamientos, emociones, expresiones con el fin de que sean escuchados, conocidos y tal vez aceptados.

Si el hombre no expresará sus opiniones éstas no serán conocidas; es decir, una necesidad no expresada no puede obtener su satisfactor social.

Conclusión: Las expresiones emitidas por los miembros de un grupo social es lo que importa a la Opinión Pública.

“Se definirá a la Opinión Pública como el conjunto de expresiones de los individuos del grupo social que tiene un referente público, entendiendo como público a todo aquello que interesa y/o afecta al grupo social en sí mismo”<sup>27</sup>.

Las temáticas de lo público son:

1. Sobrevivencia del grupo social.
2. La producción de bienes materiales e inmateriales.
3. La conservación de la propiedad privada, (territorios, medios de producción y mercancía o bienes).

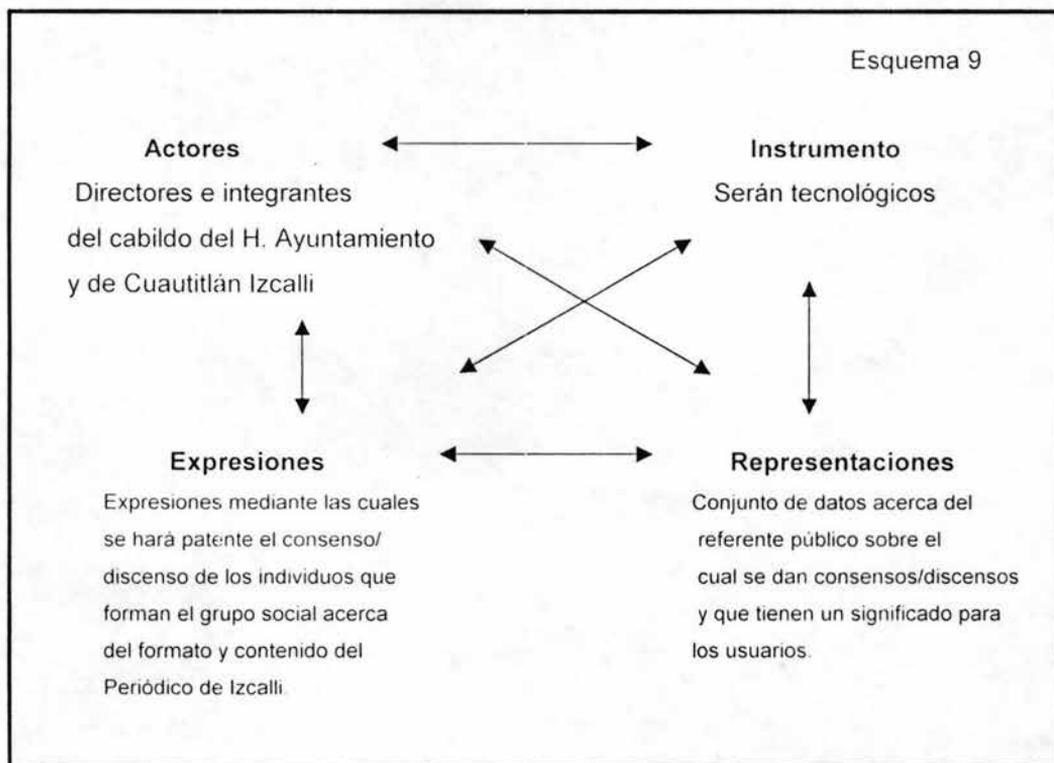
---

<sup>27</sup> Definición proporcionada al interior del Seminario.

4. El Estado (ejercicio del poder y sus consecuentes formas de acción).
5. La Cultura.
6. La Ecología.

### 1.3.1 Identificación de los elementos de la Opinión Pública, en el referente por investigar.

A continuación se presenta en el esquema 9, la relación de los componentes del sistema Opinión Pública en el referente por estudiar.



#### 1. 4. Teoría de la Mediación Social.

Otra teoría que sirve de sustento, como ya se mencionó, es la teoría de la Mediación Social por lo que es necesario plantear los conceptos que se utilizarán para el desarrollo de este trabajo de investigación.

Se presenta un resumen de la Teoría de la Mediación Social de la tesis de licenciatura de Venus Armenta Fraga, "Análisis de las representaciones contenidas en las expresiones de perceptores de Televisión".

"La Teoría de la Mediación Social se vislumbra como paradigma teórico capaz de interpretar y sistematizar la diversidad de elementos que se constituyen al interior de un proceso social, es decir, tal teoría permite dar un orden a las cosas, objetos, hechos y conceptos que se han estado dando, de acuerdo al grado de desarrollo de las sociedades occidentales. Ese orden se puede formalizar en modelos que Martín Serrano nombra "mediacionales"; se parte de la explicación de que un modelo es comparable a un código. El código afirma es un sistema de posibilidades, superpuestos a la igualdad de probabilidades del sistema en su origen para facilitar su dominio comunicativo (cambio)"<sup>28</sup>

La teoría de la Mediación Social es el paradigma teórico capaz de interpretar y sistematizar. La diversidad de elementos que se constituyen el interior de un proceso social. De organizar e interpretar la realidad en el tiempo. Tal teoría permite darle un orden.

Se afirma que un modelo es comparable a un código porque:

- a) Puede interpretarse como mero sistema codificante que significa lo mismo que una estructura.
- b) Si todo modelo es un código entonces significa lo mismo que coerción.

---

<sup>28</sup>Torres Lima Héctor Jesús, Comunicación Educativa: Objeto de Estudio Áreas de Trabajo. Tesis de Maestría en Pedagogía. UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, México, p. 24

Estructura: Estructura y código son modelos que permiten unificar la diversidad del acontecer desde el punto de vista sociocultural compartido "a priori" por el mediador y los receptores.

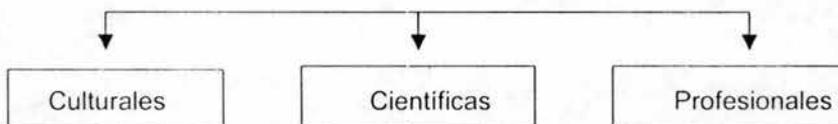
Coerción: El modelo de coerción explica que el código es una forma de tomar partido acerca de "lo que ocurre", lo que equivale a decir que "código" e ideología son términos que designan, en ese contexto, a la misma cosa.

"Tal información contenida en el modelo de la mediación indica los grados de libertad de las definiciones de la realidad, de las interpretaciones alternativas que pueda tomar un miembro de la comunidad respecto al significado del acontecer, respetando el código. Los códigos se hacen más restrictivos o más abiertos según las circunstancias sociales que atraviesa el grupo".<sup>29</sup>

- a) La significación del código como Control social es una Constante Cultural.
- b) En la medida que el mediador utiliza los mismos supersignos para pensar y actuar, orden equivalente al modo establecido para entenderse con el mundo.

Cuando por alguna razón este orden social produce alteraciones, ya sea por ajuste entre normas, tecnología o personalidad, las instituciones mediadoras, creadas justamente para ello, actúan como "giroscopios" restableciendo el equilibrio. A estos sistemas se les denomina. Modelos de Integración.

La mediación suele encomendarse a instituciones.



<sup>29</sup> Torres Lima Héctor Jesús, Comunicación Educativa: Objeto de Estudio Áreas de Trabajo, Tesis de Maestría en Pedagogía. UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, México p. 25

Cuando el mediador introduce un modelo de orden entre las cosas para ofrecer una visión estable del mundo se produce un cambio importante. La información del mediador cesa de tener por objeto la realidad original, y por el contrario, por la realidad trata de explicar el orden, como una forma de interpretar al mundo.

Se puede hablar de mediación sólo cuando determinados significados deben de asumir ciertos significantes, y cuando se atribuyen los segundos a los primeros, existe un código mediador, es decir, es requisito fundamental la existencia de un referente común.

Dado que el referente constituye en la comunicación el fundamento material de la veracidad, se dice con respecto a él que la comunicación es objetiva.

Por esta razón se adopta a la relación que establece el médium con el referente como criterio para clasificar a los media desde el punto de vista de la comunicación, según las características de sus lenguajes.

### Características de los Lenguajes

Relación de signo con el referente	Relación del mensaje con el referente		Características de los códigos
Abstractos	Acrónico Libro/ radio	Sincrónico radio	Particulares
Iconicos	Cine T.V.	Media Index T.V. Internet	Generales
Características de los mensajes	Control del mediador	Resistente al control del mediador	

### 1.4.1. Planos de la Mediación.

“Cuando se priva al receptor y al emisor de los códigos particulares emerge la incomunicación, porque los códigos sociales generales no sirven para esclarecer la realidad, “carecen de sentido”. Dada la falta de elementos para interpretar el mensaje, el receptor se sitúa en una función disonante. La disonancia estriba en los estereotipos que éste usa para analizar la comunicación. Para la reducción de la disonancia, Serrano plantea la existencia de tres planos.<sup>30</sup> Como se presenta en el esquema 10.



1. Planos de la situación: Está constituido por los cambios que el acontecer opera en la realidad social, un suceso que afecta al grupo, una norma que cambia, un código nuevo, etc.
2. Plano de los principia: Constituido por las consistencias cuya preservación es fundamental para la reproducción del grupo; bienes de producción, normas, etc.

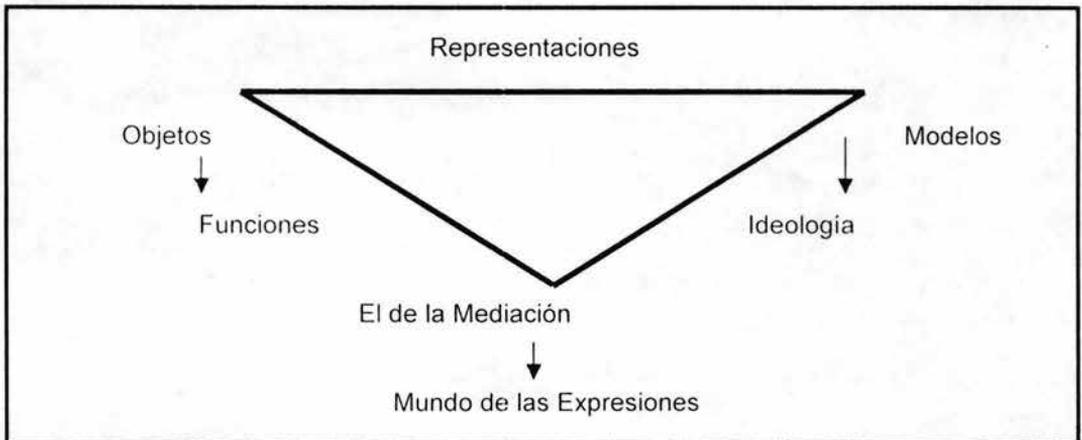
<sup>30</sup>Torres Lima Héctor Jesús. *Comunicación Educativa. Objeto de Estudio Áreas de Trabajo*. Tesis de Maestría en Pedagogía. UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, México. p. 36

3. Plano de lo mediado: Es el plano cognitivo en el que se verifica un proceso de interacción entre los otros dos planos.

Para que se dé la consonancia en la que se funda el consenso social es necesario que exista un referente. Cuando los referentes de la situación son heterogéneos respecto al de los principia, el proceso de mediación requiere la participación de un referente común. Es el momento en que el mediador introduce los códigos para que sirvan como referente, con la función de reducir la disonancia entre el plano de la situación y el plano de los principia.<sup>31</sup>

Planos		Mediados		
	Objeto	Referente	Objeto	
Situación	Modelos Actos		Modelos Actos	Principia
	Significante	Código	Significado	

En cuanto a las clases de códigos mediadores, Martín Serrano propone la distinción entre tres tipos de mediaciones en función de los referentes mediados:



<sup>31</sup> Torres Lima Héctor Jesús, *Comunicación Educativa: Objeto de Estudio Áreas de Trabajo*, Tesis de Maestría en Pedagogía. UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, México.

“Son representaciones las mediaciones que reducen la disonancia entre objetos y los modelos.

Son ideologías las mediaciones que reducen la disonancia entre los modelos y los actos expresivos.

Son funciones las mediaciones que reducen la disonancia entre los objetos y los actos expresivos”.

“Los tres tipos de códigos usados en la mediación tienen en común que pueden ser expresados mediante un modelo lógico. Tanto las funciones, las ideologías y las representaciones son directamente comparables entre sí; no en el plano de sus respectivos contenidos, sino en el plano de sus formas lógicas, es decir, a nivel metalingüístico”.<sup>32</sup>

Siempre va a poder estudiar la sociedad desde 2 aspectos:

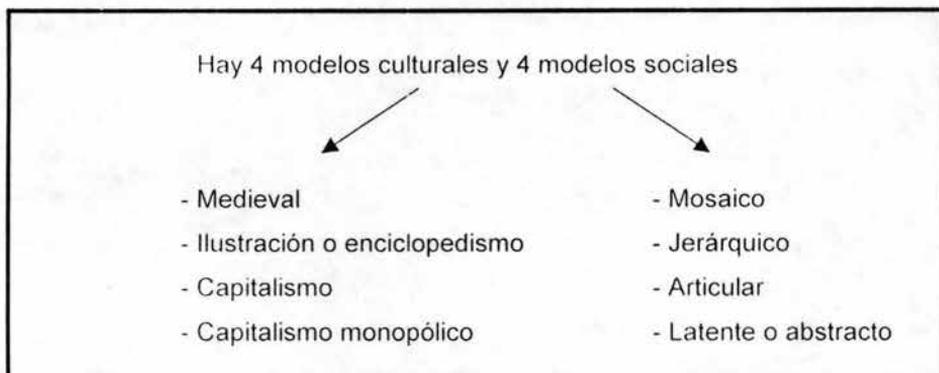
Industrial / tecnológico

Cultural

La mediación se propone como el análisis histórico de las relaciones sociales.

---

<sup>32</sup> Torres Lima Héctor Jesús. Comunicación Educativa: Objeto de Estudio Áreas de Trabajo. Tesis de Maestría en Pedagogía. UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, México.



#### 1.4.2. Modelos Culturales

**Medieval:** "En la época medieval no existía la percepción cultural de un medio artificial (creado por el hombre) en oposición de un medio natural; sino que los objetos fabricados eran percibidos como una réplica de la naturaleza, obra de Dios; sólo existía un creador; y, por tanto la actividad del hombre era una actividad de re – creación".

"Para la visión medieval del mundo, era natural todo lo que estaba patente, todo lo perceptible al ojo humano o sentidos y lo artificial, aquellos efectos que escapaban a tal percepción, se concebían como mágicos, así como la mayor parte de los procesos biológicos y químicos (época denominada oscurantismo)".

"La ruptura de la concepción medieval se originó, entre otras cosas gracias a la fabricación de las lentes; con ellas se puso de manifiesto un mundo ajeno a la percepción humana, otro mundo natural donde regía el orden; se hizo evidente la configuración celular y la visualización en el espacio de un número considerable de astros. A partir de entonces se considera natural lo que responde a principios universales formulados de manera abstracta; según Galileo Galilei, la naturaleza sólo contemplaba una lectura posible, la abstracta. "Las cosas naturales expresan

formas y proporciones geométricas; el mundo es un dato para el conocimiento y no para la contemplación"<sup>33</sup>

"Este giro conceptual hizo posible la ciencia experimental. A partir del momento en que el hombre se permite experimentar con el mundo no sólo nace un nuevo objeto del saber, también emerge un nuevo sujeto de la historia que contempla ya el uso de la razón. Esto es, justamente, lo que constituye el segundo modelo mediador"<sup>34</sup>.

**Ilustración o Enciclopedismo:** "El hombre busca el conocimiento por medio del raciocinio y la inteligencia, mediante la disección y exploración de la naturaleza. En esta época se busca la felicidad mediante la fabricación de objetos materiales como una forma de sustitución del mundo natural".

"Lo natural se subordinó al medio artificial; pero ambos permanecieron armonizados en tanto que la burguesía (agraria) concibió que las leyes (naturales) y las constricciones (sociales) eran igualmente reflejo de la razón".<sup>35</sup>

"La sustitución de la burguesía agraria por la industrial, (generada gracias a la productividad), representa el ocaso del naturalismo sociológico. La naturaleza no expresa ya la razón, tiene que ser dominada por ella. Así, la tecnología y la cultura abandonan definitivamente su alianza con la naturaleza para oponerse a ella, la razón triunfa como productividad tecnológica y como represión a dentro de la socialización".

Es en este momento, cuando aparecen con "toda nitidez las líneas maestras que sostienen la visión del mundo de la burguesía industrial:

<sup>33</sup> Torres Lima Héctor Jesús, Comunicación Educativa: Objeto de Estudio Áreas de Trabajo, Tesis de Maestría en Pedagogía. UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, México.

<sup>34</sup> Torres Lima Héctor Jesús, Comunicación Educativa: Objeto de Estudio Áreas de Trabajo, Tesis de Maestría en Pedagogía. UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, México.

<sup>35</sup> Torres Lima Héctor Jesús, Comunicación Educativa: Objeto de Estudio Áreas de Trabajo, Tesis de Maestría en Pedagogía. UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, México.

1. Concepto de un ajuste armonioso entre la innovación tecnológica y el desarrollo cultural sustentado de la hipótesis de que cultura y tecnología expresan la misma racionalidad.
2. Concepción de una antítesis entre la razón y la naturaleza".

"Sin embargo, existe una contradicción entre ambas concepciones: si bien la primera se plantea armonía entre tecnología y desarrollo cultural (progreso), en la segunda se rompe tal esquema al inferir la ruptura entre razón y naturaleza. En efecto, la implantación de este orden tecnológico sólo logró la instauración de una sociedad a la que únicamente le interesaba la productividad. Con estos argumentos, Serrano da paso al tercer modelo".<sup>36</sup>

**El Capitalismo:** "Gracias al desarrollo tecnológico, la burguesía industrial había logrado acrecentar en gran escala la productividad, hasta entonces impensada; había racionalizado a la producción introduciendo la división social del trabajo entre unos hombres, propietarios de los medios de producción y otros, meros propietarios de su fuerza de trabajo".

"El resultado de este proceso "desmentía las esperanzas puestas en el logro de la liberación de la sociedad civil por la vía de la razón: la sociedad no era más justa ni los hombres más libres. Los cambios ocurrían de tal manera, que a medida que las técnicas eran más racionales y las riquezas materiales más abundantes, las relaciones sociales eran más irracionales y la cultura del pueblo más pobre".

"La razón se mostraba incapaz de desarrollar una cultura de liberación. La hipótesis de que la tecnología y la cultura constituían procesos que avanzan solidariamente de manera armoniosa, resultaba falsa".

---

<sup>36</sup> Torres Lima Héctor Jesús, Comunicación Educativa: Objeto de Estudio Áreas de Trabajo, Tesis de Maestría en Pedagogía. UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, México.

"Conforme se solidificaba el dominio burgués sobre el proletariado, la naturaleza iba perdiendo terreno. Poco a poco el hombre se percataba de que el habitat natural se había extinguido, era sustituido por infinidad de productos artificiales creados por el hombre mismo y en consecuencia el contacto con la naturaleza era cada vez más irreal".<sup>37</sup>

"El dominio capitalista adquirió dimensión tal, que la burguesía industrial delegó toda su autoridad para la implantación de una nueva forma de opresión: la burguesía monopolista. Cabe señalar que está cambio determinó algunas transformaciones importantes para la imagen ideológica del mundo. Constituye los rasgos que los sociólogos no marxistas describen como propios de la sociedad de consumo de masas; y con ello Serrano plantea el cuarto y último modelo cultural de la mediación".<sup>38</sup>

**El Capital Monopolista:** En esta nueva concepción de capital monopolista se vislumbran dos aseveraciones características:

1. "Se propone una aproximación de realidad fundada en una imagen perceptiva del mundo, apoyada en el sentido de la vista, en ves de un modelo fundado en una imagen abstracta.
2. Se supone una reconciliación total entre el medio natural y el artificial".

Esto es, la sustitución del modelo ideológico industrial por el nuevo modelo monopolista tiene que ver en cierta medida, con la existencia de los nuevos medios de comunicación".<sup>39</sup>

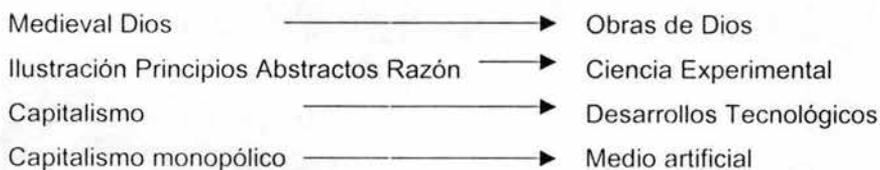
<sup>37</sup>Torres Lima Héctor Jesús, Comunicación Educativa: Objeto de Estudio Áreas de Trabajo. Tesis de Maestría en Pedagogía. UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, México. P. 44

<sup>38</sup>Torres Lima Héctor Jesús, Comunicación Educativa: Objeto de Estudio Áreas de Trabajo. Tesis de Maestría en Pedagogía. UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, México. p. 45

<sup>39</sup>Torres Lima Héctor Jesús, Comunicación Educativa: Objeto de Estudio Áreas de Trabajo. Tesis de Maestría en Pedagogía. UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, México. p. 45

"En efecto, la aparición de los medios de comunicación masiva hacen que las barreras conceptuales que separan al medio natural del artificial, de la tecnología y de la cultura, sean más frágiles. Los medios, señala Serrano, y en especial la televisión, transforman las cosas en signos de ellas mismas, proporcionando así representaciones casi idénticas de lo natural. "El sistema de producción no puede crear ese aspecto natural, pero sí puede, sin ningún esfuerzo, multiplicar reproducciones y ofrecerlas prácticamente gratis".

"De esta manera, el hombre se libera, en cierta forma, de la angustia que representa desenvolverse en un mundo humano artificial, dándose o no cuenta, de que tal mundo natural presentado a través de íconos y sonidos, sólo constituyen otro producto artificial".<sup>40</sup>



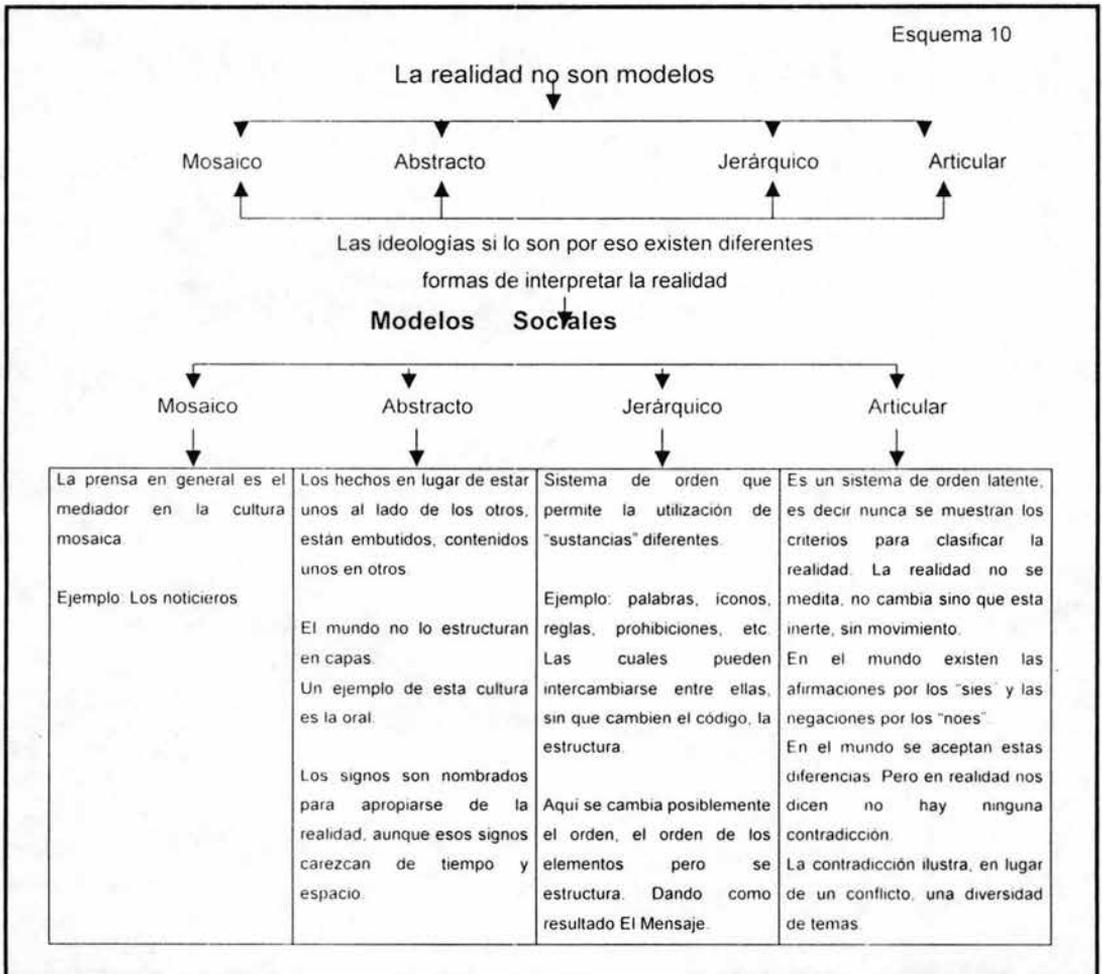
### 1.4.3. Modelos Sociales

"Cada forma de mediar al sociedad tiene un paralelo en una teoría cognoscitiva que puede ser referida a un modelo lógico; este modelo debe dejar que por su medio se exprese la ideología que se utiliza para interpretar al mundo".

"Como las ideologías están orientadas hacia el control social del grupo, el modelo ideológico debe ser relativamente simple, y lo más genérico posible para

<sup>40</sup>Torres Lima Héctor Jesús, Comunicación Educativa: Objeto de Estudio Áreas de Trabajo, Tesis de Maestría en Pedagogía. UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, México. p. 46

que pueda ser aplicado con eficiencia en cualquier situación concreta". Serrano afirma que existen cuatro modelos sociales de mediación diferentes: Mosaico, Jerárquico, Articulares y Latentes o Abstractos".<sup>41</sup> Lo anterior se aprecia en el esquema 10.



<sup>41</sup> Torres Lima Héctor Jesús. *Comunicación Educativa: Objeto de Estudio Áreas de Trabajo*. Tesis de Maestría en Pedagogía. UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, México. p. 46

Mosaico	—————▶	Datos deseados unos junto a otros
Latente o Abstracto	—————▶	Oculto Datos.
Jerárquico	—————▶	Datos Dependientes
Articular	—————▶	Cambio de código para transmitir los mismos datos.

### 1.5. La Naturaleza Comunicativa de la Opinión Pública.

La comunicación humana es una conquista de la evolución humana que ha permitido desarrollar una vida social que a su vez se ha sobrepuesto dialécticamente al individuo concreto.

Además de estar presente en todas las sociedades que han existido, es un elemento estructurante de la personalidad del hombre, permite la transmisión de las costumbres, hábitos, de las actividades y de los avances en las diferentes razas.

Como lo han mostrado las ciencias sociales y demostrado las biológicas. La comunicación es una conquista de la evolución de las especies.

Esta tiene como principal función contribuir a la permanencia y desarrollo de la vida, ya en el nivel filogenético (de especie) como en el ontogenético (de individuo).

"La comunicación es un hecho social que se encuentra en congruencia con los fines últimos de la especie humana (salvaguardar el conjunto de interpretaciones que se dan sobre el acontecer y lo que en él pasa para que el hombre tenga un

sentido en la vida) y del mismo grupo social para conservar territorio, bienes materiales y formas de producir satisfactores materiales o inmateriales".<sup>42</sup>

La comunicación está equifinalizada al principio de la sobre – vivencia del género humano. Mantiene la permanencia de la vida y el desarrollo en términos de calidad de vida.

## 1.6. Historia de la Opinión Pública

No hay opinión pública sin seres humanos, grupos y organizaciones en éste apartado se presenta un resumen de la Tesis de Maestría de Olga Gallo Romo.

### 1.6.1. La Opinión Pública en la Comunidad Primitiva.

"Las primeras muestras de la cultura humana las tenemos en el periodo paleolítico, que abarca desde la aparición del homo habilis, hace dos o tres millones de años, hasta hace unos nueve mil años, tiempo en que surgió el homo sapiens, el hombre tal y como lo conocemos actualmente"<sup>43</sup>.

"En el Paleolítico, periodo caracterizado por el tallado de la piedra, se inicia y desarrolla el lento proceso de hominización, caracterizado por la conquista de la posición erecta, la liberación de las manos y su correlación con el cerebro, y el desarrollo de las estructuras cerebrales; el periodo culminó con la aparición del hombre, quizá a fines de la Era Terciaria, hace 1.8 millones de años"<sup>44</sup>.

Con la aparición del homo sapiens, hace unos 38 mil años en el periodo paleolítico superior, la evolución humana dio un paso definitivo no ya en lo biológico, sino en su desarrollo psíquico y social.

<sup>42</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

<sup>43</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

<sup>44</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

"El *tempo* del desarrollo se tornó conciente de su propia existencia y de su separación de los demás seres de la naturaleza, lo que le condujo a crear o a perfeccionar una red de relaciones de tipo simbólico que le habian de consentir una comunicación con lo inmediato (lenguaje) y con lo trascendente (magia, religión)".<sup>45</sup>

"Es así que existen fenómenos conductuales comunes a los individuos en todas las sociedades humanas y adquiridos durante larga historia evolutiva, como la presencia del lenguaje simbólico, la religión, el arte, el comportamiento maternal, el juego social, el uso y manufactura de artefactos, etc."<sup>46</sup>

Los primeros referentes que el homo sapiens dejó en paredes y techos de galerías subterráneas, lejos de la luz del día, son dibujos superpuestos, algunos a escala natural, o con colores llamativos, de caballos, bisontes, renos, íbices, jabalíes, bóvidos salvajes, rinocerontes lanudos y mamuts peludos. Así como algunos dibujos que representaban la reproducción como símbolo de sobrevivencia.

### **La Sedentarización del Hombre.**

"Este cambio en la sedentarización del hombre trajo consigo cambios sustanciales en la forma de concebir el mundo, por un lado, el cuidado del entorno ecológico se convirtió en un apremiante, pero a la vez decayó en la depredación del medio, conforme fueron creciendo las comunidades. Por ello, no es raro que hoy por hoy el cuidado y conservación al medio ambiente sea un tema de interés público".<sup>47</sup>

---

<sup>45</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

<sup>46</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

<sup>47</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

Todo lo anterior lleva a caracterizar a la Opinión Pública dentro de este periodo como fenómeno, no como objeto de estudio, pues surge desde el inicio del grupo social que es precisamente en lo que se denomina Comunidad Primitiva.

En el periodo histórico correspondiente a la Comunidad Primitiva eran tres las temáticas que afectaban al grupo social y sobre las cuales había que llevar a cabo el consenso, éstas eran:

La protección de los individuos frente a la naturaleza.

El abastecimiento de alimento.

La posesión de un territorio.

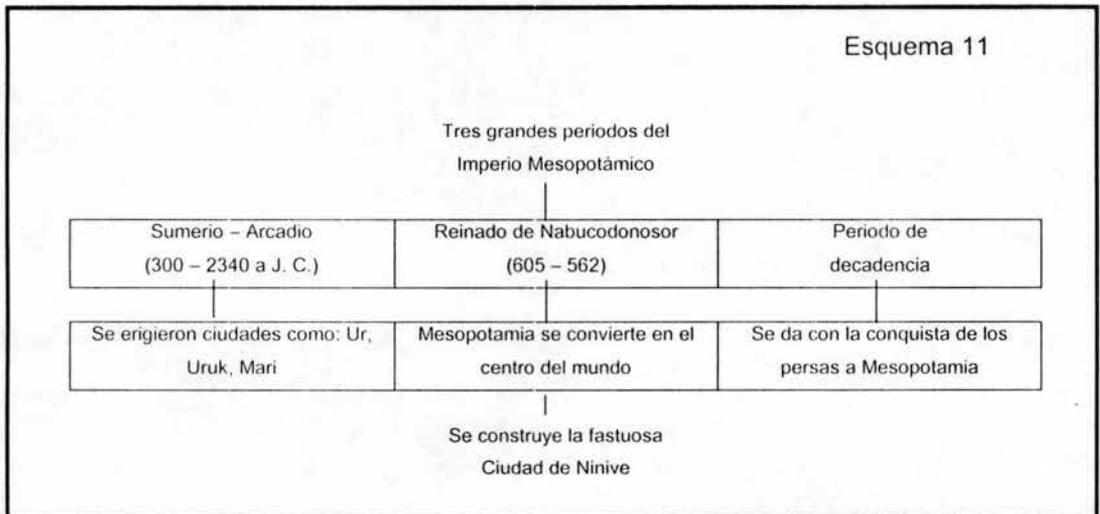
Estos se clasifican en los rubros de sobrevivencia y conservación de la propiedad privada.

Según Jean Jacques Rousseu, el hombre en estado natural es un ser individual, sin embargo por las circunstancias adversas a las que se enfrenta cotidianamente tiene que ceder esta libertad propia e individual a cambio de una libertad colectiva que le permitirá vivir con mayor seguridad dentro de un grupo social, esta reunión colectiva origina el seguimiento del Estado, que será el encargado de proveerlo de protección y territorio que sólo, como ser individual, no podría conseguir, ni conservar.

Sin embargo, habrá que decir que no son las capacidades innatas que posee el hombre lo que lo hace ser una de las especies más desarrolladas. Sino es precisamente su capacidad para aprender de su entorno, y así no sólo saciar sus necesidades básicas. Sino también buscar formas de trascendencia espiritual.

### 1.6.2. Mesopotamia y Egipto

Tras una primera fase prehistórica y protohistórica, podemos distinguir tres grandes periodos que llevaron al cenit del imperio Babilónico: el imperio sumerio-acadio (hacia 3000-2340 a. J.C.) durante el cual diversas ciudades estado rivalizaron entre si y brillaron ciudades como Ur, Uruk y Mari; el primer imperio Babilónico se convirtió nuevamente en Imperio con la conquista de Egipto y posibilitó la fastuosidad que sus reyes dieron a la ciudad de Ninive. Pero no sería hasta el reinado de Nabucodonosor (605-562) cuando Babilonia se convirtió en el centro del mundo. Esquema 11.



“Es a mediados del siglo XIX (1849-1850) que Austen Henry Layard descubrió las ruinas del palacio de Nínive y exploró las del palacio de Assurnasirpal II, donde encontró en Calach o Kalhu (actual Nimrud) la biblioteca de Assurbanipal (el Sardanápalo bíblico) con más de 26.000 tablillas, en las que se concentraba todo el saber de babilonios y asirios, y que pudieron ser leídas

gracias a los trabajos de traducción del alemán G. F. Grotenfeld y del británico H.G.Rawlinson"<sup>48</sup>.

Fue así como la rica y fastuosa Babilonia, la que, según inscripciones antiguas, poseía 53 templos dedicados a grandes dioses, 55 consagrados al dios imperial Marduk, 300 a las deidades de la tierra y 600 a las del cielo.

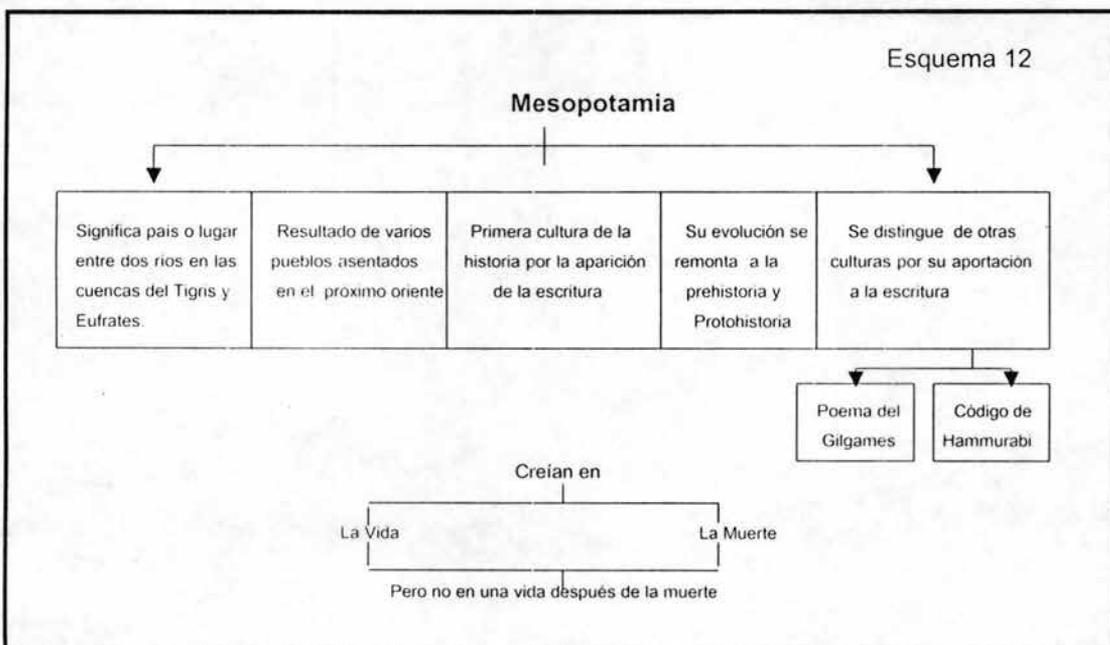
"Mesopotamia entra en la historia en el paso del IV al III milenio. De esta época datan las primeras tablillas de escritura pictórica, halladas en Tell Abu Salabij, escritura que, a través de un desarrollo no muy lento, pasará a ser lineal para desembocar en un sistema de signos abstractos. Estas tablillas no sólo recogen, como se creía hasta fecha reciente, transacciones comerciales e inventarios de objetos y de animales, sino mitos, himnos, instrucciones pedagógicas e historia".<sup>49</sup>

A diferencia de la cultura egipcia, cuya religión tenía fundamento en una vida más allá de la muerte, la cultura mesopotámica negó toda posibilidad de una vida ultraterrena. Por todo ello, las formas artísticas desarrolladas surgieron como exaltación del poder temporal, encarnado por el rey, considerado como el máximo representante de la divinidad en la tierra.

En la epopeya de Gilgames se puede observar la visión de la muerte vigente en la civilización mesopotámica. Esta epopeya es el poema épico más antiguo conservado y, muy posiblemente, uno de los primeros documentos escritos de la historia humana. Fue redactado hace cuatro mil años en doce tablas de arcilla en donde se cuenta la historia de Gilgames y Enkidu. Esquema 12.

<sup>48</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México 2003

<sup>49</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México 2003



El arte desarrollado en Mesopotamia difiere con el de otras culturas, ya que responde más a una estética hedonista, con gran predominio de los sentidos, que al predominio del intelecto. Las expresiones de los artistas mesopotámicos se reducen a las demandas hechas por el poder de los reyes, a los que les interesaba más que nada exaltar sus triunfos y glorias que obtenía mediante la dominación de otros pueblos, a través de una constante guerra.

"No es de extrañar entonces que las tumbas no adquieran especial relevancia en el arte mesopotámico, aunque tampoco sean infrecuentes, en la primera mitad del III milenio, cuando la angustia ante la muerte inducía a los héroes mitológicos a buscar las hierbas de la inmortalidad"<sup>50</sup>

<sup>50</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM. Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

Los dioses eran seres que podían intervenir en las cosas de los hombres, y eran también poseedores de la tierra, de sus frutos y de sus riquezas. Los campesinos cultivaban la tierras de las divinidades y entregaban las cosechas al templo la casa de los dioses.

"La cultura mesopotámica al igual que todas las culturas que han aparecido a lo largo de la historia del hombre, inclusive las civilizaciones actuales, siempre han creído en seres superiores que no son terrenales, sino más bien divinos".<sup>51</sup>

El poderío a veces irracional de los reyes también generó una nueva clase social reconocida y respetada, la burocracia que trabajaba en palacio, quienes eran conocidos como "hijos de palacio", además respetados y envidiados por las clases más desprotegidas.

El halo misterioso que todavía en nuestros días rodea a la civilización egipcia nos muestra la complejidad de una cultura que nació en el tercer milenio anterior a nuestra era y pervivió durante aproximadamente tres mil años y destaca la escritura jeroglífica y código merced.

"Los asentamientos humanos egipcios se remontan al periodo Neolítico, cuando coexistían dos culturas, la primera denominada Alto Egipto, ubicado en el sur, y la segunda en el Bajo Egipto, en el tercer milenio antes de nuestra era, bajo la autoridad de un solo monarca, que convirtió a Egipto faraónico en el Imperio que ha perdurado durante un mayor lapso de tiempo en la historia de la humanidad".<sup>52</sup>

<sup>51</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

<sup>52</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

El inicio de cada reinado suponía la vuelta al principio, al año I, por lo que sería necesario conocer la duración exacta del reinado de todos los faraones y así precisar la fecha de cualquier acontecimiento para poder comprender el mundo egipcio.

"Los estudios realizados han permitido establecer que la historia egipcia se inicia hacia el año 3000 (final del período predinástico), con una primera dinastía de 2920 a 2770 a. J.C. Ello no quiere decir que la civilización egipcia comience en este período, fue en los dos milenios anteriores cuando se asentaron los principios que luego definirían la cosmovisión egipcia: la lengua, la religión, las instituciones".<sup>53</sup>

"En relación a la estructura social egipcia, el personaje que ocupaba el máximo rango social era el rey, quien era tenido por un dios o emisario de un dios y, por tanto, digno de adoración. Estrechamente ligado al dios-halcón Horus, primer dios del Estado egipcio, el faraón (término que no se usó para designar al rey hasta el primer milenio, cuando su figura ya no despertaba el respeto y la veneración de las épocas clásicas) estaba más cerca de los dioses que de los hombres: era un ser omnisciente y de bondad absoluta, que procuraba el bien de los súbditos, protegiendo al débil y haciendo que reinase la justicia. Su venida significaba la renovación de la primera creación, el restablecimiento del equilibrio de la naturaleza. Cualquier cambio en el trono no era pues, en Egipto, algo exclusivamente temporal, sin desorden cósmico. A la muerte del faraón, el caos amenazaba el orden del universo".<sup>54</sup>

"Para los egipcios la vida en la tierra era sólo un aspecto de un ciclo invariable, un episodio efímero en comparación con el tiempo infinito del más allá. La muerte suponía la posibilidad de la felicidad eterna, pero, para lograrla, el

<sup>53</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003.

<sup>54</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003.

hombre había de vivir en este mundo en armonía con las reglas establecidas, con la ética emanada del poder".<sup>55</sup>

Los egipcios se preocupaban por la sobrevivencia

La belleza importa

La Vida después de la muerte

### 1.6.3. La Opinión Pública en Grecia y Roma.

"El empleo de la Opinión Pública como un aspecto del gobierno democrático tiene una historia que se remonta a los griegos. Los supuestos principales, ahora como entonces, son:

- 1) la comunidad y los controles políticos descansan en un cuerpo compuesto por los ciudadanos adultos y responsables de la comunidad
- 2) estos adultos tienen el derecho y el deber de discutir los problemas políticos con la vista puesta en el bienestar de la comunidad
- 3) de esta discusión puede resultar cierto grado de acuerdo
- 4) el consenso será la base de la acción pública..., de esta manera, se supone que las opiniones de la mayoría tienen el control, pero las minorías reciben protección".<sup>56</sup>

"Al hablar de repúblicas democráticas se supone que los asuntos de interés público y que, por lo tanto, afectan al grupo social, se resuelven mediante el consenso ciudadano (sin considerar en este caso a los esclavos) y no por imposición soberana o gubernamental".<sup>57</sup>

<sup>55</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México., 2003

<sup>56</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

<sup>57</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

"De esta manera, en Esparta y Roma la Opinión Pública era un ejercicio cotidiano de los ciudadanos, la cual tenía su expresión más clara en las Asambleas (en las que se reunía generalmente a todos los integrantes del grupo social con derecho a opinar), Comicios y Plebiscitos práctica democrático de uso más frecuente en Roma o, también, en charlas informales de los ciudadanos reconocidos (líderes de opinión) en los diversos ágoras de la ciudad".<sup>58</sup>

#### 1.6.4. Edad Media.

"En la Edad Media el referente de la Opinión Pública cambió notablemente al perder su relevancia política a cambio de la religiosa. Esta transformación puede confundirnos al no percibirla en el ámbito del Estado y/o al suponer que la Opinión Pública no puede privilegiarse de un tema de esta índole, sin embargo de ninguna manera es así".<sup>59</sup>

Después de ocho siglos de dominación del Imperio Romano cuya culminación fue el Senado, surge el Cristianismo que instaura su Iglesia y respalda su dominio en el poder divino que Dios otorgó a su discípulo Pedro, transmitiéndose este poder de generación en generación. La religión pasa a primer término y se institucionaliza y rige todos los cambios de la sociedad.

Según la filosofía cristiana, Jesucristo en vida posee el poder de su Padre, éste al morir se lo otorga a Pedro y esto significa que él será su representante en la tierra; Pedro al morir debe transferir este poder divino a otro y así sucesivamente. De esta manera los reyes de la Edad Media legitiman el control, aunando al poder político el poder religioso consiguiendo, así, dominar a pueblos enteros no sólo política, económica y bélicamente, sino también religiosamente sin ningún cargo de conciencia.

<sup>58</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

<sup>59</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

El elemento ordenador del hombre y de la naturaleza era Dios, éste disponía a través de sus representantes divinos en la tierra: los Reyes o Señores Feudales. Así que se daba por hecho que a los únicos que debía incumbirles las decisiones sobre el ejercicio y la preservación del poder político era a la parte minoritaria del grupo social conformada por la familia real.

Por lo tanto, el único asunto de interés común a todo el grupo era la fe, y este fue el matiz de la Opinión Pública en la Edad Media, circunscrito fundamentalmente en función a la religión.

La Opinión Pública disminuye el matiz político preponderante en los siglos de dominación romana y lo confundió con el religioso. Un ejemplo de ello son las ideas religiosas que dominaban como es el caso de la frase histórica tan bien conocida hasta nuestros días. "Bienaventurados los pobres, por que de ellos será el reino del cielo".

"Finalmente, de este periodo interesa rescatar tres aspectos importantes que son:

1) El referente más importante de la Edad Media era la Fe (en su ámbito religioso), que vista como institución es la que asegura la sobrevivencia eterna de los individuos en sí mismos

2) La expresión de la Opinión Pública puede tener otros referentes que no son políticos, siempre y cuando se traten de temas de interés del grupo social y que esten dentro de las categorías que se han señalado como asuntos de indole pública.

3) Conocer la expresión de la opinión pública de un determinado grupo social, no es garantía del saber verdadero o válido".<sup>60</sup>

---

<sup>60</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

### 1.6.5. El Renacimiento y Liberalismo.

En el modo occidental la Edad Media tiene su fin aproximadamente en el siglo XV, a partir de éste comienza la etapa que conocemos con el nombre del Renacimiento. Se le llama de esta manera porque en este periodo renacen las artes, la ciencia y la tecnología, que no habían encontrado cabida en el medievo.

El reconocimiento de las funciones de la Opinión Pública en una sociedad, junto con el requisito de las verdades públicas para el ejercicio de la libre discusión se funda sobre la idea del hombre como ser racional plenamente capaz de alcanzar por sí mismo la verdad en el orden político, social y económico.

La libertad es una democracia esta siempre equilibrada por un sentimiento de la responsabilidad individual por los propios actos. Las premisas básicas de la democracia son que el poder político descansa en los ciudadanos; que el ejercer este poder, a través de la expresión libre y organizada que implica necesariamente el ejercicio de Opinión Pública. En otras palabras, el poder de la democracia esta sostenido por una moral de la comunidad.

Es entonces cuando se vislumbra el establecimiento de nuevas formas de organización del Estado, en donde cede el derecho individual en busca del derecho social, en el cual todos los integrantes del grupo social estén debidamente representados.

David Home es un representante de este periodo.

El ejercicio de la Opinión Pública en el ámbito político volvió a considerarse un derecho de todos los ciudadanos, además de que se le reconoció una importancia preponderante dentro de los regimenes democráticos y que a través de ella podía ejercerse el concepto libre expresión de ideas, que empezó a

conceptualizarse como tal en la Revolución Francesa y que posteriormente invadió al Nuevo Mundo con ideas libertadoras, todo ello que implicó que se le valorará como un objeto de estudio y no sólo como fenómeno.

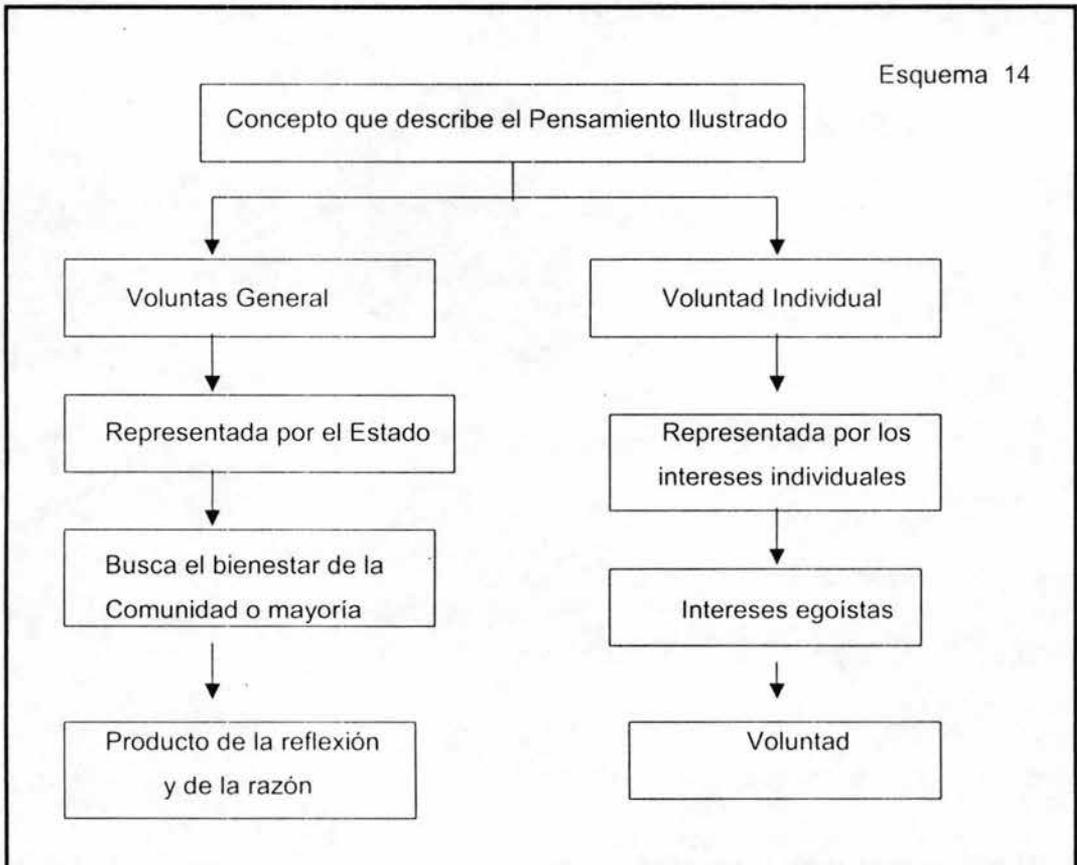
En el Renacimiento el valor de la Opinión Pública se liga estrechamente al concepto democracia, ya que es a través de ésta que el poder político adquiere legitimidad.

La Opinión Pública cobra un matiz preponderantemente político, y a diferencia de cómo se consideraba en Grecia y Roma ahora es considerada un objeto de estudio dada la importancia que representa para lograr la conformación e instalación de los nuevos regímenes políticos.

El pensamiento liberal de los siglos XVII y XIX se caracterizó por enarbolar preceptos de carácter opuesto, ejemplo: individuo-nación, sociedad-Estado, voluntad-general y voluntad-individual. No hay puntos intermedios, niega la existencia de corporaciones, asociaciones o partidos políticos. Como se puede apreciar en el esquema 13.



Al respecto, Rousseau en su Pacto Social señala que la sociedad no puede formarse ni regirse bajo principios individuales, sino por una voluntad general que busca el bienestar para la comunidad o mayoría. A continuación en el esquema 14, se muestran las diferencias de estas dos voluntades que describen el pensamiento ilustrado.

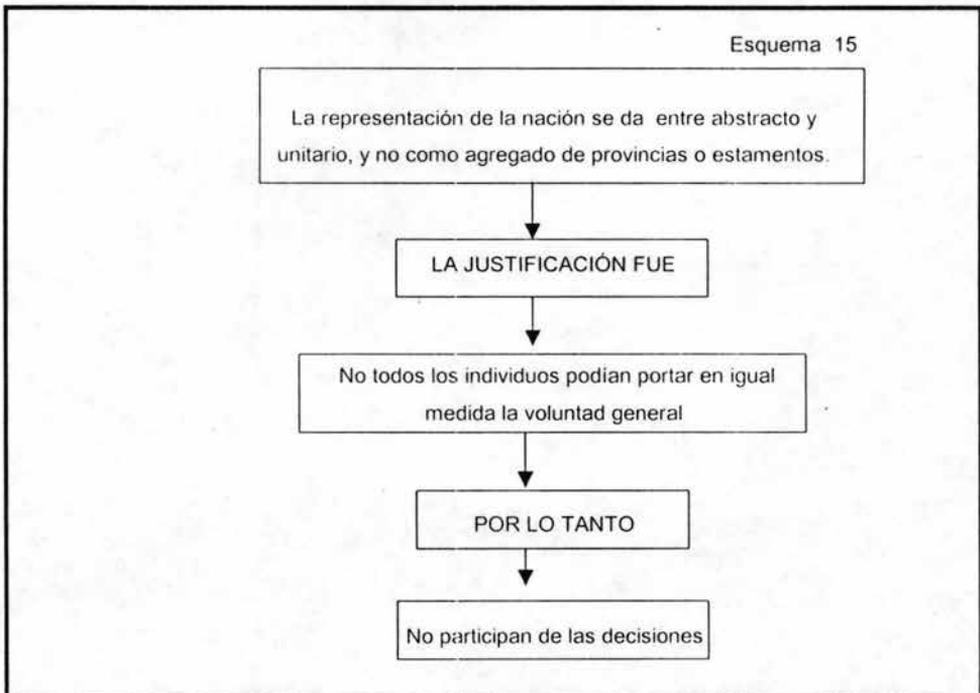


Existe la controversia de si la Opinión Pública es un conjunto, suma de opiniones particulares o si es una reflexión elaborada por una discusión de individuos ilustrados, racionales y concedores de los asuntos públicos.

Como primer acercamiento se podría decir que el origen del concepto de opinión pública es una realidad interrelacionada entre lo social (grupos) y lo comunicativo (individuos), una intersección como una nueva temática, es un nuevo campo a estudiar.

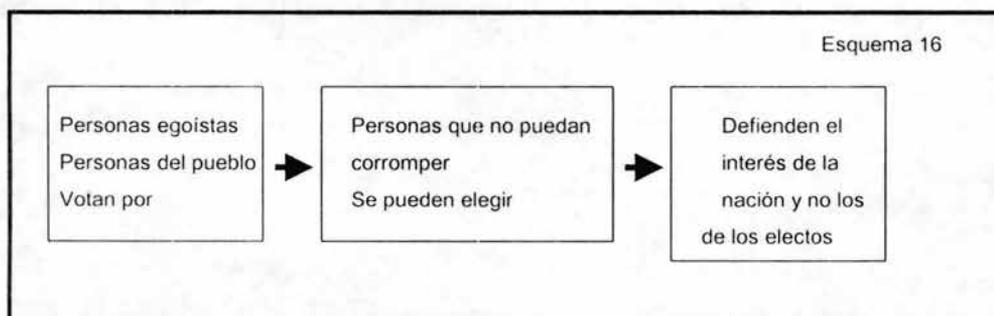
La doctrina liberal negó la democracia directa y el sufragio universal, porque el representante o gobernante manifestaba la voluntad de toda la nación y no la de un grupo social.

La representación de la nación se da entre abstracto y unitario, y no como agregado de provincias o estamentos. No todos los individuos podían portar en igual medida la voluntad general y no debían participar en la adopción de decisiones. Como se muestra en el esquema 15.



El sufragio restringido, pretendía seleccionar a aquellos sobre los que pesaba la presunción de no tener más interés que el general. Quien poseía preparación que le permitiera ver más allá de su propio beneficio y aquellos que contribuían al sostenimiento del Estado.

La mal llamada democracia del liberalismo consistía en que sólo aquellas personas que no se pudieran corromper se podrían elegir, y éstas son las que defienden el interés de la nación, aunque esos intereses nos sean los mismos de la gente del pueblo, ya que este tipo de personas son egoístas, pero son ellos quienes deben votar por quienes sí defienden los intereses de la nación, pero no los de los electores. (véase el esquema 16)



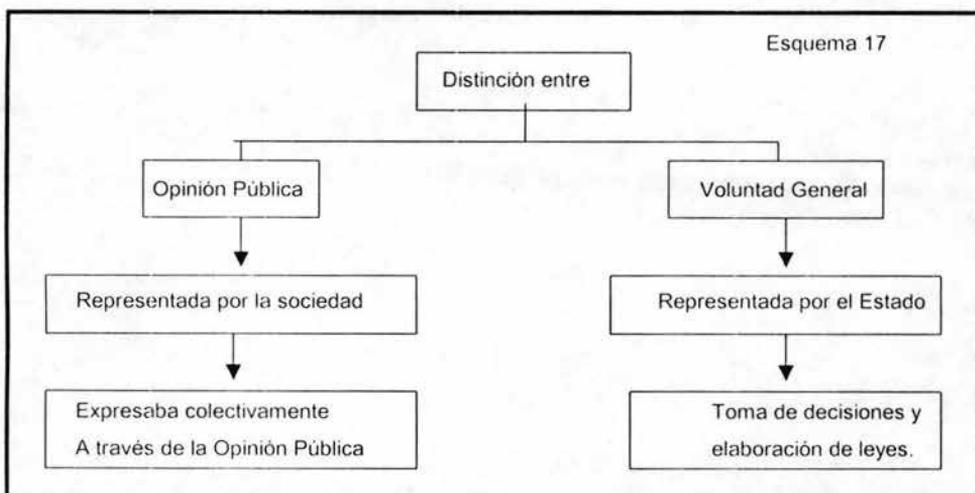
Una vez que los electores hubieran votado por esos hombres incorruptos para gobernarlos se configuraba el Parlamento, al cual le correspondía en exclusiva dictar la ley, es decir manifestar la voluntad general. Así, con el acto de la elección culminaba la participación de los ciudadanos en la potestad legislativa y de ser así, la participación se entiende como una intervención directa. No obstante, los individuos conservaban una presencia mediata, no directa, a través de la opinión pública que el Parlamento había de tener en cuenta para determinar qué era voluntad general<sup>61</sup>.

<sup>61</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

De esta manera la distinción entre opinión pública y voluntad general supone la dicotomía entre sociedad y Estado. Sólo este último podía expresar la voluntad general, pero la sociedad conservaba la posibilidad de expresarse colectivamente a través de la opinión pública.

Se configuraba el Parlamento, al cual le correspondía en exclusiva dictar la ley, es decir manifestar la voluntad general. Así, la participación se entiende como una intervención directa. No obstante, los individuos conservaban una presencia mediata, no directa, a través de la opinión pública que el Parlamento había de tener en cuenta para determinar qué era voluntad general.

Por ello es necesario hacer la distinción entre opinión pública y voluntad general, la primera es representada por la sociedad, lo que le permite expresarse colectivamente a través de la opinión pública y la segunda es representada por el Estado, toma decisiones y elabora las leyes. (Ver esquema 17).



Es importante diferenciar entre opinión pública, opiniones y medio discursivo, la opinión pública manifiesta la opinión de "lo que es bueno para todos", la segunda es mera doxa y el último permite ponerse de acuerdo en qué es lo mejor para la nación. Esta discusión asegura la racionalidad.

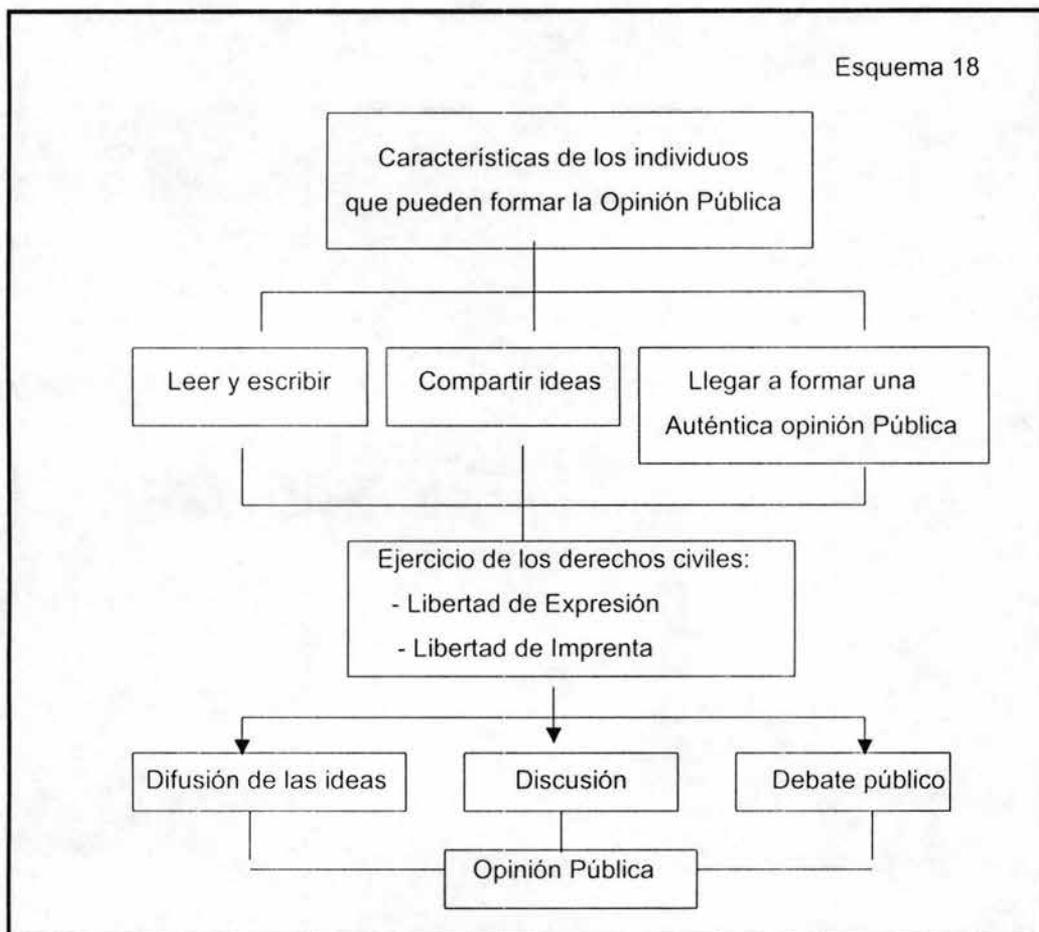
La mera reflexión no resulta suficiente para alcanzar la opinión pública, nace de un "intercambio de luces", sin embargo es difuso por que no se hallaba sujeto a procedimiento, mientras que en el debate parlamentario su momento decisorio y procedimental, mediante la votación era evidente. La voluntad general era siempre fácilmente identificable (a través de la ley, aprobada por la regla de la mayoría), la opinión pública permanecía siempre cubierta por una tenue niebla susceptible a diversas interpretaciones.

La opinión pública se forma por el ejercicio de los derechos civiles, surge la libertad de expresión y la libertad de imprenta, lo que permite la difusión de ideas, la discusión y debates públicos, y con ello logra emerger la opinión pública.

Que permitió reproducir en el ámbito social las restricciones que se aplicaban sobre formación de la voluntad general. Aunque los individuos que podían formar la opinión pública debía tener características como:

- leer y escribir
- compartir sus ideas a través de la prensa
- llegar a formar un auténtica opinión pública

Lo anterior se describe en siguiente esquema (18)



En ese momento en que la opinión pública estaba sujeta a un proceso jurídico, el debate parlamentario, se convertía casi por transubstantación en voluntad general.

La doctrina de la opinión pública debe su primera formulación a la escuela fisiocrática y será Mercier de la Riviere quien se valga de ella, en 1767, en el pensamiento de los fisiócratas se da una estrecha relación entre orden natural, leyes, razón y opinión pública. Quien gobierna, por lo tanto, no es el rey, sino la

opinión pública que emerge de las leyes a través de los ilustrados. Mercier de la Riviere distingue dos tipos de autoridad:

1. La autoridad de los sabios e ilustrados, encargados de descubrir con la razón y el debate las leyes del orden natural
2. La autoridad de los gobernantes, encargados de llevar a la práctica las consecuencias del raciocinio público. La opinión pública es fruto de la reflexión común y pública, tiene por sujetos a los ilustrados y publicidad no hace sino expresar la leyes del orden natural. No su visión de las cosas<sup>62</sup>.

En el Marco jurídico de la ilustración, la opinión pública se sometía al proceso discursivo, en plena facultad de libertades “el intercambio de luces” y la reflexión sobre el punto de vista propios y ajenos que resultaban en un reto de decisión manifestado por la mayoría y que determinaba la voluntad general.

“Los liberales trasladan al terreno de la vida pública su idea de mercado y las leyes de la oferta y la demanda también regularán el intercambio de opiniones. Las ideas de soberanía y participación política, el poder de la razón y la libertad de expresión serán las encargadas de poner en funcionamiento el debate público”.<sup>63</sup>

“La Revolución Francesa es la revolución liberal por excelencia y con ella triunfa la libertad de expresión, pero como ya se mencionó anteriormente, la opinión pública ya venía practicándose años atrás por los ministros fisiocráticos de Luis XVI”<sup>64</sup>.

“Valdría la pena señalar quienes eran los actores, los referentes y la forma de construir consensos en este periodo:

---

<sup>62</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

<sup>63</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

<sup>64</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

- a) Actores: el estado, los senadores y en general el cuerpo legislativo, los ciudadanos principalmente hombres sabios e ilustrados, quienes expresaban la voluntad colectiva.
- b) Referentes: La política, el bienestar social, la democracia.
- c) Consensos: La primera forma – mediante la aplicación de la voluntad general estaba en manos de funcionarios públicos o del Estado, quienes arguían que en dicha voluntad general estaban representados los intereses de la mayoría. Segunda forma, la opinión pública se constituye para hacer contrapeso e incidir en la toma de las decisiones políticas. Tercera forma, se supuso que la voluntad general regía políticamente, debido a que se consideraba producto de la reflexión desinteresada y sobre todo por que provenía de la razón<sup>65</sup>.

#### 1.6.6. La Opinión Pública en el Periodo Actual

En la actualidad los estudios de opinión pública tienen dos vertientes:

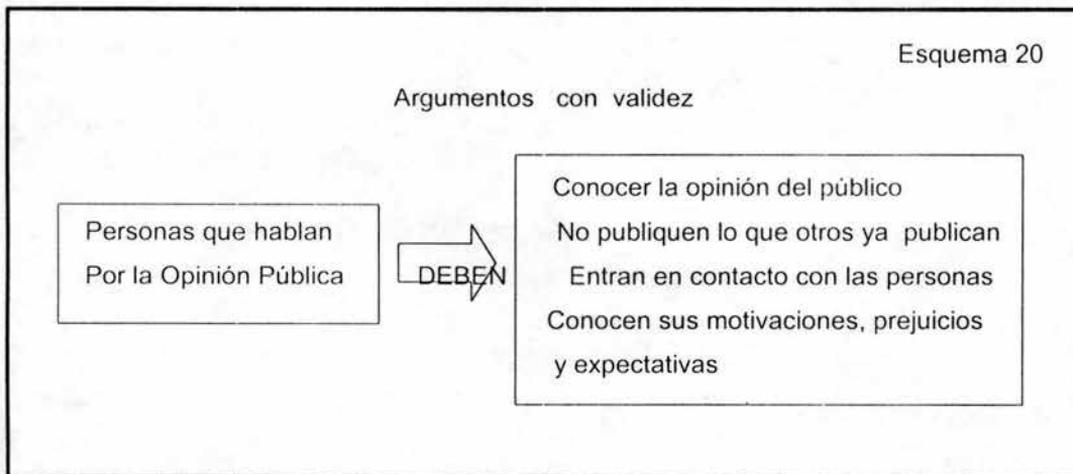
1. Aquellos que tratan de conocer la opinión pública de algunos grupos sobre un tema específico utilizan métodos y técnicas que les permiten conocer con cierto grado de incertidumbre lo que las personas de un determinado grupo social dicen que piensan o hacen.
2. Aquellos que tratan de hacer una teoría de la expresión de la opinión pública aclarar como el cambio de las sociedades ha interactuado con las expresiones de la opinión en los diversos grupos sociales

---

<sup>65</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003



“Por el contrario, quienes hablan por la opinión pública deberían ser aquellos que conocen la opinión del público, que no publican sobre lo que otros han publicado, que han entrado en contacto con las personas de carne y hueso, que han comprendido las motivaciones, intereses, prejuicios y expectativas del público”<sup>68</sup>  
Ver esquema 20.



A continuación se presenta un resumen de la tesis de maestría de Olga Gallo Romo, sobre algunas diferencias entre el modelo clásico (Ilustración) y la actualidad, con respecto a la temática de interés:

1. En el modelo clásico de la Ilustración, la opinión pública resulta de la agregación de opiniones individuales, emitidas por ciudadanos informados, atentos al quehacer gubernamental, que debaten los asuntos de interés general y expresan sus pareceres en diarios, entre otros sitios públicos, con el supuesto de que terminará imponiéndose el mejor argumento.

<sup>68</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

2. En la actualidad la opinión pública se conoce por la mediación y exhibición de encuestas, en donde los individuos, en su mayoría están desinformados y desinteresados en la cosa pública, y que expresan sus respuestas en monosílabos.

3. La dinámica actual de la opinión pública se da:

3.1. En la actualidad quienes producen la opinión y las agendas de discusión, sólo existen si publicitan sus ideas a través de los medios impresos o electrónicos, es decir, dependen de su visibilidad

3.2. Los asuntos de interés público presentan mayores complicaciones técnicas, que hacen de las opiniones un asunto de competencias en saberes especializados.

3.3. Los medios de comunicación masiva dicen sustentar la opinión pública, también con intereses propios, entre la clase política y quienes la sustentan, y entre éstos y el gran público.

3.4. La actual esfera pública está fragmentada. Por un lado, perduran los individuos semejantes al ciudadano clásico de la Ilustración, informados y con acceso a los medios de comunicación, que participan de la discusión pública. En la otra parte, se amontona el público en su mayoría desinteresado y desinformado.

3.5. Quienes dicen sustentar la opinión pública transitan los parajes de la esfera pública clásica, los de la opinión pública ilustrada; en tanto, la inmensa mayoría de la población adulta, despliega sus opiniones como opinión popular a través de los registros de encuestas.

3.6. Las encuestas imponen temas, formulan preguntas sobre aquello en que los individuos habitualmente no piensan, limitan opciones de respuesta.

3.7. Las encuestas se hacen, se publican, se organizan, almacenan y se usan como anclas de verdad.

3.8. Pensar que en general el público miente a los encuestadores, o que las agencias de investigación fabrican resultados. Carece de sustento empírico.

3.9. La opinión política que registra una encuesta tampoco agota el conocimiento de lo político, se considera que la realidad social se estructura en diversos momentos: el cultural, el de la conciencia práctica y el de la conciencia discursiva.

3.10 En síntesis registros de la opinión popular en materia política, las encuestas, dan una dimensión de la relación que las personas guardan con el sistema político, pero subsisten otras que sólo pueden penetrarse a través de técnicas de investigación diferentes.

3.1.1 Una encuesta registra un dicho. El dicho sobre una preferencia o una posible acción.

#### **1.6.6.1. Aportes de la investigación norteamericana a los estudios de Opinión Pública.**

La investigación contemporánea mediante encuestas es producto básicamente, de este siglo, de investigadores norteamericanos. La contribución al método de las encuestas es resultado del desarrollo de varios sectores de la sociedad:

1. "La Oficina del Censo de los Estados Unidos. Su contribución radica en los aportes al campo del muestreo y la recolección de datos, aunque es más conocida por su enumeración decenal de toda la población, la mayoría de las actividades se dedica a formar una serie continua de encuestas de muestreo, ofreciendo datos demográficos y económicos actualizados"<sup>69</sup>.

2. Paul F. Lazarsfeld es considerado uno de los pioneros de la investigación por encuestas. Se interesó en el estudio de los fenómenos sociales relacionados con la comunicación, específicamente la comunicación política. Algunas de las aportaciones más significativas de este sociólogo son:

---

<sup>69</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

- Vislumbrar el potencial tecnológico para la realización de la investigación social analítica y para lanzar a los sociólogos por el camino para aprovechar este equipo.
- Empleó el equipo mecanizado procesador de datos para elucidar y formalizar la lógica del análisis de encuestas
- El desarrollo del centro permanente de investigaciones de los métodos de encuesta, empezando con la organización de la Oficina para Investigación Social Aplicada, en la Universidad de Columbia.

3. Samuel A. Stouffer. Fue también uno de los pioneros en la investigación al aplicar métodos empíricos de la ciencia social a problemas sociales, empezando con análisis de los efectos de la depresión en los Estados Unidos, el legado de Stouffer continúa en los diseños de estudio actualmente utilizados, métodos de muestreo, diseños de cuestionario, lógica de análisis, entre lo más importante.

4. Universidades, Instituciones y Asociaciones. Lazarsfeld y Stouffer contribuyeron a reunir y preparar a jóvenes científicos sociales quienes participaron y crearon instituciones de gran importancia.<sup>70</sup>

La práctica de las encuestas exige un discusión teórica ya que se centra en la naturaleza de los cuestionarios. "Es conveniente señalar que la investigación por encuestas no es más que uno de los muchos instrumentos de investigación de que disponen hoy los investigadores sociales. Los métodos de encuesta no son apropiados para muchos temas de investigación, ni constituyen necesariamente el mejor enfoque a ciertos temas a los que razonablemente se puedan aplicar. Sin embargo, puede emplearse con provecho en el examen de muchos temas sociales y ser especialmente eficaz cuando se le combina con otros métodos".<sup>71</sup>

<sup>70</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

<sup>71</sup> Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en proceso en la Materia en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003

Algunas de la virtudes de la investigación por encuesta son:

1. En la práctica, los datos de las encuestas facilitan la aplicación cuidadosa del entendimiento lógico. Su formato, a menudo, permite el riguroso desarrollo paso a paso y la prueba de tales explicaciones lógicas.
2. Cada vez que el investigador por encuestas trata de explicar las razones y las fuentes de hechos observados, sus características y correlaciones, deben adoptar una actitud determinista.
3. Las encuestas de muestreo se efectúan con el propósito de comprender la población más general entre la cual inicialmente se tomó la muestra. De manera similar, los análisis explicativos en la investigación por encuestas tienden al desarrollo de proposiciones generalizadas acerca del comportamiento humano.
4. Los métodos de investigación por encuesta facilitan la apertura de la ciencia, ya que incluye la recolección y cuantificación de datos, que se convierten en fuente permanente de información.

En la práctica, los datos de las encuestas facilitan la aplicación cuidadosa del entendimiento lógico. Su formato, a menudo, permite el riguroso desarrollo paso a paso y la prueba de tales explicaciones lógicas.

### **1.7. CÓDIGO DE ETICA**

A continuación se presenta un código de ética extraído de la Tesis de Maestría de Olga Gallo Romo. La filosofía del Código de Ética pretende garantizar la calidad y profesionalismo de toda empresa o miembro. Este código establece las normas básicas de ética que deberán guiar la investigación de mercados y opinión pública en México.

## **Disposiciones Generales**

Este código establece las normas básicas de ética que deberán guiar la actividad de Investigación de Mercados y Opinión Pública en México. Es responsabilidad de los miembros de AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación) conocerlas, acatarlas y difundirlas entre sus empleados, subcontratados y Clientes, así como denunciar ante el Consejo Directivo de la Asociación a quien o quienes las violen.

Toda circunstancia no prevista por el siguiente Código será resuelta por la comisión de Honor, el consejo Directivo o la Asamblea de Asociados según lo determine el órgano consultado.

Este Código fue aprobado por la Asamblea de Asociados el día 10 de febrero de 1993.

### **Responsabilidad con los informantes**

1. El informante de Estudios de Mercado y Opinión Pública deberá recibir seguridad, ya sea en forma escrita o verbal, que sus datos y respuestas:

A. Serán manejados en estricta confidencialidad, de tal modo que el (ellos) receptor(es) de la Investigación sólo recibirán datos agregados sin personalizar nombres o Empresas participantes en el estudio.

B. No implicarán contactos posteriores salvo los necesarios que requiera el diseño de Investigación o los controles del mismo (como visitas de supervisión ya sea por parte del Cliente o de la Empresa de Investigación). Quien realice estos controles lo deberá hacer de forma absolutamente profesional, evitando que se hagan visitas múltiples para la validación, o bien alguna otra conducta que pudiera hostigar o avergonzar al informante.

- C. No se utilizarán para actividad alguna que no sea la Investigación, tales como lista de correos, catálogos para ventas, directorios, etc
2. Se deberá resguardar el derecho del informante a no participar en investigaciones o interrumpir su participación si así lo desea.
  3. Antes de que el informante participe en el estudio se le hará conocer la(s) retribuciones que obtendrá en caso de haberlas.
  4. Salvo en los casos estrictamente indispensables, en que la metodología utilizada lo requiera, a petición del informante, se le deberá advertir de antemano el tipo de observación o registro que se empleará para recabar sus respuestas.
  5. En todos los casos el informante debe tener la seguridad de que participa en una Investigación genuina, y no en algún otro tipo de actividad mercadotécnica (como promoción, venta directa, distribución, etc.)
  6. El informante deberá tener conocimiento previo del nombre de la Empresa de Investigación, y si así lo requiere, los datos generales de identificación de dicha Empresa de Investigación que se responsabiliza del estudio, asegurándole que recibirá atención en caso de queja.
  7. El investigador deberá tener plena seguridad que la participación del informante no implica riesgo o responsabilidad alguna, inmediata o posterior para su persona.
  8. Si el estudio requiere entrevistar niños, en el caso de una negativa por parte del padre/madre, tutor o algún adulto responsable, no se llevará a cabo la entrevista.
  9. La Empresa de Investigación deberá asegurarse que la metodología utilizada y los temas estudiados no provoquen hostigamiento y/o molestias en el informante.

Así mismo deberá exhortar a sus Clientes a que tomen en cuenta lo anterior al acordar el diseño de la metodología aplicable en cada caso, que responda a sus necesidades de información

### **Responsabilidad social**

10. En todos los casos se deberá respaldar el propósito legítimo de la Investigación que es ayudar a los receptores de los estudios a conocer el estado y avance de sus mercados y públicos, así como desarrollar estrategias que redunden en el bienestar de la sociedad en general.

11. Los miembros de la AMAI se comprometen a no llevar a cabo o participar en actividad alguna que confunda la Investigación de Mercados y de Opinión Pública con la recolección y uso de información para:

- A. Conocer o evaluar la actuación personal del informante con fines legales, políticos, laborales, financieros, crediticios o de otra índole.
- B. Formar listas, registros o bancos de datos con cualquier otro propósito que no sea la Investigación de Mercados y de Opinión Pública.
- C. Espionaje de cualquier tipo
- D. Cobranza de deudas
- E. Influir en actitudes o conductas del informante
- F. Intentos directos o indirectos de ventas de productos o servicios

## **Responsabilidades mutuas con Clientes y receptores de los Estudios**

12. Las relaciones entre una Empresa de Investigación de Mercados y Opinión Pública y los Clientes para los cuales se conducen estudios deben ser de tal naturaleza que generen confianza y respeto mutuo. Deben ser caracterizadas por su honestidad y confidencialidad.

13. El proveedor de Investigación y Cliente podrán establecer un acuerdo de trabajo en la forma en que mejor les convenga, siempre y cuando se asegure el cumplimiento de este Código. La filosofía del Código de Ética pretende garantizar la calidad y profesionalismo de toda empresa o miembro. Este código establece las normas básicas de ética que deberán guiar la investigación de mercados y opinión pública en México.

## **Disposiciones Generales**

Este código establece las normas básicas de ética que deberán guiar la actividad de Investigación de Mercados y Opinión Pública en México. Es responsabilidad de los miembros de AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación) conocerlas, acatarlas y difundirlas entre sus empleados, subcontratados y Clientes, así como denunciar ante el Consejo Directivo de la Asociación a quien o quienes las violen.

Toda circunstancia no prevista por el siguiente Código será resuelta por la comisión de Honor, el consejo Directivo o la Asamblea de Asociados según lo determine el órgano consultado.

Este Código fue aprobado por la Asamblea de Asociados el día 10 de febrero de 1993.

14. Sin compromiso alguno de aceptación, el proveedor de Investigación presentará al Cliente que lo solicite una propuesta de trabajo que especifica claramente:

- A. Objetivos y propósitos del estudio
- B. La metodología que se recomienda
- C. El procedimiento de Investigación que se seguirá
- D. El tipo de producto que se ofrece entregar al término del proyecto
- E. El tiempo estimado para realizar el proyecto
- G. El costo de la Investigación y las condiciones de pago del mismo

15. El Cliente tiene el derecho de solicitar a varios proveedores propuestas diferentes al mismo proyecto, bajo la inteligencia de que ninguno de los concursantes conocerá el contenido de otra propuesta que no sea la propia ni antes ni después de asignado el proyecto.

16. El estudio deberá conducirse de acuerdo a la propuesta aprobada. Sin embargo, si en el transcurso del proyecto es notoria la necesidad de efectuar modificaciones, éstos deberán ser aprobados de común acuerdo entre Cliente y Empresa de Investigación.

17. En el caso de que el proyecto requiera la participación de Empresas subcontratadas (mexicanas o extranjeras), se hará del conocimiento del Cliente, si así lo requiere, los datos del subcontratado así como la(s) fase(s) del proyecto que realizarán. Aún así, toda la responsabilidad ante el Cliente será del proveedor final del proyecto.

18. El proveedor de Investigación asumirá por completo la responsabilidad civil, legal, laboral o de cualquier tipo de los recursos humanos y técnicos que emplee en la realización de la Investigación.

19. El Cliente tendrá derecho a recibir información sobre el progreso del proyecto, y a supervisar las fases que juzgue necesario, siempre y cuando no obstaculice el cumplimiento de la Investigación o ejerza acción que vaya en contra alguna de las normas de este Código.

20. Salvo que exista un convenio escrito que indique lo contrario, el Cliente no tiene ningún derecho de exclusividad, total o parcial, sobre ninguna Empresa de Investigación.

21. Cualquier tipo de soborno, sin importar la cantidad, es inaceptable y es una violación a las obligaciones éticas fundamentales de las Empresas de Investigación. Las Empresas de Investigación y/o sus directivos y empleados, en ningún momento deberán dar y/o aceptar regalos en forma de dinero a/de sus Clientes.

### **Estándares de Reportes y Productos de Investigación**

22. Al proporcionar los productos del proyecto, cualquiera que sea su forma (escrito u oral), el investigador buscará distinguir aquello que corresponda a los resultados propiamente de la Investigación y sus juicios, opiniones o interpretaciones al respecto.

23. Salvo que se acuerde lo contrario entre el Cliente y la Empresa de Investigación, al proporcionar un producto de Investigación se deberá especificar la siguiente información:

- A. La identidad del Cliente, el propósito y objetivos del estudio y los nombres de los subcontratistas o asesores externos que hayan colaborado en el proyecto.

- B. La descripción conceptual y numérica de la muestra, tanto planeada como efectiva, y su cobertura geográfica. Cuando sea relevante, deberán agregarse los criterios de ponderación y expansión empleados en el cálculo de datos, así como los niveles de confiabilidad de los resultados y las fuentes posibles de sesgo estadístico.
  - C. Una descripción del método empleado para recabar la información, los controles seguidos para verificarla y validarla, y las fechas en que se hizo.
  - D. Si las hubiera, las fuentes de las que se obtuvieron datos secundarios para el proyecto.
  - E. Descripción y/o copia de los instrumentos de Investigación empleados para registrar los datos y respuestas de los informantes.
  - F. Los resultados obtenidos indicando la muestra o submuestra a que corresponden.
24. El proveedor de Investigación elegirá el formato más adecuado para presentar la información al Cliente, siempre y cuando no contradiga las normas de este Código.

#### **Uso de la información recabada**

25. Los productos de Investigación tales como reportes, presentaciones, bases de datos u otro que se haya acordado serán propiedad del Cliente del estudio, bajo el entendido que no los podrá distribuir en ninguna forma a terceros no autorizados de común acuerdo con el proveedor de la Investigación.

26. Para la publicación de resultados deberá haber consentimiento mutuo del Cliente y el Proveedor de la Investigación, especificando de común acuerdo los detalles que se publicarán y los que se mantendrán en confidencialidad, tanto resultados como los nombres del Cliente y el Proveedor.

27. En el caso de estudios sindicados o multiclente, los receptores del estudio aceptarán la no-exclusividad de los resultados, y la propiedad de los mismos por parte del proveedor de la Investigación. Así mismo se les debe informar a cada uno de los Clientes involucrados acerca de la existencia de otros participantes pero no necesariamente su identidad .

28. Los registros que en cualquier formato se hayan empleado para recabar la información permanecerán en custodia del Proveedor de Investigación y/o sus subcontratados para ser destruidos una vez que se cumpla un plazo previamente estipulado la filosofía del Código de Ética pretende garantizar la calidad y profesionalismo de toda empresa o miembro. Este código establece las normas básicas de ética que deberán guiar la investigación de mercados y opinión pública en México. La filosofía del Código de Ética pretende garantizar la calidad y profesionalismo de toda empresa o miembro. Este código establece las normas básicas de ética que deberán guiar la investigación de mercados y opinión pública en México.

La importancia del código de ética no debe estribar solamente en estudios de opinión pública, es un elemento que debería de existir en todos los ámbitos del quehacer humano.

La existencia de un código de ética norma una relación entre el cliente, la empresa y la sociedad, genera acuerdos y reglas basados en valores morales (como la honestidad, como una forma de civilidad entre las partes). Un estudio de opinión pública mal realizado provoca daños en todos los niveles del proceso de la investigación.

La aplicación real de los códigos de ética sería esa exactamente, su total apego a lo establecido para que los estudios de investigación tengan el resultado que los clientes esperan, además facilitaría el total control de todas las variantes que en el pudieran surgir.

La importancia de un código de ética es reconocer la calidad tanto moral como social de los individuos que se encuentran inmersos en los estudios de opinión pública, al mismo tiempo permite al consultor o al interesado una posible reflexión sobre los contenidos de los códigos de ética.

Como toda acción humana los códigos de ética tienen repercusiones en las conductas del hombre. Por ello todo ser humano y empresa que se apegue a un código de ética, adquiere prestigio, confianza y calidad.

Desafortunadamente hoy en día los medios de comunicación en todos sus niveles abusan de los estudios de opinión pública, lo que ocasiona cotidianidad para la sociedad.

Por ello, deben recalcarse los valores éticos y manejarlos con responsabilidad y de forma permanente.

## Capítulo 2

### El Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli y el Periódico de Izcalli

## **Capítulo 2 Marco Contextual**

### **El H. Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli y del Periódico de Izcalli**

La realización del presente proyecto de investigación tiene como objetivo conocer la Opinión Pública de los funcionarios de mayor rango de la administración del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli, referente al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

La naturaleza de la investigación surge a partir de dos principios fundamentales; el primero de ellos se debe a la importancia política y económica que el Municipio de Cuautitlán Izcalli ha adquirido a nivel estatal, a treinta años de su fundación; por otro lado, se presenta la inquietud de crear un medio de comunicación local, que contribuya a fomentar en los habitantes del municipio una identidad.

Dos principios ascendentes, que al llegar a una intersección, permiten el desarrollo del presente trabajo; ya que los instrumentos tecnológicos de comunicación han cambiado la continua forma que el hombre tiene de interactuar con su entorno, por ello la importancia de conocer la opinión pública de los funcionarios que forman parte de la administración 2003-2006, hacia un medio de comunicación local impreso.

## 2.1 Ubicación Histórica del Municipio de Cuautitlán Izcalli y del Periódico de Izcalli.

Para entender el presente proyecto a realizar se elabora una reseña de la creación y fundación del municipio de Cuautitlán Izcalli y del Periódico de Izcalli, así como su relación social actual.

¿Qué es un Municipio? La palabra municipio, toma sus raíces etimológicas del Latin *municipium* (singular) y otra palabra a su vez se deriva de *munus* cuyo significado es cargo u oficio, función u obligación de hacer algo y de *capio*, *capere* significa tomar, adoptar por lo que se puede decir que el municipio es la entidad en donde se otorga una función u obligación a diferentes individuos a efecto de adoptar medidas en beneficio de una colectividad. Por su parte el Ayuntamiento es la junta (reunión) o corporación que administra los intereses de un municipio<sup>72</sup>.

El municipio constituye una forma de Gobierno independiente ya que es la base de la organización política y administrativa del Estado. El municipio tiene su sede, generalmente en la localidad de mayor importancia, tanto por el número de habitantes como por su desarrollo. A esta localidad se le da el nombre de Cabecera Municipal.

Las autoridades que rigen el municipio, se eligen cada tres años por medio de voto popular y en forma directa.

Una de las funciones del gobierno municipal es gobernar el municipio de acuerdo a como lo señala el Bando de Policía y un Buen Gobierno (En Cuautitlán Izcalli este documento se conoce como Bando Municipal) este reglamento rige a

---

<sup>72</sup> H. Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli, Monografía Práctica para Estudiantes, Dirección de Desarrollo Social, Junio 1999. p. 9

los presidentes municipales para llevar a cabo sus funciones, además de las constituciones tanto del Estado como de los Estados Unidos Mexicanos.

De acuerdo a la constitución de 1917 y conforme a su artículo 115, el municipio es la base de la división territorial y de la organización política y administrativa de la República de México; el territorio de un municipio se encuentra delimitado de acuerdo a la división política de cada Estado y en cada municipio existen autoridades que ejercen funciones públicas específicas<sup>73</sup>.

En el artículo 115 constitucional, se estipula que:

1. El municipio es administrado por un ayuntamiento de elección directa y popular, sin que exista autoridad intermedia entre ésta y el Gobierno Estatal.
2. El Municipio tiene personalidad jurídica y se confiere en la Constitución General y las constituciones locales.
3. Tiene patrimonio propio.
4. Los municipios administran libremente su hacienda formada por las contribuciones que aprueban las legislaturas locales.
5. Los municipios, el concurso de los Estados cuando así fuera necesario y lo determinan las leyes, tendrán a su cargo los siguientes servicios públicos:
  - a) Agua potable y alcantarillado
  - b) Alumbrado público
  - c) Limpia
  - d) Mercados, centrales de abastos
  - e) Panteones
  - f) Rastro
  - g) Parques y jardines
  - h) Seguridad pública y tránsito

<sup>73</sup> H. Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli, Monografía Práctica para Estudiantes, Dirección de Desarrollo Social, Junio 1999, p. 10

- i) Legislaturas locales que determinen condiciones territoriales y socioeconómicas de los municipios, así como su capacidad administrativa y financiera.

La autonomía del municipio se basa en:

1. Región urbana o rural
2. Superficie territorial
3. Garantizada por ingresos propios
4. Artículo 115 constitucional fracción IV.

¿Qué es el Honorable Ayuntamiento?<sup>74</sup> En el sentido formal, el Ayuntamiento es una entidad básica, amparada en un régimen de derecho público, que asume atribuciones o potestades reconocidas legalmente y que le permite la gestión de asuntos de gobierno, representación y garantía para el desarrollo de la comunidad en el espacio territorial que le es propio.

El Ayuntamiento llamado también Cabildo o Consejo, (antes Calpulli, antecedente prehispánico) como forma de organización política y social desde su institución en el año de 1519, ha protagonizado los fenómenos históricos más importantes de los últimos siglos.

Constitucionalmente el Ayuntamiento es responsable de la administración del municipio, emanado de una elección popular y directa, por lo que no habrá ninguna autoridad intermedia entre éste y el gobierno.

Cabe mencionar que dicha instancia de gobierno, adquiere legitimidad por medio de sufragio emitido por la ciudadanía y su propia naturaleza le permite ser la instancia que gobierna más de cerca de la población.

---

<sup>74</sup> H. Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli, Monografía Práctica para Estudiantes, Dirección de Desarrollo Social, Junio 1999. p. 11

Hacia principios de la década de los setentas, la Ciudad de México y su zona conurbada se enfrentaban a un rápido crecimiento demográfico, el cual representaba una problemática de considerables repercusiones en todos los aspectos<sup>75</sup>.

En este sentido, Cuautitlán Izcalli surge con el reto de constituirse en una ciudad capaz de absorber la expansión de la población del área metropolitana de manera que no desarticulara el desarrollo y el progreso tanto de la capital de la República como de la región central del país.

Ante estas circunstancias, el nuevo polo urbano debería reunir características específicas tales como autonomía, emplazamiento geográfico favorable y sin riesgo de crecimiento excesivo; además era necesario buscar un sitio que permitiera el equilibrio entre las características de una ciudad moderna y las ricas tradiciones de las regiones que habrían de rodearla. Considerando lo anterior y después de eliminar diferentes propuestas que no se ajustaban a los requerimientos del proyecto, el grupo urbanista encargado de la planeación, optó por buscar alternativas que se alejaran del concepto de una "ciudad satélite" a fin de instrumentar el de "ciudad paralela".

Una vez concluidos los diferentes estudios técnicos en materia de clima, vientos dominantes, suelos, comunicaciones, agua, transporte, etcétera; la atención se fijó en el Valle Cuautitlán, el cual constituye un sub-valle dentro de la demarcación comprendida entre la Sierra de Santa Rita y Tepotzotlán al Norte y la serranía de Guadalupe y Monte Alto al sur, ubicada a 35 kilómetros al norte de la Ciudad de México.

En sus inicios Cuautitlán Izcalli contaba con una infraestructura que consistía en la autopista México-Querétaro, dos carreteras auxiliares y las líneas de ferrocarril México-Ciudad Juárez, así mismo se contaba con suficiente energía

---

<sup>75</sup> H. Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli, Monografía Práctica para Estudiantes, Dirección de Desarrollo Social, Junio 1999, p. 19

eléctrica, un gasoducto y un inmenso territorio de tierra agrícola. De este modo las obras básicas para dar albergue a sus futuros pobladores dieron comienzo<sup>76</sup>.

En materia de planificación, la ciudad marcó el inicio de la transformación de los terrenos donde se cimentaría Cuautitlán Izcalli, su proceso de crecimiento estaba ya determinado por medio de un sistema de metámeras (roca que ha sufrido metamorfismo, transformación física y química que sufre un mineral o roca bajo la influencia de acciones internas –calor y presión-).

Este sistema permitió ofrecer desde el inicio de su crecimiento las tres zonas esenciales para su evolución armónica: la zona industrial, la zona de servicios y comercios y la zona de habitación con un subcentro comercial; actualmente estas tres zonas están perfectamente definidas y comprenden secciones con vida propia que se han desarrollado perpendicularmente a lo largo de una verdadera columna vertebral donde se sitúan los servicios públicos principales y de uso más intenso.

El municipio de Cuautitlán Izcalli fue fundado el 24 de junio de 1973, a efecto de dar vida a tan ambicioso proyecto urbanístico esta entidad, fue necesaria la segregación territorial de tres municipios circundantes, Cuautitlán México, Tepetzotlán y Tultitlán.

Sin embargo, la fecha más importante del año 1973, es sin duda alguna el 23 de junio, fecha en la cual apareció en la Gaceta de Gobierno del Estado de México el decreto número 50 (fechado el 22 de junio) por medio del cual se publicó la creación del municipio 121 del estado de México: Cuautitlán Izcalli.<sup>77</sup>

<sup>76</sup> H. Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli, Monografía Práctica para Estudiantes, Dirección de Desarrollo Social, Junio 1999, p. 21

<sup>77</sup> H. Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli, Monografía Práctica para Estudiantes, Dirección de Desarrollo Social, Junio 1999, p. 22

El nombre del municipio de Cuautitlán Izcalli , tiene su origen en el idioma Náhuatl y significa: **Cuahuitl**; árbol, **titlán**; entre, **Iza**; tu, **Calli**; casa. **“Tú casa entre los árboles”**

El día 24 de junio, entró en vigor este decreto y tomó posesión como primer Presidente Municipal el Lic. Gabriel Ezeta Moll.

Las primeras personas que fungieron como autoridades de Cuautitlán Izcalli fueron:

Presidente	Lic. Gabriel Ezeta Moll
Síndico	Prof. Eduardo Aguirre Sánchez
1er. Regidor	C. Donasiano Noguez Correa
2° Regidor	C. Leopoldo Franco Hernández
3 er. Regidor	Profa. María Guadalupe Alcántara
Juez Menor Municipal	Prof. Raúl Reyes Gutiérrez

El cabildo eligió y designó a Luz Ma. Martínez Legorreta, Administrador Municipal; Petra Socorro Caballero Chávez, Tesorero Municipal; Luis Cuauhtémoc Riojas Guajardo, Jefe de Gobierno y Seguridad Municipal; Mucio Cardoso Beltrán, Director de Acción popular; Luis Aguirre Soria, Jefe de la Oficina de Vía Pública y a la Lic. Silvia Domínguez como Oficial del Registro Civil.<sup>78</sup>

La Ley Orgánica del Estado de México en su título III señala las atribuciones de los miembros del Ayuntamiento, sus comisiones, autoridades auxiliares y órganos de participación ciudadana.

El cabildo actual, está integrado por el Presidente Municipal, tres Síndicos Procuradores, 16 Regidores y el Secretario del Ayuntamiento, a continuación se describen las atribuciones de los miembros del cabildo.

<sup>78</sup> H. Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli, Monografía Práctica para Estudiantes, Dirección de Desarrollo Social, Junio 1999. p. 23

## PRESIDENTE MUNICIPAL

- I.- Presidir y dirigir las sesiones de cabildo del Ayuntamiento;
- II.- Promulgar y publicar en la Gaceta Municipal, Bando Municipal y ordenar la difusión de las normas de carácter general y reglamentos aprobados por el Ayuntamiento;
- III.- Convocar a sesiones ordinarias y extraordinarios a los integrantes del cabildo;
- IV.- Proponer al cabildo los nombramientos de secretario, tesorero, y titulares de las dependencias y organismos auxiliares de la administración pública municipal;
- V.- Verificar que la recaudación de las contribuciones y demás ingresos propios del municipio se realicen conforme a las disposiciones legales aplicables;
- VI.- Vigilar la correcta inversión de los fondos públicos;
- VII.- Tener bajo su mando los cuerpos de seguridad pública, tránsito y bomberos municipales, en los términos del capítulo octavo, del título cuarto de esta Ley;
- VIII.- Vigilar que se integren y funcionen en forma legal las dependencias, unidades administrativas, y organismos desconcentrados o descentralizados y fideicomisos que formen parte de la estructura administrativa;
- IX.- Vigilar que se integren y funcionen los consejos de participación ciudadana y otros órganos de los que formen parte representantes vecinales;
- X.- Informar por escrito al ayuntamiento, el 15 de diciembre de cada año en sesión de cabildo, las actividades realizadas durante dicho periodo;
- XI.- Las demás que le confieren esta Ley y otros ordenamientos<sup>79</sup>.

## LOS SINDICOS

Los síndicos municipales tendrán a su cargo la procuración y defensa de los derechos e intereses del municipio, en especial los de carácter patrimonial y la función de contraloría interna, la que, en su caso ejercerán conjuntamente con el órgano de control y evaluación que al efecto establezcan los ayuntamientos.

<sup>79</sup> H. Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli, Monografía Práctica para Estudiantes, Dirección de Desarrollo Social, Junio 1999. p. 12

Los síndicos tendrán las siguientes atribuciones:

I.- Procurar, defender y promover los derechos e interés municipales; representar jurídicamente a los ayuntamientos en los litigios en que éstos fueren parte, y en la gestión de los negocios de la hacienda municipal;

II.- Revisar y firmar los cortes de caja de la tesorería municipal;

III.- Cuidar que la aplicación de los gastos se hagan llenando todos los requisitos legales y conforme al presupuesto respectivo;

IV.- Vigilar que las multas que impongan las autoridades municipales ingresen a la tesorería, previo comprobante respectivo;

V.- Asistir a las visitas de inspección que realice la Contraloría General de Glosa a la tesorería e informar de los resultados al ayuntamiento;

VI.- Hacer que oportunamente se remitan a la Contraloría General de Glosa de la Legislatura del Estado las cuentas de la tesorería municipal y remitir copia del resumen financiero a los miembros del ayuntamiento;

VII.- Intervenir en la formulación del inventario general de los bienes muebles e inmuebles propiedad del municipio, haciendo que se inscriban en el libro especial, con expresión de sus valores y de todas las características de identificación, así como el uso y destino de los mismos;

VIII.- Regularizar la propiedad de los bienes inmuebles municipales;

IX.- Inscribir los bienes inmuebles municipales en Registro Público de la Propiedad;

X.- Practicar, a falta del agente del Ministerio Público, las primeras Diligencias de averiguación previa o aquellas que sean de notoria urgencia remitiéndolas al agente del Ministerio Público del Distrito Judicial correspondiente, dentro del término de 24 horas y vigilar que los Oficiales Conciliadores y Calificadores, observen las disposiciones legales en cuanto a las garantías que asisten a los detenidos;

- XI.- Participar en los remates públicos en los que tenga interés el municipio, para que se finquen al mejor postor y se guarden los términos y disposiciones prevenidos en las leyes respectivas;
- XII.- Verificar que los remates públicos se realicen en los términos de las leyes respectivas;
- XIII.- Verificar que los funcionarios y empleados del municipio cumplan con hacer la manifestación de bienes que prevé la Ley de Responsabilidades para los Servidores Públicos del Estado y Municipios;
- XIV.- Admitir, tramitar y resolver los recursos administrativos que sean de su competencia;
- XV.- Revisar las relaciones de rezagos para que sean liquidados;
- XVI.- Las demás que señale las disposiciones aplicables.

En caso de que sean dos los síndicos que se elijan, uno estará encargado de los ingresos de la hacienda municipal y el otro de los egresos. El primero tendrá las facultades y obligaciones consignadas en las fracciones I, IV, V, y XVI, y el segundo, las contenidas en las fracciones II, III, VI, VII, VIII, IX, X, y XII, entendiéndose que se ejercerán indistintamente las demás.

En el caso de contar con un tercer síndico que es el caso de Cuautitlán Izcalli, este ejercerá las atribuciones del segundo a que se refieren las fracciones VII, VIII, IX y X.

Los Síndicos no pueden desistirse, transigir, comprometerse en árbitros, ni hacer cesión de bienes municipales, sin la autorización expresa del ayuntamiento.<sup>80</sup>

<sup>80</sup> H. Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli, Monografía Práctica para Estudiantes, Dirección de Desarrollo Social, Junio 1999, p. 13

## LOS REGIDORES

Los regidores son los representantes de los habitantes del municipio, pueden ser considerados como los depositarios del poder legislativo de la entidad municipal, de acuerdo a la mencionada Ley Orgánica Municipal del estado de México, Cuautitlán Izcalli tiene 16 regidores.

Actualmente del 1° al 9° pertenecen al Partido Acción Nacional (PAN), 2 al Partido Revolucionario Institucional (PRI) el 10ª y 12ª, 2 al Partido Verde Ecologista de México (PVEM) 11ª y 13ª, 2 al Partido de la Revolución Democrática (PRD) 14ª y 16ª, y uno al Partido del Trabajo (PT) 15ª y sus atribuciones son:

- I.- Asistir puntualmente a las sesiones que celebre el ayuntamiento;
- II.- Suplir al presidente municipal en sus faltas temporales, en los términos establecidos por esta Ley;
- III.- Vigilar y atender el sector de la administración municipal que le sea encomendado por el ayuntamiento;
- IV.- Participar responsablemente en las comisiones conferidas por el ayuntamiento y aquellas que le designe en forma concreta el presidente municipal,
- V.- Proponer al ayuntamiento, alternativas de solución para la debida atención de los diferentes sectores de la administración municipal;
- VII.- Promover la participación ciudadana en apoyo a los programas que formule y apruebe el ayuntamiento;
- VII.- Las demás que les otorgue esta Ley y otras disposiciones aplicables.

Las Comisiones que se integran son las siguientes:

- Comisión de Gobernación, Seguridad Pública y Tránsito Municipal,
- Gobierno y Planeación para el Desarrollo.
- Comisión de Empleo.
- Comisión de Mercados.
- Comisión de Obras Públicas y Desarrollo Urbano.

ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA

- Comisión de Recolección de Basura y Desechos Orgánicos.
- Comisión de Cultura, Educación Pública, Deporte y Recreación.
- Comisión de Parques, Jardines y Panteones.
- Comisión de Protección Civil y Bomberos.
- Comisión de Reglamentos.
- Comisión de Población.
- Comisión de Alumbrado Público.
- Comisión de Salud Pública.
- Comisión de Preservación y Restauración del Medio Ambiente.

## EL SECRETARIO DEL AYUNTAMIENTO

El Secretario del H. Ayuntamiento emite citatorios para la celebración de las sesiones de cabildo y asiste a las mismas. Tiene que llevar y conservar los libros de actas, elabora con la intervención del primer síndico el inventario general de bienes muebles e inmuebles y valida con su firma los documentos oficiales emanados del Ayuntamiento propiedad del Municipio.<sup>81</sup>

## DIRECTORES DE LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL

En el Bando Municipal se menciona que para el ejercicio de sus atribuciones y responsabilidades ejecutivas el Ayuntamiento cuenta con las dependencias siguientes:

- I.- Secretaría del Ayuntamiento;
- II.- Tesorería Municipal;
- III.- Contraloría Interna Municipal;
- IV.- Las Direcciones de:

---

<sup>81</sup> H. Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli, Monografía Práctica para Estudiantes, Dirección de Desarrollo Social, Junio 1999. p. 14

- a) Administración
- b) Desarrollo Económico
- c) Desarrollo Urbano
- d) Desarrollo Social
- e) Ecología
- f) Gobierno
- g) Jurídico
- h) Obras Públicas
- i) Protección Civil y Bomberos
- j) Servicios Públicos
- k) Seguridad Pública y Tránsito Municipal
- l) Sistemas

V.- Las Coordinaciones de:

- a) Comunicación Social
- b) Derechos Humanos

VI.- De los Organismos Descentralizados:

- a) Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF)
- b) Operagua
- c) MAVICI

El Bando Municipal menciona que cada dependencia de las citadas conducirá sus acciones en forma programada, con base en las políticas y objetivos previstos en el Plan de Desarrollo Municipal y en el reglamento orgánico respectivo. De acuerdo con el Bando el ejecutivo municipal delega facultades de recepción, estudio, dictaminación y resolución fundada y motivada de acuerdo a los ordenamientos de la materia, a las dependencias mencionadas.

Asimismo, para efectos de las leyes de la materia y del presente Bando, son Autoridades Físicas Municipales:

- I. El Ayuntamiento
- II. El Presidente Municipal
- III. El Primer Síndico Procurador
- IV. El Tesorero Municipal
- V. El Titular del Organismo Descentralizado denominado Operagua, en el área de su competencia.<sup>82</sup>

A sus ya treinta años de fundado ha tenido once presidentes municipales contando al edil actual, a continuación los nombres y periodos de gobierno.

#### Presidentes Municipales.

1973 – 1975	Lic. Gabriel Ezeta Moll.
1976 – 1978	Lic. Cuauhtémoc Riojas Guajardo
1979 – 1981	Lic. Roberto Pineda Gómez
1982 – 1984	Lic. Juan Manuel Tovar Estrada
1984 – 1987	Lic. Lorenzo Vera Osorno
1988 – 1990	Lic. Axel García Aguilera
1991 – 1993	Lic. Mucio Cardoso Beltrán (Sustituido por el Lic. Gaspar Caballero Campos Presidente Municipal por Ministerio de Ley)
1994 – 1996	Lic. Fernando García Cuevas (Sustituido por el Profr. Víctor Contreras Ruiz Presidente Municipal por Ministerio de Ley)
1997 – 2000	Lic. Julián Angulo Góngora. <sup>83</sup>
2000 – 2003	Ing. Fernando Covarrubias Zavala
2003 – 2006	<b>Lic. Alfredo Durán Reveles</b>

<sup>82</sup> H. Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli, Monografía Práctica para Estudiantes, Dirección de Desarrollo Social, Junio 1999, p. 15

<sup>83</sup> H. Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli, Monografía Práctica para Estudiantes, Dirección de Desarrollo Social, Junio 1999, p. 37

En cumplimiento de sus atribuciones y obligaciones, el Honorable Ayuntamiento celebra sesiones de cabildo ordinarias, extraordinarias y solemnes, el cabildo está integrado por el Presidente Municipal, tres Síndicos, dieciséis Regidores y el Secretario del Ayuntamiento.

Al interior del Cuerpo Edilicio se discuten ideas y proyectos, con tolerancia y respeto a la persona, a su dignidad, a sus ideales, con ánimo incluyente y democrático y ganas de construir, fortaleciendo la convicción de que Cuautitlán Izcalli es la prioridad.

Las tareas de gobierno no son de un solo hombre ni son de un día, por que el proceso de transición que se ha emprendido en el país convoca a todos, sin excusiones.

Para el gobierno, las personas son el fin único de todas las acciones y el respeto a sus prerrogativas es básico, garantizándolas con firmeza en todo momento y promoviendo su desarrollo integral, siempre con filosofía humanista.<sup>84</sup>

Hoy existe una participación directa y activa por parte de la ciudadanía en las tareas de vigilancia, en las acciones de gobierno, proponiendo, orientando y hasta corrigiendo algunas de éstas. El gobierno municipal ha actuado conforme al mandato ciudadano y entiende que nada se podría hacer sin la participación y la crítica.

El gobierno municipal tiene la obligación de brindar apoyo a escuelas con obra pública, donación de material didáctico, deportivo, aportaciones a la infraestructura educativa en general, así como procurar una mejor calidad de vida a los habitantes de colonias populares con programas de pavimentación, introducción de drenaje, redes de agua potable, mejorara los servicios públicos.

<sup>84</sup> Covarrubias Zavala, Fernando, Primer Informe de Gobierno, 2001. p.6

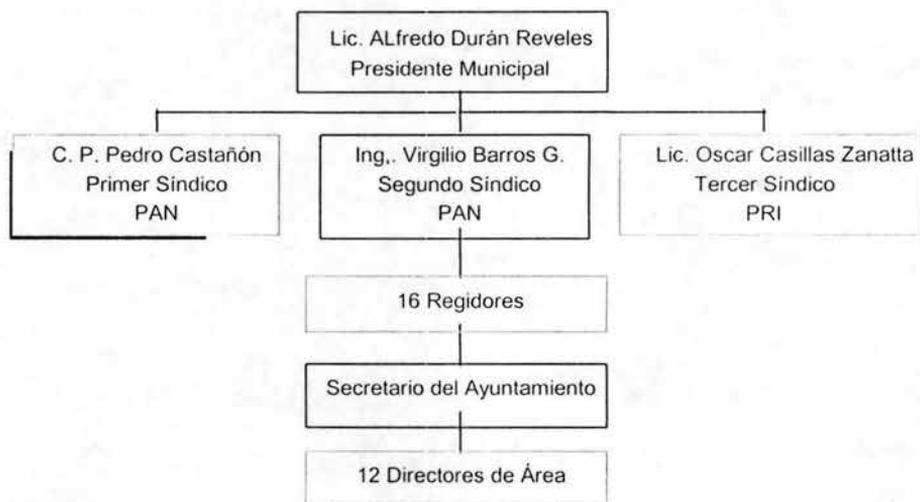
Así como atraer inversiones para crear empleos que los habitantes demandan, son diversos rubros los que la administración pública debe atender, siempre con la convicción de servir de forma honesta y de la mano con la ciudadanía.

Asumiendo el compromiso y cumpliendo el objetivo de trabajar y generar el bien común, bajo una visión de democracia, honradez y hechos que benefician a la sociedad. Sin duda, actualmente la ciudadanía y el gobierno trabajan en armonía, en orden y respeto.

Los proyectos, están siendo enriquecidos con ideas, con propuestas, con demandas, y la participación de la ciudadanía izcallense, que orientan los esfuerzos en las acciones de gobierno.

A pesar de cumplir ya treinta años de su fundación, no existe entre la población una identidad propia, aún es considerado un municipio dormitorio, ya que aún los habitantes de este municipio tiene su fuente de trabajo en el Distrito Federal y en los municipios aledaños.

## H Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli



A continuación se presenta una descripción del organigrama del H. Ayuntamiento.

El cabildo como se explicó anteriormente está integrado por el presidente municipal, 3 síndicos y 16 regidores elegidos por elección popular, el Secretario del Ayuntamiento y los directores de las diferentes áreas son propuestos por el alcalde pero deben ser aprobados por las dos terceras partes del cabildo.

El Presidente Municipal es la máxima autoridad del ayuntamiento, y debe presidir y dirigir las sesiones de cabildo del Ayuntamiento; promulgar y publicar en la Gaceta Municipal, Bando Municipal y ordenar la difusión de las normas de carácter general y reglamentos aprobados por el Ayuntamiento; además de convocar a sesiones ordinarias y extraordinarios a los integrantes del cabildo; proponer al cabildo los nombramientos de secretario, tesorero, y titulares de las

dependencias y organismos auxiliares de la administración pública municipal; verificar que la recaudación de las contribuciones y demás ingresos propios del municipio se realicen conforme a las disposiciones legales aplicables; Vigilar la correcta inversión de los fondos públicos; etcétera, especificados en la página 17 del presente trabajo.

Los síndicos municipales tendrán a su cargo la procuración y defensa de los derechos e intereses del municipio, en especial los de carácter patrimonial y la función de contraloría interna, la que, en su caso ejercerán conjuntamente con el órgano de control y evaluación que al efecto establezcan los ayuntamientos.

Los regidores son los representantes de los habitantes del municipio, pueden ser considerados como los depositarios del poder legislativo de la entidad municipal, de acuerdo a la mencionada Ley Orgánica Municipal del estado de México, Cuautitlán Izcalli tiene 16 regidores y deben informar al presidente municipal sus actividades y propuestas de desarrollo para mejoras del ayuntamiento.

El Secretario del H. Ayuntamiento emite citatorios para la celebración de las sesiones de cabildo y asiste a las mismas. Tiene que llevar y conservar los libros de actas, elabora con la intervención del primer síndico el inventario general de bienes muebles e inmuebles y, valida con su firma los documentos oficiales emanados del Ayuntamiento propiedad del Municipio.<sup>85</sup>

Los directores son los titulares de cada dirección o departamento que se designe de acuerdo a las necesidades del municipio, que deben informar sus actividades al secretario, este a su vez al cabildo, pero principalmente al presidente municipal.

---

<sup>85</sup> H. Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli, Monografía Práctica para Estudiantes, Dirección de Desarrollo Social, Junio 1999, p. 14

El Periódico de Izcalli nace por la inquietud de que en el municipio no existía un medio de comunicación local, teniendo en cuenta que los habitantes del municipio en su mayoría son migrantes.

Para la gente enterarse de primera mano de lo que sucedía en su municipio a través de un medio de comunicación impreso y plural, despertó su interés, el periódico le permitió a la ciudadanía conocer a los funcionarios de gobierno, actividades relevantes del mismo, asuntos empresariales y críticas al desempeño de las autoridades de los diversos grupos sociales.

El periódico se enfrentó al reto de que la gente lo leyera, cosa nada fácil, debido a que la población no tiene un hábito de lectura y tampoco de escritura, buscar temas de interés, identificar que quieren saber o conocer las personas y ponerlo en sus manos, fue lo que permitió que éste medio de comunicación tomará fuerza.

Su director general, Ángel Abel Gutiérrez González, se dio a la tarea de ubicar los lugares y grupos sociales que leen el periódico, como funcionarios y empleados de gobierno, integrantes de partidos políticos, empresarios, instituciones educativas y algunos comerciantes.

Así crea un segmento de voz ciudadana, que hace llegar las quejas, inconformidades, comentarios y denuncias de los vecinos, al resto de la población, que es parte de lo que la gente quiere conocer, enriqueciendo el contenido del medio informativo.

Su primer número salió al público el 30 de mayo de 1997 con 12 páginas, un tiraje de mil ejemplares, un costo de 2 pesos y un tamaño tabloide, más como un periódico misceláneo e inspector que como un medio informativo, que durante su trayectoria ha modificando su contenido.<sup>86</sup>

<sup>86</sup> Gutiérrez González, Ángel A.. Director General del Periódico de Izcalli. Entrevista 31 de mayo del 2003.

El periódico de Izcalli en su primera plana muestra el encabezado de una nota informativa, describe las dos notas principales, que generalmente son de política o denuncia, el nombre y autores de sus dos columna de opinión, el año y número del periódico, su dirección, E-mail y teléfonos, la fecha, el nombre de su director general y el anuncio de uno de sus patrocinadores.

En su página dos incluye un directorio con teléfonos de emergencia, el directorio del periódico, notas de cultura general y un anuncio publicitario; en la tres una declaración de un funcionario de la administración y un anuncio; la cuatro esta destinada a la información y difusión de actividades que el ayuntamiento determina de acuerdo al convenio existente, la cinco, seis y contraportada están dedicadas a los patrocinadores; en la siete se publica información general, en la ocho y la nueve se encuentran las columnas Fijate Cuca y Tinta Suelta respectivamente, en la diez y once la continuación de notas anteriores, información de organizaciones civiles, denuncias e información gubernamental.

Actualmente dentro del contenido del periódico ha destacado la columna denominada "Fijate Cuca", firmada bajo el seudónimo de Producciones Juan Pueblo, que es catalogada como el chisme de último momento, su autor juega con el vocabulario, hace parodias de los funcionarios, personajes del gobierno y la política actual, pero que además brinda información relevante de manera pícaro, es un periodismo libre, lo que resulta novedoso, así como atractivo para quien lo lee.

Ejemplo: *Hello my dear Cuca, finalmente llegaron las lluvias y con ellas un poco de frescura al medio ambiente que ya nos traía juidos con el calor, soponcio ú bochorno. Y ya que hablamos del clima, las que sí están muy frías son las campañas eleitorales para despistados federales, ya que ni el <<joven maravilla>>, alias Heitor Pablo Morales, ni su contrincante, rival ú contendiente del bolillo, Juliancito <<bravo>> Angulo, han logrado interesar a la gente, y sus propuestas (¿?).*

Hoy en día es un periódico autónomo económica y políticamente, con una línea vertical, plural en su información, se considera ético, aunque un tanto subjetivo, el periódico de Izcalli es un semanario, su contenido es de un cincuenta por ciento informativo, un veinte por ciento de opinión y un treinta de servicios, cubriendo el interés de varios grupos sociales.

La idea original al crear el periódico fue que tenía que ser un medio solvente que no dependiera del subsidio del gobierno, sin preferencias políticas, para evitar ser identificado como simpatizante de algún partido político, es un foro que hace valer su derecho de expresión y de opinión sin perder su ética.

El periodismo por autónomo que se diga tiene un grado de dependencia y de riesgo de no continuar por subsidios del gobierno, es sus inicios el periódico de Izcalli consideró no acercarse al gobierno para no depender de él.

Con base en su experiencia empresarial su director general, Ángel A. Gutiérrez González de la mano de su esposa y directora comercial, Mará Luisa Covarrubias Romo, deciden considerar al periódico como una empresa y aplicar los principios básicos de la administración como son la planeación, organización, dirección y control, lo cual consideran que les ha permitido destacar y mantenerse como un medio informativo actualmente.

Basados en esos principios crean un grupo de patrocinadores integrado por empresarios interesados en dar a conocer sus productos, actividades y eventos a realizar en sus establecimientos, esto permite que el periódico sea autónomo económicamente, independiente del convenio que tiene con el ayuntamiento para difusión de obras e información de las acciones de gobierno.

El periódico a ganado credibilidad entre la población por su pluralidad y diversidad. El patrocinio también le ha servido para denunciar ilícitos, malos tratos por parte de algunas autoridades, quejas de los empresarios por parte de trabajadores y servidores públicos del ayuntamiento principalmente y esto ha sido bien visto por la gente.<sup>87</sup>

A sus seis años de fundado el periódico no cuenta con un archivo histórico, pero sí tiene un archivo con el que esta formando una hemeroteca.

Uno de sus objetivos es mantenerse como un foro de expresión de la ciudadanía, para conocer la falta de servicios públicos, denuncias, carencias en su colonia, un medio que brinda información a la gente sobre que hacen sus autoridades, que pasa en su comunidad.

Además de crear un consejo editorial, que funcione como controlador, moderador y a su vez vigile, califique y sancione el desempeño del periódico, formar secciones: de cultura, tecnología, salud, temas que contribuyan a la cultura general del lector. Mejorar la calidad del papel e impresión y expandirse a los municipio vecinos como Cuautitlán México, Tultitlán y Tepotzotlán.

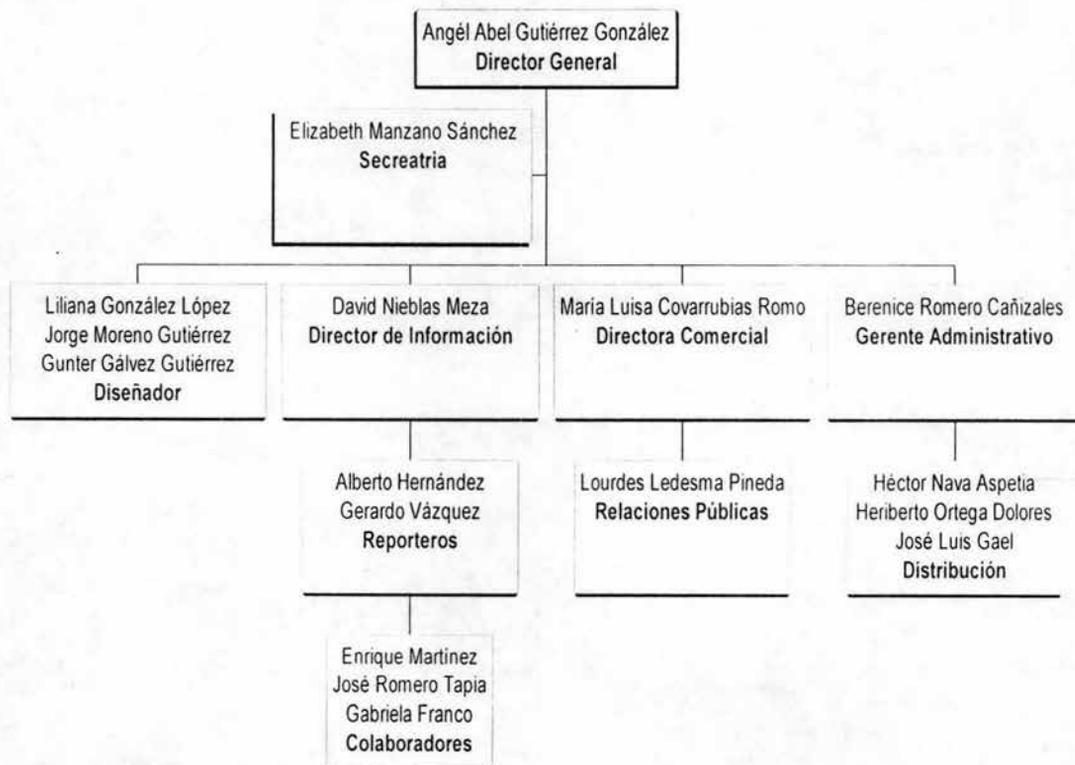
Es un municipio joven, por ello es fundamental crear una identidad entre los izcallenses, y el periódico de Izcalli a través de su contenido pretende despertar conciencias, que los ciudadanos empiecen a echar raíces conociendo a su municipio y a sus gobernantes.

---

<sup>87</sup> Gutiérrez González, Ángel A.. Director General del Periódico de Izcalli. Entrevista 31 de mayo del 2003.

## Organigrama Periódico de Izcalli

## Periódico de Izcalli



A continuación una descripción y relación del organigrama:

El Director General es quien decide la información a publicar, da el visto bueno del trabajo de las demás áreas y conserva una comunicación con sus

directores, gerente y jefes de departamento, a fin de realizar un trabajo de calidad que satisfaga los requisitos y demandas de sus clientes y patrocinadores.

El director comercial, lleva acabo los balances de egresos, ingresos, mantiene un contacto directo con los patrocinadores y realiza un programa de propuestas para las publicaciones. Supervisa al departamento de relaciones públicas a fin de mantener una cartera de clientes.

Director de Información, es el encargado de mantener un contenido actual, plural, de otorgar un equilibrio a la información y dar seguimiento a las notas. Designa las fuentes o temas a cada uno de los reporteros y checa la información entregada por estos, así como el material de los colaboradores.

El Gerente administrativo paga la nómina a los empleados, es el encargado del archivo, la hemeroteca, vigila el trabajo del departamento de distribución y cobranza.

**Capítulo 3**  
**Metodología para la elaboración**  
**del cuestionario**

## **Capítulo 3 Metodología**

### **Metodología para la elaboración del Cuestionario**

En este capítulo se enuncia la metodología que servirá para diseñar y elaborar el instrumento de la presente investigación de Opinión Pública, entre ellos todos los elementos que intervienen en la tabla de especificaciones, los criterios de arboreación y de aplicación del cuestionario piloto, es decir, la forma en que se abordará a los encuestados, el lugar donde se entrevistarán y las indicaciones a los encuestadores en caso de que exista. Asimismo se presentan las tablas de resultado de las tablas piloto con la finalidad de reconocer los errores del cuestionario y con ello hacer las correcciones para concluir en el cuestionario final.

#### **3.1 Relación del Marco Teórico con la Tabla de Especificaciones.**

En el marco teórico, subcapítulo 1.3 se definió a la Opinión Pública como el conjunto de expresiones de los individuos del grupo social que tienen un referente público, entendiendo como público a todo aquello que interesa y/o afecta al grupo social en sí mismo.

La definición anterior condujo a diferenciar:

- 1.- Las expresiones de los individuos del grupo social.
- 2.- El referente público.
- 3.- El grupo social en sí mismo.

En el mismo marco teórico se mencionó que los elementos del sistema comunicativo son:

- 1.- Actores de la comunicación.
- 2.- Instrumentos de la comunicación con cuestionario (en papel).
- 3.- Las expresiones con el conjunto de expresiones del grupo social en donde se manifiestan los consensos/descensos.
- 4.- Las representaciones de la comunicación con el conjunto de datos de referencia contenidos en las expresiones del grupo social y que tienen un significado para los usuarios.

Interesa resaltar que los actores de la comunicación pueden tener como referente de sus expresiones:

- 1.- Lo que hacen (acciones ejecutivas)
- 2.- A otras expresiones (ya enunciado o por enunciar)
- 3.- Al pensamiento (ya pensado o que se este pensando)

En el presente trabajo, en el apartado 1.1. Teoría General de Sistemas se indicó que hay varios sistemas y que uno de ellos es el de la referencia [SR]. En este sistema se contempla todo aquello que es nombrado, es decir, aquellos referentes simbólicos que ya han sido nombrados y de los cuales los actores de la comunicación pueden (volver a) decir algo.

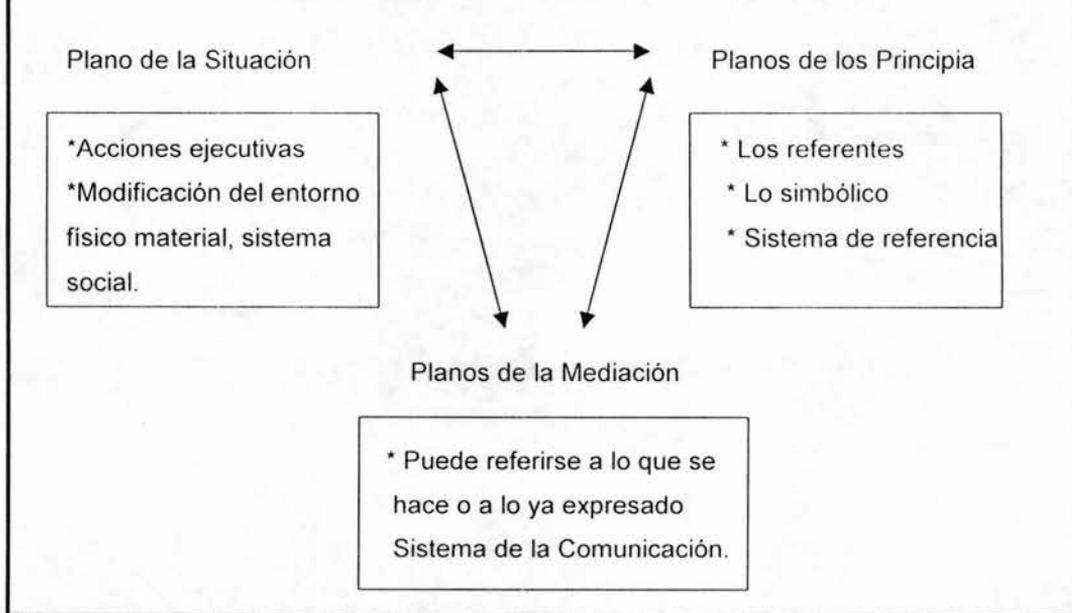
De tal forma que hay una diferencia entre:

- 1.- Lo que se hace (como acción ejecutiva).
- 2.- Lo que se dice (como acción expresiva).
- 3.- Lo que se dice que se hace (que es una expresión que tiene como referente a una acción ejecutiva).
- 4.- Lo que se dice de lo que ya se ha dicho (que es una expresión que tiene como referente a lo simbólico).

## Planos de la Mediación

Esquema 21

Lo inmediato anterior se plasma en el siguiente esquema:



Si se considera la definición de opinión pública antes mencionada de tendría que aclarar que:

1.- La indagación de la opinión de un grupo social no puede contrastarse con lo que realmente hacen los agentes sociales, pero sí que es necesario considerar a los aspectos más importantes de los roles que desempeñan los agentes sociales:

1. Sexo
2. Edad
3. Posición Política
4. Posición Económica
5. Nivel de Escolaridad
6. Lugar de Residencia
7. Posición Religiosa

2.- La indagación de un grupo social no puede contrastarse con el plano de lo simbólico [SR] pero si resulta pertinente que el investigador de la opinión pública indique un rango de credibilidad acerca de lo que el grupo social conoce acerca del referente, es decir, que se debe tener cierto grado de certeza del conocimiento de la temática con la finalidad de que lo expresado como opinión en el cuestionario diferencie los actores que conocen o no el referente. (Confrontese lo que se considere necesario conocer por parte del grupo social en el marco contextual del trabajo).

3.- La indagación de los que se expresa sobre lo que se hace y del sistema referencial es lo propio del investigador de la opinión pública pero hay que indicar que esta expresión (opinión) varía dependiendo de los roles que desempeña el agente social y del grado de conocimiento sobre la temática.

Conforme lo antes mencionado, resulta imprescindible:

1.- Considerar como variable de un estado de opinión pública a los diferentes roles de los agentes sociales y que en la tabla de especificaciones se denominarán bajo el término **concepto sociodemográfico**.

2.- Considerar como variable de opinión pública el grado de conocimiento de la temática por parte de los actos de la comunicación y que en la tabla de especificaciones se denominará bajo el término de **concepto conocer**.

3.- Considerar como variable de opinión pública a las valoraciones expresadas en un cuestionario (opiniones) por los actores (grupo social a investigar) sobre la temática y que en la tabla de especificaciones se denominará bajo el **concepto opinión.**

### **3.2 El Sistema Hipotético.**

Este sistema hipotético contempla una hipótesis nula y las hipótesis alternativas. En donde el criterio de validación de las mismas será de carácter estadístico en porcentaje del grado de conocimiento sobre la temática, y en frecuencia de las opiniones de acuerdo a una escala estimativa con un rango de entre 1 y 5.

#### **Hipótesis Nula.**

No se conoce la Opinión Pública de los directores e integrantes del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

#### **Hipótesis Alternativas.**

Las hipótesis alternativas que se plantean a continuación dependen de las variables de conocimiento, opinión y sociodemográficas.

1.- El conocimiento que tienen los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli. Es de, **80%**

2.- La opinión que tiene los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli. Es de **4**.

3.- El sexo determina en un **90%** el conocimiento que tienen los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

4.- El sexo determina en **4** la opinión de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

5.- La edad precisa en un **60%** el conocimiento de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

6.- La edad precisa en un **4** la opinión de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

7.- La posición política delimita el conocimiento de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli. En un **60%**

8.- La posición política delimita en **1** la opinión de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

9.- La posición económica define en un **40%** el conocimiento de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli

---

Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

10.- La posición económica define en **3** la opinión los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

11.- El nivel de escolaridad establece en **60%** el conocimiento de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

12.- El nivel de escolaridad establece en **4** la opinión de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

13.- El lugar de residencia determina en un **90%** el conocimiento de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

14.- El lugar de residencia determina en un **1** la opinión de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

15.- La posición religiosa delimita en un **0%** el conocimiento de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

16.- La posición religiosa delimita en **2** la opinión de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

### **3.3 Variables.**

A continuación se enuncian las variables dependientes e independientes de este estudio, así como su relación con las hipótesis planteadas.

1.- Con respecto a las hipótesis alternativas **1** de la variable independiente es el sexo de los miembros del grupo social y la variable dependiente es el conocimiento que tienen los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

2.- Con respecto a la hipótesis **3** la variable independiente es el sexo del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tengan los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

3.- Con respecto a la hipótesis **5** la variable independiente es la edad del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tengan los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

4.- Con respecto a la hipótesis **7** la variable independiente es la posición política del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tengan los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

5.- Con respecto a la hipótesis 9 la variable independiente es la posición económica del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tengan los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

6.- Con respecto a la hipótesis 11 la variable independiente es el nivel de escolaridad del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tengan los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

7.- Con respecto a la hipótesis 13 la variable independiente es el lugar de residencia del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tengan los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

8.- Con respecto a la hipótesis 15 la variable independiente es la posición religiosa del grupo social y la variable dependiente es la opinión que tengan los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003 – 2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

### **3.4 Tabla de Especificaciones.**

La tabla de especificaciones es un instrumento metodológico que se utiliza para operacionalizar los conceptos que determinan la construcción del cuestionario, considerando los conceptos, dependientes e independientes

manejadas en la hipótesis de esta investigación.<sup>88</sup> La función de la tabla de especificaciones consiste en adaptar y ubicar los conceptos empleados en el marco teórico de indicadores empíricos, acordes al contexto de la temática particular de la que trata esta investigación.

La tabla de especificaciones contiene 4 columnas: en la primera se especifican los conceptos y se enumeran en orden progresivo con un dígito; en la segunda se anotan las categorías por concepto y se enumera en orden progresivo con dos dígitos; en la tercera se anotan los indicadores por categoría y se enumeran en orden progresivo con tres dígitos; la cuarta columna contiene a los reactivos uno por cada indicador y se enumeran con el mismo número del indicador. Así la tabla de especificaciones contiene a los conceptos, las categorías, a los indicadores y a los reactivos.

El término "concepto" se refiere a una representación literaria que expresa un rango característico del fenómeno a estudiar, y que para el tema que nos ocupa son: conocimiento, opinión y datos sociodemográficos del grupo social a estudiar.

El término "categoría" es la dimensión del concepto, son las características que asumen en la realidad del formato y contenido del Periódico de Izcalli.

El término "indicador" es la determinación de la categoría y se expresa como la unidad única y unívoca que se presenta en la realidad social en el caso particular de la temática a tratar.

---

<sup>88</sup> Torres Lima, Héctor. "Módulo III, Seminario Taller Extracurricular de Titulación la Opinión Pública", México, ENEP Acatlán, Agosto 2003.

Se entenderá por "reactivo" a una pregunta (base de reactivos) con sus respectivas opciones (posibles respuestas a la base del reactivo y de las cuales, solo una será válida).<sup>89</sup>

En la redacción de los reactivos se deberá considerar los siguientes criterios.

- 1.- Reactivos precisos.
- 2.- Planteadas de acuerdo al nivel de escolaridad de la muestra.
- 3.- Planteados de acuerdo al vocabulario de los encuestados.
- 4.- Deben utilizar una sola respuesta.
- 5.- En caso, de ser de opción múltiple deben ser ordenadas las opciones de menor extensión a mayor.
- 6.- No deben sugerir respuestas.
- 7.- Deben referirse a un solo tema y a una sola persona.
- 8.- Deben ser pertinentes al tema.

La tabla de especificaciones se lee en forma horizontal y de arriba hacia abajo. A continuación se presenta la tabla de especificaciones.

Concepto	Categorías	Indicadores	Reactivos
1. Conocimiento	1.1. Formato	1.1.1.El Tamaño del Periódico	1.1.1.1. El tamaño del Periódico de Izcalli es: a) Carta b) Estándar c) Tabloide
		1.1.2. Título del Periódico	1.1.2.1. El Título del Periódico le indica que es: a) Estatal b) Nacional c) Municipal

<sup>89</sup> Torres Lima, Héctor. "Módulo III, Seminario Taller Extracurricular de Titulación la Opinión Pública", México, ENEP Acatlán, Agosto 2003.

		1.1.3. 4 Columnas	1.1.3.1 El Periódico de Izcalli está escrito a: a) 4 columnas b) 5 columnas c) 6 columnas
		1.1.4. Tamaño de Letra	1.1.4.1. El Periódico de Izcalli está escrito con letra de: a) 8 puntos b) 10 puntos c) 12 puntos
		1.1.5. Publicidad	1.1.5.1. La publicidad se encuentra en las páginas: a) 2-3 b) 4-5 c) 7-9
		1.1.6. Número de Páginas	1.1.6.1 El Periódico tiene a) 8 páginas b) 10 páginas c) 12 páginas
	1.2. Contenido	1.2.1. La Columna Fijate Cuca	1.2.1.1. La información que maneja la columna Fijate Cuca es: a) Chisme b) Policiaca c) Política
		1.2.2. Información Oficial	1.2.1.2. La Información Oficial que se publica en el periódico es de: a) Actividades de Funcionarios b) Actividades Ciudadanas c) Entrevistas con funcionarios
		1.2.3. Notas de Denuncia	1.2.3.1 La nota de denuncia se publica en: a) Página central b) Página portada c) Varía la página
2. Opinión	2.1. Formato	2.1.1. El tamaño del Periódico	2.1.1.1. ¿Qué tan práctico es el tamaño del Periódico es: 1. 2. 3. 4. 5.

		2.1.2. Título del Periódico	2.1.2.1. El Título del Periódico es agradable: 1. 2. 3. 4. 5.
		2.1.3. 4 Columnas	2.1.3.1. ¿Qué tanta facilidad le da a su lectura la forma en que le presenta la información? 1. 2. 3. 4. 5.
		2.1.4. Tamaño de Letra	2.1.4.1. El tamaño de letra de las notas es adecuado: 1. 2. 3. 4. 5.
		2.1.5. Publicidad	2.1.5.1. ¿Qué tan correcto es el número de anuncios? 1. 2. 3. 4. 5.
		2.1.6. Número de Páginas	2.1.6.1. El número de páginas es suficiente: 1. 2. 3. 4. 5.
	2.2. Contenido	2.2.1. La Columna Fijate Cuca	2.2.1.1. A la columna fijate cuca la considera: 1. 2. 3. 4. 5.
		2.2.2. Información Oficial	2.2.2.1. ¿Qué le parece el manejo de la Información Oficial? 1. 2. 3. 4. 5.

		2.2.3 Notas de Denuncia	2.2.3.1. El espacio dedicado a la nota de denuncia le parece: 1. 2. 3. 4. 5.
--	--	-------------------------	---

### 3.5 Arboreación

La arboreación es una teoría que permite establecer el orden en que aparecen los reactivos en el cuestionario. Para ello se establecerán los criterios, en una tabla de equivalencias entre el número del reactivo en el cuestionario y el número del reactivo en la tabla de especificaciones, y el diagrama de flujo que indicará como deberá ser contestado el cuestionario.

#### 3.5.1. Criterios de Arboreación

Los lineamientos que ordenarán los reactivos en el cuestionario serán:

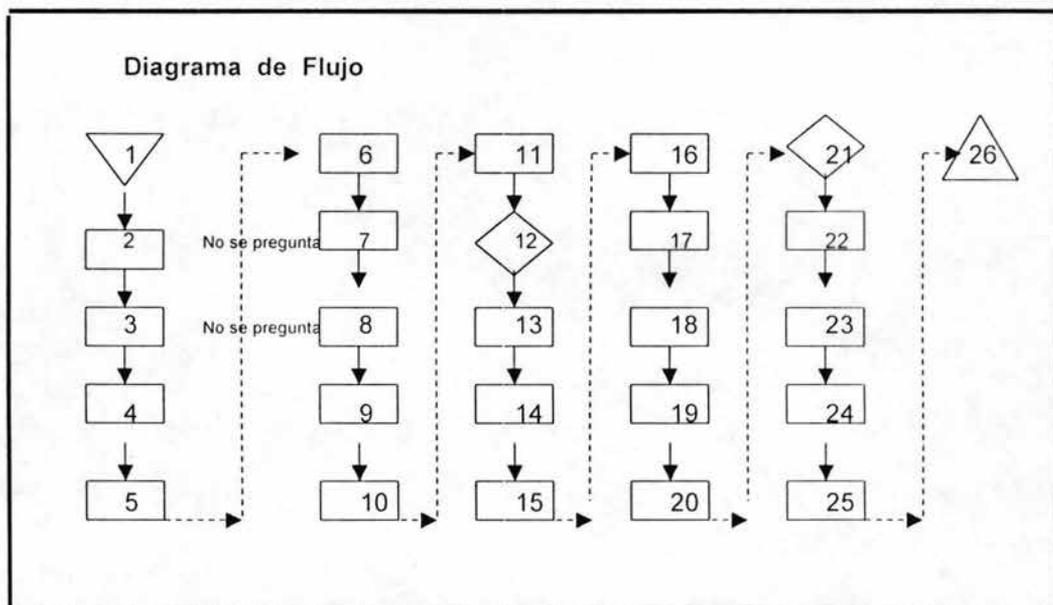
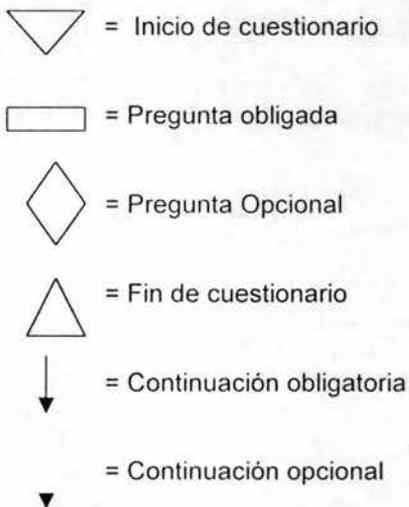
1. Se colocaran en primer lugar aquellos reactivos que midan los aspectos más generales y posteriormente los reactivos que midan los más específicos.
2. Se colocarán en primer lugar aquellos reactivos que hallan sido elaborados de manera más sencilla y posteriormente los más complejos.
3. Se colocarán en primer lugar los reactivos correspondientes al conjunto 3 de datos sociodemográficos, debido a que se considera que no afectan las respuestas de los reactivos posteriores.
4. Se colocarán los reactivos concepto 1 conocimiento alternandolos con los reactivos del concepto 2 opinión, siempre y cuando correspondan al mismo indicador o categoría; debido a que se considera (argumentar).

**3.5.2. Tabla de Equivalencias**

Reactivos del cuestionario	Reactivos de la tabla de especificaciones
1.	3.1.1.
2.	3.2.1.
3.	3.6.1.
4.	3.8.1.
5.	3.4.1.
6.	3.7.1.
7.	3.5.1.
8.	3.3.1.
9.	1.1.2.
10.	1.1.1.
11.	1.1.3.
12.	1.1.4.
13.	1.1.6.
14.	1.1.5.
15.	1.2.2.
16.	1.2.3.
17.	1.2.1.
18.	2.1.2.
19.	2.1.1.
20.	2.1.3.
21.	2.1.4.
22.	2.1.5.
23.	2.1.6.
24.	2.2.1.
25.	2.2.2.
26.	2.2.3

### 3.5.3. Diagrama de flujo de la Arboreación

En el diagrama de flujo se utilizarán los siguientes símbolos:



### 3.6. Cuestionario Piloto

#### Universidad Nacional Autónoma de México, Campus Acatlán. Seminario Taller Extracurricular de Titulación La Opinión Pública

Este cuestionario tiene la finalidad de conocer su opinión acerca del formato y contenido del Periódico de Izcalli, para mejorar los servicios que éste medio de información proporciona. Mucho le agradeceremos que conteste con la mayor veracidad posible. Los resultados serán tratados estadísticamente y con estricta confidencialidad.

Instrucciones: Le solicitamos que lea las siguientes preguntas y coloque una "X" en el paréntesis y en la celda que usted considere con pluma. Es importante aclarar que no hay respuestas buenas o malas, por lo que trate de no modificar las respuestas que ya haya anotado. En una escala de 1 a 5, donde uno es el mínimo y 5 es lo más.

- Sexo: Femenino ( ) Masculino ( )
- Señale su edad a) 18 – 27 b) 28 – 37 c) 38 – 47 d) 48 ó más
- Lugar de residencia: a) Centro Urbano b) Pueblo c) Fuera del municipio
- Estado Civil: a) Casado b) Soltero c) Divorciado
- Su gasto mensual promedio es de: a) 3 mil a 5 mil pesos b) 6 mil a 8 mil pesos c) Más de 9 mil pesos
- Dependientes económicos a) 1-3 b) 4-6 c) 7 o más
- ¿Con qué religión simpatiza? a) Católica b) Protestante c) Cristiana d) Ninguna
- Último grado de estudios a) Básico b) Medio superior c) Superior d) Otro

	1	2	3	4	5
El Título del Periódico le indica que es: ( ) a) Estatal b) Nacional c) Municipal					
El tamaño del periódico de Izcalli es: ( ) a) Carta b) Estándar c) Tabloide					
El Periódico de Izcalli está escrito a: ( ) a) 4 columnas b) 5 columnas c) 6 columnas					

El Periódico de Izcalli está escrito con letra de: ( ) a) 8 puntos b) 10 puntos c) 12 puntos					
El periódico tiene ( ) a) 8 páginas b) 10 páginas c) 12 páginas					
La publicidad se encuentra en las páginas: ( ) a) 2-3 b) 4-5 c) 7-9					
La información oficial que se publica en el periódico es de: ( ) a) Actividades de funcionarios b) Actividades ciudadanas c) Entrevistas con funcionarios					
La nota de denuncia se publica en: ( ) a) Página central b) Página portada c) Varía la página					
La información que maneja la columna Fijate Cuca es: ( ) a) De chisme b) Policiaca c) De Política					
El Título del Periódico es agradable					
¿Qué tan práctico es el tamaño del periódico?					
¿Qué tanta facilidad le da a su lectura la forma en que le presenta la información?					
El tamaño de letra de las notas es adecuado.					
¿Qué tan correcto es el número de anuncios?					
El número de páginas es suficiente.					
La columna fijate cuca le es agradable.					
¿Qué le parece el manejo de la información oficial?					
El espacio dedicado a la nota de denuncia le parece.					

### 3.7. Procedimiento de aplicación

Para la aplicación del cuestionario piloto se tomo como muestra a los asesores de los integrantes del cabildo y subdirectores de área. Se les informo que como parte de un proyecto de tesis sobre opinión pública si podian contestar un breve cuestionario sobre el periódico de Izcalli, accediendo inmediatamente.

Se aplico el cuestionario el día 9 de septiembre a la una treinta de la tarde en sus oficinas de regidurías, ubicadas en Avenida Primero de Mayo número 100, en el Centro Urbano, municipio de Cuautitlán Izcalli en el primer piso del Palacio Municipal, así como en el tercer piso en la Dirección de Administración.

Se les entrego el cuestionario y en 10 ó 20 minutos aproximadamente, lo entregaron debidamente contestado, algunos comentaron que estaba muy sencillo, y otros preguntaron por que sobre ese medio informativo, a lo que se les respondió que debido a no existir otro periódico local con más antigüedad y arraigo en el municipio, se decidió aplicar el trabajo sobre ese periódico, que además es identificado en sus áreas de trabajo.

### 3.8 Resultados del Piloteo.

A continuación se presentan las tablas de resultados obtenidos de la aplicación del cuestionario piloto. Tabla general variables sociodemográficas

SUJETO	RESIDENCIA	EDAD	DEPENDIENTE ECONÓMICOS	GASTO	RELIGION	ESTUDIOS	ESTADO CIVIL	POLITICO	SEXO
1	C.U.	28	1	6	CATOL	SUPERIOR	DIVOR	PAN	H
2	C.U.	28	0	9	CATOL	OTRO	DIVOR	PAN	H
3	C.U.	28	1	9	CATOL	SUPERIOR	CASADO	PAN	H
4	C.U.	28	1	3	CATOL	SUPERIOR	SOLTERO	PAN	H
5	C.U.	18	1	6	CATOL	SUPERIOR	SOLTERO	PAN	H
6	C.U.	38	1	6	CATOL	OTRO	CASADO	PAN	H
7	C.U.	28	1	6	CATOL	SUPERIOR	CASADO	PRI	H
8	P	18	1	3	CATOL	SUPERIOR	SOLTERO	PVEM	H
9	C.U.	48	4	3	CATOL	MEDIO	DIVOR	PRD	M
10	C.U.	28	1	3	CATOL	OTRO	SOLTERO	PRD	H

## Preguntas de conocimiento

PREGUNTA	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	1	1	1	1	0	0	0	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
1	1	1	0	0	1	1	0	1	0
1	0	1	0	0	1	1	1	1	1
1	1	0	1	1	1	0	1	0	0
0	0	1	0	1	1	1	0	0	0
0	0	0	0	0	1	1	0	0	1
1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
1	1	1	0	1	0	0	0	0	1
1	1	1	0	0	0	1	0	1	1

## Preguntas de opinión

PREGUNTA	10	11	12	13	14	15	16	17	18
5	5	4	4	5	4	1	5	5	4
1	4	2	2	3	3	4	4	1	1
5	4	4	4	4	3	4	4	2	2
5	5	5	5	5	4	4	3	5	4
5	4	5	5	5	4	5	5	3	3
5	5	5	5	4	3	5	5	5	5
2	2	2	2	3	3	3	1	3	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	5	3
3	3	3	4	4	3	5	5	5	4

## 3.9 Correcciones de Cuestionario piloto.

Se anexo un inciso en la variable sociodemográfica de los dependientes económicos, d) ninguno, debido a que las respuestas de los encuestados, así lo requería.

### 3.10 Cuestionario final.

#### Universidad Nacional Autónoma de México, Campus Acatlán. Seminario Taller Extracurricular de Titulación La Opinión Pública

Este cuestionario tiene la finalidad de conocer su opinión acerca del formato y contenido del Periódico de Izcalli, para mejorar los servicios que éste medio de información proporciona. Mucho le agradeceremos que conteste con la mayor veracidad posible. Los resultados serán tratados estadísticamente y con estricta confidencialidad.

Instrucciones: Le solicitamos que lea las siguientes preguntas y coloque una "X" en el paréntesis y en la celda que usted considere con pluma. Es importante aclarar que no hay respuestas buenas o malas, por lo que trate de no modificar las respuestas que ya haya anotado. En una escala de 1 a 5, donde uno es el mínimo y 5 es lo más.

- Sexo: Femenino ( ) Masculino ( )
- Señale su edad a) 18 – 27 b) 28 – 37 c) 38 – 47 d) 48 ó más
- Lugar de residencia: a) Centro Urbano b) Pueblo c) Fuera del municipio
- Estado Civil: a) Casado b) Soltero c) Divorciado
- Su gasto mensual promedio es de: a) 3 mil a 5 mil pesos b) 6 mil a 8 mil pesos c) Más de 9 mil pesos
- Dependientes económicos a) 1-3 b) 4-6 c) 7 o más d) ninguno
- ¿Con qué religión simpatiza? a) Católica b) Protestante c) Cristiana d) Ninguna
- Último grado de estudios a) Básico b) Medio superior c) Superior d) Otro

	1	2	3	4	5
El Título del Periódico le indica que es: ( ) a) Estatal b) Nacional c) Municipal					
El tamaño del periódico de Izcalli es: ( ) a) Carta b) Estándar c) Tabloide					
El Periódico de Izcalli está escrito a: ( ) a) 4 columnas b) 5 columnas c) 6 columnas					

<p>El Periódico de Izcalli está escrito con letra de: ( )</p> <p>a) 8 puntos b) 10 puntos c) 12 puntos</p>					
<p>El periódico tiene ( )</p> <p>a) 8 páginas b) 10 páginas c) 12 páginas</p>					
<p>La publicidad se encuentra en las páginas: ( )</p> <p>a) 2-3 b) 4-5 c) 7-9</p>					
<p>La información oficial que se publica en el periódico es de: ( )</p> <p>a) Actividades de funcionarios b) Actividades ciudadanas c) Entrevistas con funcionarios</p>					
<p>La nota de denuncia se publica en: ( )</p> <p>a) Página central b) Página portada c) Varía la página</p>					
<p>La información que maneja la columna Fijate Cuca es: ( )</p> <p>a) De chisme b) Policiaca c) De Política</p>					
El Título del Periódico es agradable					
¿Qué tan práctico es el tamaño del periódico?					
¿Qué tanta facilidad le da a su lectura la forma en que le presenta la información?					
El tamaño de letra de las notas es adecuado.					
¿Qué tan correcto es el número de anuncios?					
El número de páginas es suficiente.					
La columna fijate cuca le es agradable.					
¿Qué le parece el manejo de la información oficial?					
El espacio dedicado a la nota de denuncia le parece.					

**Capítulo 4**  
**Levantamiento de Datos**

## Capítulo 4 Levantamiento de Datos

En el presente capítulo se realizara el levantamiento de datos y la evaluación estadística de los resultados obtenidos a través del cuestionario aplicado a los directores e integrantes del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli, así como las características de dicho grupo social.

### 4.1 Características de la población.

Población es el conjunto de elementos que componen un grupo común de características y forman un universo para el propósito del problema de investigación.

El grupo de estudio está compuesto de 12 directores y 21 integrantes del cabildo. El cabildo actual, está integrado por el Presidente Municipal, tres Síndicos Procuradores, 16 Regidores y el Secretario del Ayuntamiento, a continuación se describen las atribuciones de los miembros del cabildo.

#### **PRESIDENTE MUNICIPAL**

- I.- Presidir y dirigir las sesiones de cabildo del Ayuntamiento;
- II.- Promulgar y publicar en la Gaceta Municipal, Bando Municipal y ordenar la difusión de las normas de carácter general y reglamentos aprobados por el Ayuntamiento;
- III.- Convocar a sesiones ordinarias y extraordinarios a los integrantes del cabildo;

- IV.- Proponer al cabildo los nombramientos de secretario, tesorero, y titulares de las dependencias y organismos auxiliares de la administración pública municipal;
- V.- Verificar que la recaudación de las contribuciones y demás ingresos propios del municipio se realicen conforme a las disposiciones legales aplicables;
- VI.- Vigilar la correcta inversión de los fondos públicos;
- VII.- Tener bajo su mando los cuerpos de seguridad pública, tránsito y bomberos municipales, en los términos del capítulo octavo, del título cuarto de esta Ley;
- VIII.- Vigilar que se integren y funcionen en forma legal las dependencias, unidades administrativas, y organismos desconcentrados o descentralizados y fideicomisos que formen parte de la estructura administrativa;
- IX.- Vigilar que se integren y funcionen los consejos de participación ciudadana y otros órganos de los que formen parte representantes vecinales;
- X.- Informar por escrito al ayuntamiento, el 15 de diciembre de cada año en sesión de cabildo, las actividades realizadas durante dicho periodo;
- XI.- Las demás que le confieren esta Ley y otros ordenamientos.”

## LOS SINDICOS

Los síndicos municipales tendrán a su cargo la procuración y defensa de los derechos e intereses del municipio, en especial los de carácter patrimonial y la función de contraloría interna, la que, en su caso ejercerán conjuntamente con el órgano de control y evaluación que al efecto establezcan los ayuntamientos.

Los síndicos tendrán las siguientes atribuciones:

- I.- Procurar, defender y promover los derechos e interés municipales; representar jurídicamente a los ayuntamientos en los litigios en que éstos fueren parte, y en la gestión de los negocios de la hacienda municipal;
- II.- Revisar y firmar los cortes de caja de la tesorería municipal;

<sup>90</sup> H. Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli. Monografía práctica para estudiantes de: Cuautitlán Izcalli. México, Junio 1999. p. 12

- 
- III.- Cuidar que la aplicación de los gastos se hagan llenando todos los requisitos legales y conforme al presupuesto respectivo;
- IV.- Vigilar que las multas que impongan las autoridades municipales ingresen a la tesorería, previo comprobante respectivo;
- V.- Asistir a las visitas de inspección que realice la Contraloría General de Glosa a la tesorería e informar de los resultados al ayuntamiento;
- VI.- Hacer que oportunamente se remitan a la Contraloría General de Glosa de la Legislatura del Estado las cuentas de la tesorería municipal y remitir copia del resumen financiero a los miembros del ayuntamiento;
- VII.- Intervenir en la formulación del inventario general de los bienes muebles e inmuebles propiedad del municipio, haciendo que se inscriban en el libro especial, con expresión de sus valores y de todas las características de identificación, así como el uso y destino de los mismos;
- VIII.- Regularizar la propiedad de los bienes inmuebles municipales;
- IX.- Inscribir los bienes inmuebles municipales en Registro Público de la Propiedad;
- X.- Practicar, a falta del agente del Ministerio Público, las primeras Diligencias de averiguación previa o aquellas que sean de notoria urgencia remitiéndolas al agente del Ministerio Público del Distrito Judicial correspondiente, dentro del término de 24 horas y vigilar que los Oficiales Conciliadores y Calificadores, observen las disposiciones legales en cuanto a las garantías que asisten a los detenidos;
- XI.- Participar en los remates públicos en los que tenga interés el municipio, para que se finquen al mejor postor y se guarden los términos y disposiciones prevenidos en las leyes respectivas;
- XII.- Verificar que los remates públicos se realicen en los términos de las leyes respectivas;
- XIII.- Verificar que los funcionarios y empleados del municipio cumplan con hacer la manifestación de bienes que prevé la Ley de Responsabilidades para los Servidores Públicos del Estado y Municipios;

XIV.- Admitir, tramitar y resolver los recursos administrativos que sean de su competencia:

XV.- Revisar las relaciones de rezagos para que sean liquidados;

XVI.- Las demás que señales las disposiciones aplicables.

En caso de que sean dos los síndicos que se elijan, uno estará encargado de los ingresos de la hacienda municipal y el otro de los egresos. El primero tendrá las facultades y obligaciones consignadas en las fracciones I, IV, V, y XVI, y el segundo, las contenidas en las fracciones II, III, VI, VII, VIII, IX, X, y XII, entendiéndose que se ejercerán indistintamente las demás.

En el caso de contar con un tercer síndico que es el caso de Cuautitlán Izcalli, este ejercerá las atribuciones del segundo a que se refieren las fracciones VII, VIII, IX y X.

Los Síndicos no pueden desistirse, transigir, comprometerse en árbitros, ni hacer cesión de bienes municipales, sin la autorización expresa del ayuntamiento.<sup>91</sup>

## LOS REGIDORES

Los regidores son los representantes de los habitantes del municipio, pueden ser considerados como los depositarios del poder legislativo de la entidad municipal, de acuerdo a la mencionada Ley Orgánica Municipal del estado de México, Cuautitlán Izcalli tiene 16 regidores.

Actualmente del 1° al 9° pertenecen al Partido Acción Nacional (PAN), 2 al Partido Revolucionario Institucional (PRI) el 10° y 12°, 2 al Partido Verde Ecologista de México (PVEM) 11° y 13°, 2 al Partido de la Revolución Democrática (PRD) 14° y 16°, y uno al Partido del Trabajo (PT) 15° y sus atribuciones son:

---

<sup>91</sup> H. Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli. Monografía práctica para estudiantes de: Cuautitlán Izcalli. México, Junio 1999. p. 13

- I.- Asistir puntualmente a las sesiones que celebre el ayuntamiento;
- II.- Suplir al presidente municipal en sus faltas temporales, en los términos establecidos por esta Ley;
- III.- Vigilar y atender el sector de la administración municipal que le sea encomendado por el ayuntamiento;
- IV.- Participar responsablemente en las comisiones conferidas por el ayuntamiento y aquellas que le designe en forma concreta el presidente municipal,
- V.- Proponer al ayuntamiento, alternativas de solución para la debida atención de los diferentes sectores de la administración municipal;
- VII.- Promover la participación ciudadana en apoyo a los programas que formule y apruebe el ayuntamiento;
- VII.- Las demás que les otorgue esta Ley y otras disposiciones aplicables.

Las Comisiones se que integran son las siguientes:

- Comisión de Gobernación, Seguridad Pública y Tránsito Municipal,
- Gobierno y Planeación para el Desarrollo.
- Comisión de Empleo.
- Comisión de Mercados.
- Comisión de Obras Públicas y Desarrollo Urbano.
- Comisión de Recolección de Basura y Desechos Orgánicos.
- Comisión de Cultura, Educación Pública, Deporte y Recreación.
- Comisión de Parques, Jardines y Panteones.
- Comisión de Protección Civil y Bomberos.
- Comisión de Reglamentos.
- Comisión de Población.
- Comisión de Alumbrado Público.
- Comisión de Salud Pública.
- Comisión de Preservación y Restauración del Medio Ambiente.

## EL SECRETARIO DEL AYUNTAMIENTO

El Secretario del H. Ayuntamiento emite citatorios para la celebración de las sesiones de cabildo y asiste a las mismas. Tiene que llevar y conservar los libros de actas, elabora con la intervención del primer síndico el inventario general de bienes muebles e inmuebles y valida con su firma los documentos oficiales emanados del Ayuntamiento propiedad del Municipio.<sup>92</sup>

## ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL

En el Bando Municipal se menciona que para el ejercicio de sus atribuciones y responsabilidades ejecutivas el Ayuntamiento cuenta con las dependencias siguientes:

- I.- Secretaría del Ayuntamiento;
- II.- Tesorería Municipal;
- III.- Contraloría Interna Municipal;
- IV.- Las Direcciones de:

- m) Administración
- n) Desarrollo Económico
- o) Desarrollo Urbano
- p) Desarrollo Social
- q) Ecología
- r) Gobierno
- s) Jurídico
- t) Obras Públicas
- u) Protección Civil y Bomberos
- v) Servicios Públicos
- w) Seguridad Pública y Tránsito Municipal

<sup>92</sup> H. Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli. Monografía práctica para estudiantes de: Cuautitlán Izcalli. México, Junio 1999., p. 14

x) Sistemas

V.- Las Coordinaciones de:

c) Comunicación Social

d) Derechos Humanos

VI.- De los Organismos Descentralizados:

d) Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF)

e) Operagua

f) MAVICI

El Bando Municipal menciona que cada dependencia de las citadas conducirá sus acciones en forma programada, con base en las políticas y objetivos previstos en el Plan de Desarrollo Municipal y en el reglamento orgánico respectivo. De acuerdo con el Bando el ejecutivo municipal delega facultades de recepción, estudio, dictaminación y resolución fundada y motivada de acuerdo a los ordenamientos de la materia, a las dependencias mencionadas.

Asimismo, para efectos de las leyes de la materia y del presente Bando, son Autoridades Físicas Municipales:

- I. El Ayuntamiento
- II. El Presidente Municipal
- III. El Primer Síndico Procurador
- IV. El Tesorero Municipal
- V. El Titular del Organismo Descentralizado denominado Operagua, en el área de su idoneidad.<sup>93</sup>

<sup>93</sup> H. Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli. Monografía práctica para estudiantes de: Cuautitlán Izcalli. México, Junio 1999. p. 15

## 4.2 Tipo de Levantamiento de Datos.

**Censo** es el conteo completo de los elementos de una población.

- Es el proceso de examinar a cada miembro de una determinada población.
- Consiste en contar y recabar información sobre las características de toda la población en un momento específico.
- El Censo se encarga de trabajar con la descripción de los parámetros, entendiendo como parámetro las características de una población a encuestar.

### Censo Características

1. En la aplicación del censo, es necesario acudir cuantas veces sea necesario para recabar toda la información que se investiga.
2. El tiempo es de primordial importancia, por lo tanto, es necesario asegurar que todos los miembros de la población sean considerados.
3. En lo referente al costo es indiscutible que en el momento de aplicar un censo el costo del mismo aumenta.

### Muestra contra Censo

	Condiciones que favorecen el uso de:	
	Muestra	Censo
Presupuesto	Reducido	Amplio
Tiempo Disponible	Breve	Prolongado
Tamaño de la Población	Pequeña	Numerosa

Debido a que el grupo a encuestar es de treinta y tres personas se acordó aplicar un censo, para obtener datos más precisos y que enriquezcan con su opinión el trabajo a realizar para mejorar el servicio.

### **4.3 Criterios para el Levantamiento de Datos**

En el Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli se lleva a cabo el programa denominado "Hora Ciudadana", que se lleva a cabo de lunes a viernes de 9 a 11 de la mañana, donde cada director de área atiende personalmente las demandas, peticiones y denuncias de la ciudadanía. Aprovechando éste programa, me presentare con cada director y le entregare a cada uno un cuestionario debidamente foleado.

De acuerdo con la prueba piloto responder el cuestionario no les llevará más de 20 minutos y de esa manera se podrá aplicar a todos en no más de 2 horas.

Posteriormente a los integrantes del cabildo se les visitará a cada uno en sus oficinas que se ubican en el primer piso del palacio municipal, para seguir el procedimiento anterior, pero con la variable de estar sujeto al tiempo y horario en que ellos se encuentren o de lo contrario hacer cita con ellos, lo cual en promedio llevará entre 2 y 3 días el levantamiento de datos.

Debido a que la población es de 33 elementos, se aplicará censo y el costo no será elevado.

### **4.4. Reporte del Levantamiento de Datos.**

Para realizar el estudio se fotocopio el cuestionario que es de 2 hojas, el costo fue de 11 pesos, los gastos fueron mínimos debido a que se localizo a todos los integrantes del cabildo en sus oficinas ubicadas en el palacio municipal, donde también trabajo y a todos los directores del ayuntamiento se les aplicó el cuestionario en el auditorio Maestro Enrique Batíz Cambell, que está ubicado a un costado del mismo donde se lleva a cabo el programa "Hora Ciudadana".

#### 4.5. Lectura de Datos

Para obtener los datos se procedió a:

1.- Se creó una base de datos en hojas de calculo Excell 2000 para capturar las respuestas de los cuestionarios.

2.- Se supervisó cada uno de los cuestionarios según los folios de la encuesta y los resultados de estas.

3.- Una vez capturados los resultados se realizo el filtro de información, a través de autofiltros, obteniendose:

a) Porcentajes generales por indicador. Es decir, reactivo por condición conoce, no conoce y el promedio de opinión por indicador.

b) Porcentajes específicos por variable sociodemográfica; es decir, promedio de opinión según las condiciones de conocimiento y cada una de las variables sexo, edad, lugar de residencia, estado civil, gasto mensual promedio, dependientes económicos, religión y último grado de estudios,

c) Se obtuvo promedio de opinión por categoría, tanto de los datos generales del cuestionario, como de cada una de las variables sociodemográficas.

De esta manera se obtuvieron los siguientes resultados:

##### 4.5.1 Resultados Generales de la Encuesta por Indicador.

A continuación se presentan los resultados de la población que conoció y no conoció el formato y contenido del Periódico de Izcalli, así como el promedio de opinión. La población encuestada evaluó las preguntas de

opinión en una escala del 1 al 5, entendiendo 1 como el valor mínimo de opinión y 5 el máximo (Véase anexo 1 disponible en el CD rown).

1. El 100% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que conoce, lo que indica el título del periódico, lo cuantifican con un 4, respecto al agrado del título del periódico.
2. El 57.57% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que conoce el tamaño del periódico de Izcalli, lo califican en 4, respecto a si el tamaño del periódico es práctico; mientras el 42.42% que no conoce tiene una opinión de 3.21.
3. El 63.63% de integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que conoce a cuantas columnas está escrito el Periódico de Izcalli, lo cuantifican en 3.86, respecto a mientras el 33.33% que no conoce tiene una opinión de 3.58.
4. El 21.21% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que conocen el tamaño de letra con la que esta escrito el Periódico de Izcalli, la califican en 3.57, mientras el 78.78% que no conoce tiene una opinión de 3.96.
5. El 48.48% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que conocen las páginas donde se encuentra la publicidad, lo cuantifican en 3.5, mientras el 51.51% que no conoce tiene una opinión de 2.71.
6. El 57.57% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que conocen el número de páginas del Periódico de Izcalli, lo califica en 4.11, mientras el 42.42% que no conoce tiene una opinión de 4.14.

7. El 45.45% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que conocen la columna fijate cuca, la califican con 3.33, mientras el 54.54% que no conocen tiene una opinión de 3.57.
8. EL 48.48% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que conocen el tipo de información oficial que se maneja en el Periódico de Izcalli, la cuantifican en 3.19, mientras el 51.51% que no conocen tienen una opinión de 3.47.
9. El 51.51% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que conoce la página donde se publica la nota de denuncia, la califican en 2.88, mientras el 48.48% que no conocen tienen una opinión de 3.06.

#### 4.5.2 Resultados Generales por categoría

1. El 58.07% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que conoce el formato del periódico lo cuantifican con 3.84; mientras el 49.7% que no conoce tiene una opinión de 3.52.
2. El 48.48% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que conoce el contenido del periódico lo cuantifican con 3.13; mientras el 51.51% que no conoce tiene una opinión de 3.40.

#### 4.5.3 Resultados Específicos por Indicador – variable sociodemográfica.

Solamente se presentan en forma impresa 20 resultados específicos por indicador (tamaño del periódico, título del periódico, columnas, tamaño de letra, publicidad, número de páginas, la columna Fijate Cuca, Información

Oficial, Nota de denuncia) y variable sociodemográfica, los demás se pueden consultar en el anexo 2 que aparecen en el CD rown.

#### 4.5.3.1 Variable Sexo

1. El 100% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo masculino que conoce lo que indica el título del periódico lo miden con un 4, respecto a si el título del periódico es agradable.
2. El 60% los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo masculino que conoce el tamaño del periódico de Izcalli lo califican con un 4.24, respecto a si el tamaño del periódico es práctico; mientras el 40% que no conoce tiene una opinión de 3.91.
3. El 64% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo masculino que conoce el número de columnas en las que esta escrito el periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.94, respecto a si le facilita la lectura la forma en que presentan la información; mientras el 36% que no conoce tiene una opinión de 3.56.
4. El 20% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo masculino que conoce el tamaño de letra a la que esta escrito el periódico de Izcalli la califican con un 3.40, respecto a si el tamaño de letra es adecuado; mientras el 80% que no conoce tiene una opinión de 4.05.
5. El 44% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo masculino que conoce las páginas donde se publica la publicidad las cuantifican con un 3.45, respecto a si el número de anuncios es correcto; mientras el 56% que no conoce tiene una opinión de 2.86.

6. El 52% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo masculino que conoce el número de páginas del periódico de Izcalli lo califican con un 3.85, respecto a si el número de páginas es suficiente; mientras el 48% que no conoce tiene una opinión de 4.25.
7. El 52% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo masculino que conoce la columna fijate cuca la cuantifican con un 3.23, respecto a si la columna es agradable; mientras el 48% que no conoce tiene una opinión de 3.83.
8. El 52% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo masculino que conoce la información oficial que maneja el periódico la califican con un 3.31, respecto a que le parece el manejo de la información oficial; mientras el 48% que no conoce tiene una opinión de 3.33.
9. El 44% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo masculino que conoce donde se publica la nota de denuncia la cuantifican con un 2.82, respecto a si el espacio de la nota de denuncia es suficiente; mientras el 56% que no conoce tiene una opinión de 3.07.
10. El 100 % de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo femenino que conoce lo que indica el título del periódico lo miden con un 4.4, respecto a si el título del periódico le es agradable.
11. El 50% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo femenino que conoce el tamaño del periódico de Izcalli lo califican con un 5.8, respecto a si el tamaño del

periódico es práctico; mientras el 50% que no conoce tiene una opinión de 4.8.

12.El 62.5% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo femenino que conoce el número de columnas en las que esta escrito el periódico de Izcalli las cuantifican con un 3.60, respecto a si le facilita la lectura la forma en que presentan la información; mientras el 37.5% que no conoce tiene una opinión de 3.33.

13.El 25% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo femenino que conoce el tamaño de letra a la que esta escrito el periódico de Izcalli la califican con un 4, respecto a si el tamaño de letra es adecuado; mientras el 75% que no conoce tiene una opinión de 3.67.

14.El 75% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo femenino que conoce las páginas donde se publica la publicidad las cuantifican con un 3.67, respecto a si el número de anuncios es correcto; mientras el 25% que no conoce tiene una opinión de 1.

15.El 75% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo femenino que conoce el número de páginas del periódico de Izcalli lo califican con un 4.67, respecto a si el número de páginas es suficiente; mientras el 25% que no conoce tiene una opinión de 3.5.

16.El 25% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo femenino que conoce la columna fijate cuca la cuantifican con un 4, respecto a si la columna es agradable; mientras el 75% que no conoce tiene una opinión de 3.33.

- 17.El 37.5% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo femenino que conoce la información oficial que maneja el periódico la califican con un 2.67, respecto a que le parece el manejo de la información oficial; mientras el 62.5% que no conoce tiene una opinión de 3.8.
- 18.El 75% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo femenino que conoce donde se publica la nota de denuncia la cuantifican con un 3, respecto a si el espacio de la nota de denuncia es suficiente; mientras el 25% que no conoce tiene una opinión de 3.
- 19.El 100 % de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del de 18 a 27 años que conoce lo que indica el titulo del periódico lo miden con un 5.4, respecto a si el titulo del periódico le es agradable.
- 20.El 75% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 de 18 a 27 años que conoce el tamaño del periódico de Izcalli lo califican con un 6, respecto a si el tamaño del periódico es práctico; mientras el 25% que no conoce tiene una opinión de 3.

#### 4.5.4 Resultados específicos por categoría – variable sociodemográfica

##### 4.5.4.1 Formato y Contenido -- Variable sexo

1. El 56.66% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo Masculino, que conocen el

formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.82, mientras el 52% que no lo conocen tiene una opinión de 3.72.

2. El 49.33% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo Masculino, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.12, mientras el 50.66% que no lo conocen tiene una opinión de 3.41.
3. El 64.58% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo Femenino, que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 4.35, mientras el 42.5% que no lo conocen tiene una opinión de 3.26.
4. El 45.83% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 del sexo Femenino, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.22, mientras el 54.16% que no lo conocen tiene una opinión de 3.37.

#### Formato y Contenido-- Variable edad

1. El 66.66% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 de 18 a 27 años, que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 4.42, mientras el 40% que no lo conocen tiene una opinión de 4.33.
2. El 50% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 de 18 a 27 años, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 4.89, mientras el 50% que no lo conocen tiene una opinión de 3.55.

3. El 60% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 de 28 a 37 años, que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 4.26, mientras el 48% que no lo conocen tiene una opinión de 3.72.
4. El 43.33% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 de 28 a 37 años, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.13, mientras el 56.66% que no lo conocen tiene una opinión de 3.51.
5. El 55% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 de 38 a 47 años, que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 4.11, mientras el 54% que no lo conocen tiene una opinión de 3.64.
6. El 36.66% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 de 38 a 47 años, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 2.86, mientras el 63.33% que no lo conocen tiene una opinión de 2.94.
7. El 62.95% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 de Más de 48 años, que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 4.20, mientras el 44.44% que no lo conocen tiene una opinión de 3.72.
8. El 66.66% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 de Más de 48 años, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3, mientras el 33.33% que no lo conocen tiene una opinión de 4.

### Formato y Contenido – Variable Lugar de Residencia

1. El 53.78% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que viven en el Centro Urbano, que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.86, mientras el 55.45% que no lo conocen tiene una opinión de 3.62.
2. El 56.05% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006, que viven en el Centro Urbano, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3, mientras el 44% que no lo conocen tiene una opinión de 3.26.
3. El 66.66% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que viven en un pueblo, que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 4.62, mientras el 53.33% que no lo conocen tiene una opinión de 3.69.
4. El 39% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que viven en un pueblo, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 4, mientras el 61.11% que no lo conocen tiene una opinión de 4.22.
5. El 50% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que viven fuera del municipio, que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.60, mientras el 60% que no lo conocen tiene una opinión de 3.23.

6. El 26.66% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que viven fuera del municipio, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 2.83, mientras el 73.33% que no lo conocen tiene una opinión de 3.19.

#### Formato y Contenido – Variable estado civil

1. El 57.13% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que son casados, que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.86, mientras el 51.42% que no lo conocen tiene una opinión de 3.46.
2. El 47.61% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que son casados, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 2.91, mientras el 52.37% que no lo conocen tiene una opinión de 3.40.
3. El 66.66% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que son solteros, que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.66, mientras el 40% que no lo conocen tiene una opinión de 3.76.
4. El 53.33% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que viven fuera del municipio, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 4.27, mientras el 46.66% que no lo conocen tiene una opinión de 3.27.

---

Formato y contenido – Variable Gasto mensual promedio

1. El 60% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que tienen un gasto mensual promedio de 3 a 5 mil pesos, que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.76, mientras el 60% que no lo conocen tiene una opinión de 3.56.
2. El 55.55% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que tienen un gasto mensual promedio de 3 a 5 mil pesos, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.66, mientras el 44.44% que no lo conocen tiene una opinión de 3.50.
3. El 80% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que tienen un gasto mensual promedio de 6 a 8 mil pesos, que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.81, mientras el 50% que no lo conocen tiene una opinión de 3.50.
4. El 26.66% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que tienen un gasto mensual promedio de 6 a 8 mil pesos, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 2.83, mientras el 73.33% que no lo conocen tiene una opinión de 3.19.
5. El 50% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que tienen un gasto mensual promedio de más de 9 mil pesos, que conocen el formato del

Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3, mientras el 66.66% que no lo conocen tiene una opinión de 3.58.

6. El 58.33% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que tienen un gasto mensual promedio de más de 9 mil pesos, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.81, mientras el 50% que no lo conocen tiene una opinión de 3.68.

#### Formato y contenido – Variable Dependientes económicos

1. El 62.74% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que tienen de 1 a 3 dependientes económicos, que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 4.05, mientras el 43% que no lo conocen tiene una opinión de 4.05.
2. El 51% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que tienen de 1 a 3 dependientes económicos, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.33, mientras el 49% que no lo conocen tiene una opinión de 4.02.
3. El 56% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que tienen de 4 a 6 dependientes económicos, que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.79, mientras el 52.7% que no lo conocen tiene una opinión de 3.37.
4. El 42.42% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que tienen de 4 a 6 dependientes

económicos, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3, mientras el 57.57% que no lo conocen tiene una opinión de 3.

5. El 100% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que tienen más de 7 dependientes económicos que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3, mientras el 100% que no lo conocen tiene una opinión de 2.6.
6. El 100% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que tienen más de 7 dependientes económicos, que no conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 1.
7. El 65% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que no tienen dependientes económicos, que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.35, mientras el 55% que no lo conocen tiene una opinión de 2.7.
8. El 75% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que no tienen dependientes económicos, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 2.25, mientras el 77% que no lo conocen tiene una opinión de 3.5.

---

### Formato y contenido – Variable Religión con la que simpatizan

1. El 59.5% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que simpatizan con la religión católica, que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.94, mientras el 48.57% que no lo conocen tiene una opinión de 3.54.
2. El 47.61% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que simpatizan con la religión católica, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3, mientras el 52.4% que no lo conocen tiene una opinión de 3.46.
3. El 53.33% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que no simpatizan con ninguna religión, que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.2, mientras el 56% que no lo conocen tiene una opinión de 3.18.
4. El 53.3% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que no simpatizan con ninguna religión, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.33, mientras el 46.7% que no lo conocen tiene una opinión de 3.11.

### Formato y contenido – Variable Nivel de estudios

1. El 100% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que tienen un nivel de estudios básico, que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo

cuantifican con un 4.2, mientras el 100% que no lo conocen tiene una opinión de 4.

2. El 75% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que tienen un nivel de estudios básico, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 4.5, mientras el 75% que no lo conocen tiene una opinión de 3.5.
3. El 80% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que tienen un nivel de estudios medio superior, que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 4.1, mientras el 66.66% que no lo conocen tiene una opinión de 3.7.
4. El 50% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que tienen un nivel de estudios medio superior, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 1, mientras el 83.33% que no lo conocen tiene una opinión de 4.
5. El 57.33% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que tienen un nivel de estudios superior, que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.7, mientras el 51.2% que no lo conocen tiene una opinión de 3.31.
6. El 51% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que tienen un nivel de estudios superior, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo

cuantifican con un 3.07, mientras el 49.33% que no lo conocen tiene una opinión de 3.35.

7. El 65% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que tienen otro nivel de estudios, que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 4.4, mientras el 69% que no lo conocen tiene una opinión de 4.41.
8. El 50% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que tienen otro nivel de estudios, que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.9, mientras el 50% que no lo conocen tiene una opinión de 2.66.

#### Formato y contenido – Variable Partido Político

1. El 53.33% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que están afiliados al Partido Acción Nacional (PAN), que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.8, mientras el 56% que no lo conocen tiene una opinión de 3.46.
2. El 48% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que están afiliados al Partido Acción Nacional (PAN), que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3, mientras el 52% que no lo conocen tiene una opinión de 3.3.

3. El 83.33% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que están afiliados al Partido Revolucionario Institucional (PRI), que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.8, mientras el 33.33% que no lo conocen tiene una opinión de 4.
4. El 44.44% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que están afiliados al Partido Revolucionario Institucional (PRI), que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.5, mientras el 55.55% que no lo conocen tiene una opinión de 3.83.
5. El 80% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que están afiliados al Partido de la Revolución Democrática (PRD), que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 4.5, mientras el 66.66% que no lo conocen tiene una opinión de 3.66.
6. El 50% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que están afiliados al Partido de la Revolución Democrática (PRD), que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3, mientras el 83.33% que no lo conocen tiene una opinión de 3.33.
7. El 90% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que están afiliados al Partido Verde Ecologista de México (PVEM), que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 4, mientras el 75% que no lo conocen tiene una opinión de 3.25.

8. El 75% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que están afiliados al Partido Verde Ecologista de México (PVEM), que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 4.5, mientras el 75% que no lo conocen tiene una opinión de 4.
  
9. El 100% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que están afiliados al Partido del Trabajo (PT), que conocen el formato del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.5, mientras el 75% que no lo conocen tiene una opinión de 3.5.
  
10. El 100% de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003-2006 que están afiliados al Partido del Trabajo (PT), que conocen el contenido del Periódico de Izcalli lo cuantifican con un 3.5, mientras el 100% que no lo conocen tiene una opinión de 1.

## Conclusiones

En la presente investigación se ofrecen tres tipos de conclusiones: teóricas-metodológicas, técnicas y temáticas.

### **Como conclusiones teóricas-metodológicas tenemos que:**

1. La Teoría General de Sistemas aportó un análisis sistémico, gracias al cual, se ubico la naturaleza comunicativa de la opinión pública y su relación con el sistema comunicativo, concluyendo que la opinión pública es un subsistema del sistema comunicativo por que cumple con los parámetros establecidos en cuanto a identificación, relación y selección de sus componentes.
2. La opinión pública comparte los elementos estructurales del sistema comunicativo: actores, instrumentos, expresiones y representaciones, contenidos en el Modelo Dialéctico de la Comunicación.
3. La Teoría General de Sistemas permitió ubicar histórica, cultural y socialmente al Periódico de Izcalli, sobre la que se basó el estudio de opinión; así como a los elementos de la opinión pública: actores (integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003–2006), instrumentos ( la encuesta como herramienta de la opinión pública), expresiones (expresiones respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli) y representaciones (como el conjunto de datos de referencia

- contenidos en las expresiones del grupo social y que tienen un significado para alguien), en el referente por investigar.
4. Se concluye además que son las expresiones las que permiten colocar a la opinión pública, tema central del presente estudio, en el ámbito comunicativo, ya que son precisamente las expresiones emitidas por un grupo social lo que importa a la opinión pública.
  5. Así, las expresiones de los integrantes del cabildo y directores de área de la administración 2003–2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli, permitieron ubicar el presente estudio de opinión pública dentro del ámbito comunicativo.
  6. Se concluye también que la opinión pública tiene su campo de acción en cuanto se desenvuelve a las siguientes temáticas:
    - a) Sobrevivencia del grupo social, ya que permite la transmisión de las costumbres, hábitos, actividades y de los avances en las diferentes razas.
    - b) La producción de bienes materiales e inmateriales.
    - c) La conservación de la propiedad privada, el estado y
    - d) De la cultura.
  7. Para definir y construir la tabla de especificaciones fue necesario establecer la relación entre la Teoría General de Sistemas, de Manuel Martín Serrano, naturaleza comunicativa de la opinión pública, desarrollada en el capítulo 1; y el objeto de estudio (marco contextual), en el que se desarrollaron las características del formato y contenido del Periódico de Izcalli, que constituyeron las categorías de la tabla de especificaciones
  8. La construcción de la tabla de especificaciones sirvió para operacionalizar los conceptos de conocimiento, opinión y variables sociodemográficas; para

la elaboración de un diagrama de arboreación, una lista de equivalencias entre los indicadores y los reactivos y la construcción de un cuestionario piloto.

9. Se concluye que el procedimiento de la prueba piloto sirvió para identificar los errores en la pertinencia de los sujetos a encuestar, el levantamiento de datos y la estructura de los reactivos del cuestionario final.
10. El método de análisis que se empleó es cuantitativo en el que se obtuvieron resultados basados en frecuencia, porcentajes y promedios.

#### **Como conclusiones técnicas tenemos:**

1. El procedimiento del levantamiento de datos sirvió para comprender las características de la población, el tipo de levantamiento de datos, criterio de recolección de información y el reporte del levantamiento de datos, en donde se define que:

- Las características de la población permitieron encuestar al 100% de la población
- En esta investigación el número de sujetos encuestados fue de 33, por lo que se realizó un censo.

2. La técnica para la recolección de información empleada fue cara a cara.

3. Para el cruce de datos se empleó como herramienta técnica filtros y autofiltros, que sirvieron para cuantificar los resultados. Esto permitió el cruce de datos entre los indicadores y las variables sociodemográficas; las categorías y las variables sociodemográficas, y sirvieron para probar o disprobar las hipótesis alternativas. Tomando en consideración como variables independientes las variables sociodemográficas (sexo, edad, lugar de

residencia, estado civil, gasto mensual promedio, dependientes económicos, religión, último grado de estudios y partido político), así como variables dependientes los conceptos de conocimiento y opinión.

### Conclusiones Temáticas

Desarrollar las hipótesis alternativas con su porcentaje.

1.- El conocimiento que tienen los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003– 006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli, es de **100%** y no del 80%.

2.- La opinión que tienen los directores e integrantes del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003–2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli. No es de 4 sino de **2.4**

3.- El sexo determina no determina en un 90% sino en un **50%** el conocimiento que tienen los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003–2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

4.- El sexo determina en **3.7** y no en 4 la opinión de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003–2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

5.- La edad no precisa en un 60% sino en un **57%** el conocimiento de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003–2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

6.- La edad precisa en un **4** la opinión de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003–2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

7.- La posición política delimita el conocimiento de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003–2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli. No en un 60% sino en un **75%**

8.- La posición política delimita en **4** y no en 1 la opinión de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003–2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

9.- La posición económica define en un **61%** y no en un 40% el conocimiento de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003–2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

10.- La posición económica define en **3.5** y no en 3 la opinión los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003–2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

11.- El nivel de escolaridad establece en **70%** y no en 60% el conocimiento de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003–2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

12.- El nivel de escolaridad establece en **3.6** y no en un 4 la opinión de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003–2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

13.- El lugar de residencia determina en un **51%** y no en un 90% el conocimiento de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003–2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

14.- El lugar de residencia determina en un **4** y no en 1 la opinión de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003–2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

15.- La posición religiosa determina en un **54%** y no en 0% el conocimiento de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003–2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

16.- La posición religiosa delimita en **3.4** y no en 2 la opinión de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003–2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

17.- Quienes tienen dependientes económicos define en un **61%** el conocimiento de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003–2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

18.- La posición económica define en **3.3** la opinión de los directores e integrantes del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003–2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

19.- El estado civil define en un **58%** el conocimiento de los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003–2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

20.- La posición económica define en **4** la opinión los directores e integrante del cabildo del Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli Administración 2003–2006, respecto al formato y contenido del Periódico de Izcalli.

## Fuentes de Consulta

1. Armenta Fraga, María Venus. Análisis de las Representaciones Contenidas en las Expresiones de Perceptores de Televisión. Tesis de Licenciatura, UNAM-ENEP Acatlán, México, 1992
2. Baena Paz, Guillermina. Instrumentos de la Investigación: Tesis Profesionales y Trabajos Académicos. México, Editores Mexicanos Unidos, 1986, 134 pp.
3. Código de Ética de la Empresa Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI). México, 1993.
4. Gallo Romo, Olga. Tesis de Maestría en Proceso en la maestría en Comunicación. UNAM, Ciencias Políticas y Sociales, México, 2003
5. Galtung, Yohan. Teoría y Métodos de la Investigación Social. Buenos Aires, Eudeba, 1966, 205 pp.
6. González Llaca, Edmundo. La Opinión Pública. Bases Preliminares para el Estudios de la Propaganda Política. México, UNAM – FCP y S, 1977, 69 pp.
7. Gutiérrez González, Ángel A. Entrevista. Director General del Periódico de Izcalli. 31 de Mayo, 2003

8. Habermas, Jurgem. Historia y Crítica de la Opinión Pública: La Transformación Estructural de la Vida Pública. México, Gustavo Gilli, 1981, 351 pp.
9. Honorable Ayuntamiento de Cuautitlán Izcalli. Monografía práctica para estudiantes de: Cuautitlán Izcalli. México, Junio 1999.
10. Hyman Hebert, Hiram. Diseño y Análisis de las Encuestas Sociales. Buenos Aires, Amorrortu, 1968, 531 pp.
11. Katz, Eliu. La Influencia Personal: El Individuo en el Proceso de la Comunicación de Masas. Barcelona, Hispanoamericana, 1979, 446 pp.
12. Kimball, Young. La Opinión Pública y la Propaganda. México, Piados, 1993
13. Martín Serrano, Manuel. La Mediación Social. Madrid, Edit. Akal, 1977, 217 pp.
14. Martín Serrano Manuel. Métodos actuales de Investigación Social. Madrid, Edit. Akahal, 1978, 510 pp.
15. Martín Serrano, Manuel. La Producción social de la comunicación. Madrid, Edit. Alambra, 1992, 510 pp.
16. Martín Serrano, Manuel. Teorías de la Comunicación. Epistemología y análisis de la Referencia. México, UNAM, ENEP- Acatlán, 1992, 227 pp.
17. Méndez Ramírez, Ignacio. EL Protocolo de la Investigación: Lineamientos para su Elaboración y Análisis. México, Trillas, 1984, 210 pp.

18. Noelle, Elizabeth. Encuesta en la Sociedad de Masas. Introducción a los Métodos de la Demoscopia. Madrid, Alianza, 1970, 420 pp.
19. Rivadeneira Prada, Raúl. La Opinión Pública: Análisis, Estructura y Métodos para el Estudio. México, Trillas, 1984, 230 pp.
20. Rojas Soriano, Raúl. Guía para realizar Investigaciones Sociales. México, Plaza y Valdés, 1998, 286 pp.
21. Torres Lima, Héctor de Jesús. La Comunicación Educativa: Objeto de estudio y áreas de trabajo. Tesis de Maestría en Pedagogía, UNAM, Facultad de Filosofía y Letras, México, 1994.
22. Torres Lima, Héctor Jesús. La Naturaleza Comunicativa de la Expresión de la Opinión Pública. Segundo Coloquio de Comunicación. México, UNAM – ENEP Acatlán, 1995.
23. Young, Pauline. Métodos Científicos de Investigación Social: Introducción a sus Fundamentos, Contenidos y Análisis de las Investigaciones Sociales. México, UNAM, 1948, 640 pp.