

180  
201



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES**

GACETA DE COMUNICACION INTERNA PARA LA  
DIRECCION REGIONAL ORIENTE (PUEBLA),  
DEL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA,  
GEOGRAFIA E INFORMATICA.

**T E S I S I N A**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADA EN CIENCIAS  
DE LA COMUNICACION  
P R E S E N T A :  
**AIDA EMILIA WALLS LARREA**

ASESOR: MTRO. JULIO CESAR GUERRERO HUERTA

MEXICO, D. F..

JUNIO DE 1997



**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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.

**E**sta investigación la dedico en especial:

A la memoria de Aurita:  
un ser maravilloso, quien durante el tiempo  
que compartimos, me enseñó a valorar  
la vida y poner en cada acción  
lo mejor de mí.

A mi esposo y a mis pequeños Gustavo y  
José Luis, a quienes amo intensamente.

**E**n este sueño hecho realidad, doy gracias:

**A** quien desde siempre me ha enseñado los caminos,  
dándome aliento y fuerza en lo que hago: a ti mi Dios.

**A** mis padres que hicieron de mí una luchadora incansable:  
a mi madre, por su apoyo en todas mis decisiones;  
a mi padre, por su amor callado.

**A** Jorge Valdovinos, por sus consejos e infinita paciencia.

## ÍNDICE

	INTRODUCCIÓN	1
I)	FUNDAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS DE LA ENCUESTA POR SONDEO DE OPINIÓN.	
a)	LA ENCUESTA POR SONDEO DE OPINIÓN DESDE UN PUNTO DE VISTA EMPÍRICO.	5
b)	TÉCNICA DE SELECCIÓN DE LA MUESTRA.	8
c)	ELABORACIÓN Y APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS.	14
II)	ELABORACIÓN DE LA GACETA CON BASE EN LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL ORIENTE DEL INEGI.	
a)	DEFINICIÓN DE TEMAS Y TIPO DE INFORMACIÓN.	20
b)	DISEÑO FINAL.	28
III)	IMPORTANCIA DE LA GACETA EN LA DIRECCIÓN REGIONAL ORIENTE DEL INEGI.	31
	CONCLUSIONES	40
	BIBLIOGRAFÍA	
	ANEXOS	

## **INTRODUCCIÓN**

La inquietud por proponer a la Dirección Regional Oriente del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), la creación de una "Gaceta de comunicación interna", responde a la insuficiente información que los trabajadores en esa institución tienen respecto a los objetivos, programas, proyectos y avances que se desarrollan en la misma. Situación que fue posible comprobar al realizar un Sondeo de Opinión para la elaboración de la publicación objeto del presente trabajo.

El primer paso para elaborar la investigación fue definir la orientación o postura teórica que se utilizaría. Se seleccionó a la teoría empirista, ya que a través del uso de ciertas técnicas es posible obtener conocimientos que permiten dar la explicación de un hecho social.

En el primer apartado, se reflexiona el grado de identificación de los empleados con los objetivos Institucionales en la sede de la Dirección Regional Oriente (Puebla), del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, para lo cual se realizó un Sondeo de Opinión.

El objeto de estudio se delimitó mediante una técnica de muestreo. Con el rango y nivel de percepción salarial mensual de cada uno de los trabajadores del organismo en referencia y utilizando un método de estratificación por computadora, se integraron por cada uno de los dos programas, cinco grupos con la menor variación posible para efectos de la selección de la muestra al azar.

La Encuesta por Sondeo de Opinión se aplicó a la muestra seleccionada mediante la utilización de un cuestionario. Instrumento diseñado para captar la información referente al grado de conocimiento que los trabajadores tenían respecto a la Institución, los principales objetivos, la finalidad de su trabajo, y su interés por la creación de un medio de comunicación interna que les permitiera acceder con facilidad a la información de su entorno laboral así como de las actividades sociales y culturales que se suscitan en el mismo.

El segundo apartado, abarca el análisis de la información y las características técnicas y de contenido que conforman a la naciente publicación.

Con el análisis de los datos fue posible conocer la edad, sexo y nivel académico promedio del personal que trabaja en la Regional Oriente, asimismo, las deficiencias respecto al conocimiento mínimo necesario sobre los objetivos y las actividades encaminadas a la prestación eficiente de un Servicio de Información Estadística y Geográfica, para lograr así un mejor desempeño de las labores que realizan los empleados de las diferentes áreas.

De igual forma, se identificaron las aficiones y gustos por determinados tipos de lectura; información que se empleó para la inclusión de los temas en la gaceta, la cual es organizada en secciones y ordenada de acuerdo a la importancia que ésta tenga al momento de editar la publicación. Con el diseño se pretende cubrir en lo posible, los requerimientos que van desde la periodicidad hasta su formato y contenido.

En el último apartado, se exhibe la importancia que la gaceta ha alcanzado como publicación enfocada, a cubrir temas específicos que interesen a un

grupo o sector determinado, además, de exponer la importancia que reviste en el organismo donde se propone la creación de este modelo de publicación.

Con la aparición de la "Gaceta UNAM", la explosión de este impreso es notable, ahora es posible encontrarlas en diferentes organismos e instituciones públicas y privadas que buscan a través de ellas, informar a su público sobre las actividades que en particular cada uno desarrolla.

De la misma manera, el INEGI publica por medio de sus diferentes áreas y Direcciones Generales, diversas publicaciones que cubren sectores específicos. Para mostrarlo, se integró un análisis comparativo de estos medios de comunicación interna, y así afianzar la necesidad que la Regional Oriente tiene, respecto a la edición de una publicación que aborde cuestiones que involucren de manera particular a quienes laboran en ella.

Asimismo se muestra un panorama general sobre el INEGI, se habla acerca de su creación, de la estructura con la que actualmente funciona, del objetivo principal, sus programas esenciales así como la gama de productos y servicios que ofrece al público de los diferentes sectores que integran nuestra sociedad.

Lo anterior, para ampliar el conocimiento respecto a las funciones que la Institución realiza, mismas que por su importancia y magnitud requieren la participación de un sinnúmero de personas que además necesitan estar conscientes e informadas sobre la actividad que desarrollan.

Finalmente, apuntamos que toda la investigación versa en torno a la creación de una gaceta, donde lo importante es demostrar las ventajas que trae



elaboraría, sobre todo en una institución donde por la misma naturaleza de su actividad, es decir, la integración de los Sistemas de Información Estadística y Geográfica, se intuye que la generalidad de quienes en ella trabajan, conocen todo lo que ahí se hace. Sin embargo, son tantas las operaciones que hay que dar a conocer, que bien vale la pena iniciar este proceso al interior de la misma por medio de una publicación, para que sean precisamente los empleados, quienes se conviertan en multiplicadores de esta información.

**I.- FUNDAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS DE LA ENCUESTA POR SONDEO DE OPINIÓN.**

**a) LA ENCUESTA POR SONDEO DE OPINIÓN DESDE UN PUNTO DE VISTA EMPÍRICO.**

Para conocer la verdad científica en los hechos humanos y sociales se han realizado grandes esfuerzos. Ejemplo de ello, lo constituyen los empiristas norteamericanos, quienes después de 1920 utilizaron el método general de encuesta, para obtener un conocimiento que les permitiera explicar la verdad en las Ciencias Sociales. " Dentro del movimiento general de aplicación de los métodos de observación por encuesta, llama la atención, en forma especial, el desarrollo de una técnica que se denomina Técnica por Sondaje de Opinión " (1)

En el siglo XIX los científicos sociales intentaron dar solución a las cuestiones de tipo político mediante estudios estadísticos, es decir, deseaban determinar y más aún, predecir el comportamiento humano, utilizando técnicas estadísticas y matemáticas.

El sondeaje de opinión al adoptar el principio del cálculo de probabilidades y de los principios de la estadística en general, logró un gran desarrollo. Las Ciencias Sociales en lo general y en lo particular las Ciencias de la Comunicación, adoptaron al sondeaje como técnica de investigación, cuando conjugó el concepto de probabilidad "... la relación del número de casos

---

(1) F. Canestrí, *Instrumentos para el aprendizaje en Ciencias Sociales*, p. 216

favorables al número de casos posibles con la frecuencia estadística; si en una prueba de probabilidad de un evento es  $P$ , si esta prueba se repite un gran número de veces, la frecuencia  $F$  del evento tiende a acercarse cada vez más a  $P$ .(2)

Cualquier encuesta sea cual fuere su amplitud, se desarrolla mediante etapas, en el caso específico del sondeo de opinión, son:

- a) Establecimiento del plan general
- b) Determinación de la muestra
- c) Redacción del cuestionario
- d) Recolección de las respuestas
- e) Utilización de los resultados

En el establecimiento del plan general se adapta el método de encuesta a las necesidades y objetivos de lo que se pretende desarrollar, en este caso para su realización el objetivo fue reflexionar el grado de identificación de los trabajadores de la Dirección Regional Oriente del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática con los objetivos Institucionales, para implementar una gaceta de comunicación interna que contribuyera a alcanzarlos.

Parte fundamental del Sondeo es la elección de la muestra, que se basa " ... en la ley de los grandes números y trata de reproducir, en un

---

(2) *Ibid.*, p. 217

modelo reducido, la población a estudiar. Su base lógica es el principio del estudio del todo por una de sus partes". (3)

Seleccionada la muestra, se determina el instrumento para la recolección de los datos. El cuestionario, es el que se utiliza en la encuesta por sondeo; tiene como finalidad construir los hechos opinativos en hechos sociales, factibles de una utilización científica.

Para su redacción, se toman en consideración situaciones que prevén la validez de los resultados en el sondeo. Se emplean diferentes tipos de preguntas y se da cierto orden, de tal suerte que una respuesta anterior no condicione la respuesta siguiente.

La calidad de la información obtenida va a depender de la importancia que se le da al trabajo de campo, que la recolección la realicen personas capacitadas para ello y en los tiempos y fechas programadas.

Recolectados los datos, estos se codifican con la ayuda de instrumentos mecanográficos, calculadoras, programadores, etc., los cuales se traducen en porcentajes, mediante operaciones matemáticas. La confiabilidad de los datos se mide según el margen de error calculable, considerado como tolerable entre el 2 y el 6 % .

Con la información traducida a porcentajes, el análisis de los datos es una tarea sumamente interesante, ya que permite conocer los resultados del sondeo, y programar las actividades para el uso de la información resultado de la investigación.

---

(3) F. Cavestri, *Instrumentos de CI* ..., p. 219.

Es aquí cuando se conoce si las actividades desarrolladas durante todas las etapas anteriores a ésta, fueron bien diseñadas, elaboradas en forma correcta y con la calidad necesaria para que se obtuvieran datos conforme a lo planeado, es decir, se responde a las necesidades de información que motivaron la realización del sondeo.

#### **b.- TÉCNICA DE SELECCIÓN DE LA MUESTRA.**

La Dirección Regional Oriente del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, contaba con 678 trabajadores al momento de la realización del presente trabajo, mismos que estaban distribuidos en tres programas denominados: *Procede y Censos* con 395 empleados y *Tradicional* con 283.

En la realización del Programa de Certificación de Derechos Ejidales y Titulación de Solares Urbanos (PROCEDE), se conjugan los esfuerzos de varias dependencias e instituciones públicas.

Básicamente, las instituciones y dependencias públicas involucradas son: el Registro Agrario Nacional (RAN), la Secretaría de la Reforma Agraria (SRA), la Procuraduría Agraria (PA), la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos (SARH), la Secretaría de Desarrollo Social (SDS), el Tribunal Superior Agrario (TSA) y el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI).

La participación del INEGI se circunscribe a los trabajos técnico-operativos de identificación, ubicación y medición de los linderos y superficies de las tierras

ejidales; además, del apoyo en la instrumentación de la campaña de sensibilización sobre el programa.

Los trabajos iniciaron en agosto de 1992 y hasta su término, la Dirección Regional Oriente cuenta con una plantilla de personal con contratos anuales, capacitada en la utilización de los métodos de levantamiento aerofotogramétrico (4) y geodésico-topográfico(5) equipados con instrumentos de medición, posicionadores satelitares (G.P.S.), computadoras y graficadores entre otros.

Con las actividades del PROCEDE en los estados de Puebla, Hidalgo, Tlaxcala y Veracruz, se pretende la expedición de los certificados parcelarios y/o de derechos comunes según sea el caso, así como los títulos de los solares en favor de los ejidatarios de estos estados del país.

El levantamiento de los Censos de Población y Vivienda, Agropecuario y Económico, trae consigo la realización de actividades permanentes antes de cada levantamiento censal. Lo que significa que aunque los periodos de recolección de los datos sean breves, continuamente se realizan trabajos de evaluación y análisis.

---

(4) Con la información utilizada de productos fotogramétricos a escala detallada, el método implica un recorrido por el perímetro del ejido y hacia el interior de las tierras parceladas, de uso común y las de asentamientos humanos. Para localizar los vértices, los productos fotogramétricos son picados con aguja. La obtención de coordenadas se efectúa mediante diversos procesos alternativos. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. "Programa de Titulación de Tierras Ejidales", Documento de presentación, INEGI, México, 1992, p. 30

(5) Se recorre el perímetro del ejido, y se ubican cada uno de los vértices. Después se recorre el interior del ejido y se obtienen las coordenadas exactas de los vértices mediante posicionadores satelitares. Ibidem, p. 30

La verificación y supervisión de las actualizaciones cartográficas previas a un evento censal, garantizan la calidad de los productos cartográficos que se utilizan. Las actividades de asesoría, seguimiento, control y supervisión en los eventos censales permite la evaluación de los operativos.

Con el análisis de la información censal y su confrontamiento con otras fuentes de información, se elaboran y editan publicaciones de calidad, mismas que son analizadas por usuarios potenciales de la información estadística que se genera. Con la evaluación del censo anterior y la planeación del siguiente evento, las actividades del programa "Censos" se vuelven cíclicas y permanentes en su proceso, aún así, el personal que las realiza tiene contratos anuales y corta permanencia en sus puestos.

Finalmente, el programa "Tradicional", denominado así por tener actividades de carácter permanente y con una intensidad continua, características que le permite tener una plantilla estable de personal en su mayoría basificado y tradicional.

A nivel regional al programa Tradicional lo integran las siguientes actividades: la captación, codificación, envío a captura y análisis de tabulados de la información de los registros administrativos. Es decir, estadísticas generadas por dependencias de la administración pública federal, estatal y municipal, así como de algunos organismos privados.

Destacan por su magnitud las referidas a nacimientos, defunciones, presuntos delinquentes, delinquentes sentenciados, matanza de ganado y aves, producción agropecuaria, por citar sólo algunos ejemplos.

Un importante método de captación de información, lo constituyen las encuestas. En el estado de Puebla se levantan de manera permanente la Encuesta Industrial Mensual, Encuesta Trimestral de la Construcción, Encuesta Trimestral de las Expectativas Empresariales, Encuesta Mensual de Servicios, Encuesta Mensual de Establecimientos Comerciales y la Encuesta Nacional de Empleo Urbano, lo que permite la oportuna actualización de datos sobre variables socioeconómicas del estado.

En coordinación con el gobierno del estado de Puebla y la participación de instituciones generadoras de información, el INEGI integra publicaciones con información estadística a nivel estatal y municipal.

Para facilitar la consulta o adquisición de productos con información estadística y geográfica del país, en Puebla el INEGI ha creado un Centro de Información donde ofrece un servicio personalizado a los usuarios y ejecuta todas sus actividades de difusión y servicios que presta a la comunidad.

Con los nombres y el ingreso mensual del total de la población, que realizan las actividades antes descritas, se seleccionó la muestra "porción de los elementos de una población, seleccionadas para hacer un examen o medición directos mediante un método de estratificación, donde se dividió a la población en grupos llamados estratos ... grupos dentro de una población formados de tal modo que cada grupo es relativamente homogéneo, pero existe una variación más amplia entre cada grupo"(6) utilizando para ello, el "Sistema de Estratificación Univariada" (SEU), software propiedad del INEGI, empleado en la selección de muestras de diversas encuestas que realiza la Institución.

---

(6) Richard Levin, *Estadística para Administradores*, p 328



La estratificación consistió en agrupar a personas con características similares, con base en su ingreso mensual, es decir, que cada estrato tuviera una varianza mínima "La varianza es la dispersión de los elementos de la población con respecto a la media". (7)

Se obtuvieron cinco estratos para los programas Censos y PROCEDE y cinco más para el programa Tradicional. Ver los anexos 1 y 2. Para fines de nuestro ensayo, la estratificación de la población, se hizo tomando una muestra del 10% de cada estrato por selección al azar con la ayuda de la tabla de números aleatorios. A cada empleado se le asignó un número de 000 a 678, la muestra se obtuvo a través de un método sistemático de seleccionar números de tres dígitos. Se seleccionaron 68 personas, distribuidas de la siguiente manera:

#### CENSOS Y PROCEDE

ESTRATO	FRECUENCIA	No. DE PERSONAS SELECCIONADAS
1	49	5
2	58	6
3	137	13
4	122	12
5	29	3

---

(7) *Ibid.*, p. 147

### TRADICIONAL

ESTRATO	FRECUENCIA	No. DE PERSONAS SELECCIONADAS
1	88	9
2	125	12
3	62	6
4	7	1
5	1	1

El paso siguiente fue la identificación de cada una de las personas muestreadas, así como la verificación del día que estarían en las oficinas aquellos empleados que cayeron en la muestra y cuyas actividades laborales las realizan en campo. Tal es el caso del PROCEDE, Cartografía Censal y Operaciones de Campo.

Seleccionada la muestra e identificados cada uno de sus elementos, se determinó la fecha para la realización del levantamiento de la información y se diseñó el instrumento de recolección de la información.

## **c.- ELABORACIÓN Y APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS.**

La recolección de los datos se realizó mediante la aplicación de un cuestionario. Para su elaboración se tomaron en cuenta las siguientes consideraciones: orden, tipo de preguntas, que fuese claro y preciso, es decir, comprensible por las personas a quienes iba a ser aplicado.

Después del objetivo de la encuesta, se solicitaron los datos siguientes: nombre, edad, sexo, escolaridad, área en que labora y puesto del informante. El cuerpo del cuestionario se integró con veinte preguntas, diez y nueve de ellas cerradas y una abierta, 11 preguntas con cuatro reactivos y las nueve restantes sólo con 2. (Ver anexo 3).

Para probar el diseño de las preguntas del cuestionario, su fluidez y comprensión por parte del informante, se realizó un cuestionario piloto con 15 personas seleccionadas al azar. Lo que permitió evaluar los tiempos de aplicación y calcular el número de participantes para el levantamiento de la información en un sólo día.

El cuestionario se aplicó a cada una de las personas seleccionadas en la muestra. El levantamiento se llevó a cabo el día 15 de noviembre de 1995, con la colaboración de cuatro entrevistadores que tienen como actividad permanente la recolección de la información de la Encuesta Mensual de Servicios, en la Subdirección de Estadística de la Dirección Regional Oriente. Antes de la aplicación, se revisó el cuestionario con el personal participante en el levantamiento, se explicó ampliamente el fin que se perseguía, así mismo, se

dieron indicaciones acerca de la forma en que se realizaría la entrevista, la presentación ante el informante por parte del encuestador, y el llenado del cuestionario. Lo anterior, para certificar que el proceso sería homogéneo en todos los sentidos.

La entrevista con el personal muestreado se realizó en forma directa, el encuestador solicitó los datos de identificación del informante, posteriormente continuó con la lectura pausada de las preguntas, así como de las alternativas de respuesta de cada pregunta, lo anterior para garantizar que los entrevistados contestaran solos la entrevista y con ello se tuvieran datos verídicos en el sondeo.

Al término de la realización de las sesenta y ocho entrevistas, se procedió a la codificación de las respuestas de todos los cuestionarios, actividad que consiste en cuantificar el número de veces que se repite una misma respuesta a una interrogante, al término, los resultados se tradujeron en porcentajes, para luego iniciar con la interpretación de los mismos.

En lo que respecta a la composición de la población por sexo, los resultados favorecen al sexo masculino con el 63.3 % y sólo el 36.7 % al sexo femenino. Si comparamos estos porcentajes con la población total, tendríamos que de cada 100 trabajadores 63 son hombres y el resto mujeres.

En la estructura por edades, se observa que el 55.8% de los encuestados tienen entre 21 y 30 años, el 32.3% entre 31 y 40 y sólo el 10.2 % entre 41 y 50 años, lo que refleja que el personal de la Institución en su mayoría está integrado por jóvenes.

El nivel de instrucción de los empleados de la Dirección Regional Oriente, de manera significativa es bueno, ya que el 57.3 % declaró tener alguna licenciatura como último nivel de instrucción. Asimismo, el porcentaje de los que tienen preparatoria o una carrera técnica es del 36.7 %, sólo 2.9 % tienen primaria y 2.9 % más secundaria completas respectivamente.

El 42.7% manifestó tener más de 5 años trabajando en el INEGI, sin embargo, sólo el 14.7 % conoce el objetivo principal de manera correcta, porcentaje que corresponde a las respuestas dadas por personas que sustentan puestos de subdirector o jefe de departamento, así como de aquellos que tienen un nivel salarial alto pero sin ser mando medio; asimismo, el 69.3% tiene noción acerca de las actividades que en términos muy generales realiza la Institución.

Por otro lado, aunque gran parte de la muestra no conoce con exactitud el objetivo principal del INEGI, el 77.9 % sí sabe para que sirve la información estadística y geográfica que se produce.

El 97.1 % identificó en forma correcta el nombre de las entidades federativas que conforman a la Dirección Regional, lo contrario sucedió con el número de subdirecciones, donde el 58.9 % dijo no saber, o simplemente la opción seleccionada era incorrecta.

En lo que se refiere al levantamiento de encuestas, el 85.3 % sí sabía que subdirección realiza esta actividad. Sin embargo, si comparamos el 14.7% que no tenía conocimiento, con el total de los trabajadores, tenemos que 21 de cada 100, no lo saben. Es decir, aproximadamente 130 personas desconocen dicha información.

A nivel regional, el 60.3 % desconoce en qué publicación se editan los resultados de la actividad que realiza la subdirección en donde están asignados; más aún con respecto al INEGI, les gustaría ampliar su conocimiento en encuestas, publicaciones y cartografía el 5.8 %, 23.5 % y 39 %, respectivamente. El 30.9 % restante se inclinó por conocer sobre los siguientes temas: comercialización de productos del INEGI, medios magnéticos, informática, fotogrametría, fotografía aérea, Procedé y análisis de datos estadísticos.

En las oficinas centrales del INEGI se editan varias publicaciones de comunicación interna como "Vértices", "Gaceta Informativa INEGI", "Revista Censos", "Notas censales" y "PICFI" por citar sólo algunas. Publicaciones que según el 55.9 % de los encuestados nunca han leído, y el 44.1 % sí, lo anterior porque el número de ejemplares es reducido y sólo son distribuidas a jefes de departamento y subdirectores. De las personas que respondieron haber leído alguna revista, manifestaron que muchas veces había sido por casualidad, ya que éstas no se les proporcionan y últimamente, debido a la reducción del presupuesto en las Instituciones del Gobierno Federal, el número de reproducciones ha disminuido, por lo que el fotocopiado de algunas de ellas, se ha realizado para poder circularlas entre las áreas.

El total de los entrevistados gustan de la lectura, en promedio al día le dedican menos de una hora y se inclinan por leer libros, revistas y periódicos en valores de 38.3 %, 29.4 % y 17.6 %, respectivamente; el 11.7 % restante gusta de otro tipo de lecturas.

Los temas más leídos son: noticias en un 29.4 %, temas científicos en un 17%, 16.1 % en temas culturales y el 36.8 % se inclinaron por la lectura de temas tales como: economía, deportes, psicología, administración, salud, entretenimientos, suspenso, finanzas, nota roja, computación, espectáculos, novelas, política, biógrafos y espionaje.

El 78 % del personal, manifestó que su tiempo libre lo dedica principalmente a su familia, el 11.7 % a realizar actividades deportivas, el 4.4. % a ver la televisión y el 16.1 % a actividades diversas; un dato interesante que aquí se encontró, fue que estas actividades son el estudio de la computación y la capacitación a través de cursos.

Específicamente, los resultados respecto a la posibilidad de publicar una gaceta de comunicación interna, el 98.6 % manifestó su agrado por dicha publicación, ya que según los entrevistados, permitiría un mayor conocimiento de la Institución, de las áreas que la integran, así como la comunicación e información de lo que sucede entre los trabajadores de la Dirección Regional.

Respecto a la periodicidad con que les gustaría que apareciera la publicación, el 53 % se inclinó porque fuera mensual, el 23.6 % bimestral y el resto por periodos más cortos, argumentándose la necesidad de tener de manera continua y en periodos cortos información referente a la Regional Oriente.

Acerca del contenido temático de la gaceta, los resultados indican que el personal requiere mucha información del ámbito general, pues el 52.9 % así lo manifestó, el 13.3 % solicitó información sobre las actividades técnico-operativas que se realizan, el 8.9 % sobre las actividades culturales que se

llevan a efecto en la Institución. Asimismo, 16.2 % opinó que les agradaría se incluyeran testimoniales, temas educativos, deportes, sobre estadísticas económicas de actualidad, computación, programación de cursos de capacitación, entretenimientos, biografías de personas que laboran en la institución y entrevistas al personal.

En las preguntas referentes a la edición de la gaceta, una persona respondió que no le parecía buena idea, ya que una publicación de este tipo le resultaba aburrida y poco interesante.



## **II.- ELABORACIÓN DE LA GACETA CON BASE EN LAS NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LA DIRECCIÓN REGIONAL ORIENTE DEL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA.**

### **a.- DEFINICIÓN DE TEMAS Y TIPO DE INFORMACIÓN.**

De la información obtenida mediante la aplicación del instrumento de investigación, se seleccionó aquella que permitiera precisar los temas y el contenido de la gaceta y que a continuación se anota:

La mayoría del personal es del sexo masculino y sus edades fluctúan entre los 21 y 30 años, en cuanto a escolaridad, tienen como último nivel de instrucción alguna licenciatura, aún cuando no todos manifestaron haberla concluido o estar titulados. Situación que muestra el grado de capacitación de la mayoría de los empleados.

42 de cada 100 empleados tienen más de 5 años trabajando para el INEGI. En contraste, sólo una minoría conoce el objetivo principal. Resulta preocupante, porque debiera ser que la gente con más antigüedad tuviera un conocimiento más amplio sobre las múltiples funciones que en la Institución se desarrollan y lo captado demuestra lo contrario.

El 77% manifestó saber en qué se utiliza la información que se genera, pero si por otra parte, desconocen el objetivo principal que el organismo persigue, cabe la duda de qué tan amplia sea su concepción.

En lo que se refiere a los cuatro estados que integran a la Dirección Regional Oriente, su identificación fue correcta; no así su conocimiento sobre las once Subdirecciones que la conforman. El 85 % de los entrevistados tienen claro cual de ellas se encarga del levantamiento de encuestas.

La mayoría desconoce en qué publicación salen editados los resultados de la actividad que realizan, lo que indica que los trabajadores no están enterados de la importancia que reviste su trabajo ya que coadyuva a la integración de publicaciones de gran utilidad para los diversos círculos del país.

Sobre la Institución, a la mayoría le gustaría ampliar su conocimiento en cartografía, medios magnéticos, informática, fotogrametría, fotografía aérea, contenido de publicaciones, etc. lo que demuestra que el personal no recibe capacitación en torno a lo que, de manera generalizada realiza el INEGI.

De todas las publicaciones de comunicación interna editadas en las oficinas centrales del INEGI, sólo una parte del personal tiene acceso a ellas y por consiguiente la mayoría jamás las ha leído; con lo cual nuestra propuesta se vuelve más acertada ya que al elaborarla en la Regional, se tendría mayor oportunidad de acceso a la misma, con información referida a un ámbito particular.

El total de los entrevistados gustan de la lectura, en promedio le dedican al día menos de una hora, lo que implica que elaborar una publicación con grandes contenidos, no es la mejor opción ya que difícilmente la hojearían.

Las noticias que se generan de manera diaria, son las cuestiones más leídas, según lo manifestado. Sin embargo, la mayoría dijo leer libros y no periódicos como debiera ser por el tipo de lectura que la mayoría prefiere.

Respecto a la edición de la gaceta, del total de los entrevistados sólo uno estuvo en desacuerdo sobre su creación, los demás, solicitaron que de manera amplia se les permita conocer más a fondo el sinnúmero de actividades que se realizan en la Regional Oriente.

Con una periodicidad mensual, los trabajadores requieren una publicación que aborde noticias de interés. Aunque no faltó quien estuviera a favor de que se editara quincenalmente.

Los resultados del sondeo nos permiten deducir que al momento del levantamiento, el personal tenía carencias de información respecto al INEGI, a pesar de que un alto porcentaje manifestó tener más de cinco años laborando en la institución. Esto obedece, a que únicamente en los eventos censales, donde el número de personas que ingresan es alto, y muy corta su permanencia, sí se les da una inducción respecto a la institución y específicamente de la actividad a desarrollar. Sin embargo, sucede lo contrario con los que ingresan en otro tipo de programas como "Tradicional", donde esporádicamente una plaza queda vacante y a la persona que ocupa el puesto no se le capacita, en consecuencia, lo que sabe del INEGI, se limita únicamente a su actividad laboral. Por tal motivo, consideramos que deberían de programar periódicamente, cursos de inducción y actualización ya que de los cambios sufridos en su estructura original, poca gente tiene conocimiento. Por lo

anterior, en la gaceta incluiremos una sección donde se traten informaciones que involucren a la institución.

Para que el personal pueda identificarse con los objetivos Institucionales, primero debe conocerlos, y según el análisis, una minoría sabe con exactitud el objetivo principal. Lo anterior, nos da la pauta para iniciar los trabajos dando a conocer en general los planteados por la Institución, así como los que cada Subdirección tiene en lo particular, para el logro de los objetivos que como Institución debe alcanzar el INEGI.

Asimismo, consideramos importante que todo el personal conozca las subdirecciones que integran la Institución donde prestan sus servicios, la persona responsable de cada área, en este caso los subdirectores, y las actividades más relevantes que cada una desarrolla, que desde luego coadyuvan a cumplir con los objetivos para lo que fue creado el INEGI.

La institución se diferencia de muchas otras, por que los resultados de sus actividades técnico-operativas se ven plasmadas en publicaciones que son consultadas por los diferentes sectores que integran a la sociedad. Sin embargo, las personas que participan en la recopilación, análisis y procesamiento de la información desconocen en qué publicación se editan los resultados de su trabajo.

Es conveniente que en la gaceta, periódicamente se hable de los diferentes materiales en que se publican los resultados de todos los trabajos que se realizan, así como su utilidad y explicación de uso; porque es muy común que por la gran cantidad de información y la variedad de materiales en que se

presenta, el personal no tenga la oportunidad de informarse y conocer los contenidos, la utilidad y características de los nuevos productos, como es el caso del CD-ROM.

Como antes se mencionó, la mayoría de las personas que laboran en esta Institución son jóvenes, gran parte de ellas tienen inquietudes sobre la forma en que se realiza la cartografía, su temática, utilidad, forma de aplicación, cuestiones que bien vale la pena manejar no desde un punto de vista técnico, que seguramente resultaría tedioso, sino visto desde una perspectiva de aplicación en la vida diaria. Con lo anterior queremos decir, que en la publicación se hará uso de algún género periodístico como por ejemplo la entrevista de semblanza "... se realiza para captar el carácter, las costumbres, el modo de pensar, los datos biográficos y anécdotas de un personaje; para hacer de él un relato" (8), donde un empleado que utilice la cartografía en campo, nos relate su experiencia respecto al uso de estos materiales, y así mostrar la importancia que reviste conocer y manejar todo tipo de cartas.

También hemos considerado apoyarnos en personas expertas en los diferentes temas que al personal le interesan acerca del INEGI, lo anterior para publicar escritos de calidad y satisfacer las necesidades de información que como resultado se obtuvieron en el instrumento elaborado. Datos que podrían ser aprovechados por el área administrativa para ampliar la temática de los cursos de capacitación que periódicamente realiza. En la gaceta tal como lo solicita el personal, se publicarían los cursos de capacitación y actualización a impartirse, nombre del instructor, periodo de realización, etc.; de tal suerte que

---

(8) Vicente Leñero y Carlos Marín, *Manual de periodismo*, p. 98

todos los empleados estén enterados y a tiempo puedan elegir en qué curso han de inscribirse.

Otra sección que más adelante ya en el diseño de la gaceta nombraremos, manejará información sobre los acontecimientos que se susciten en la Institución. Es decir, en ella se informará sobre actividades de tipo cultural, social y deportivo que se realicen en la Regional, así como reconocimientos y premios a que se hagan acreedores sus trabajadores.

En una tercera sección se incluirán todos los temas que al público de la Regional Oriente le resulten de interés. Algunos de ellos según lo manifestado por los informantes son sobre informática, como lo más innovador en software y equipo de cómputo; temas educativos, economía, ciencia, cultura, política y fenómenos naturales, en especial lo que acontece con el volcán Popocatepetl.

En ella, también se incluirán pasatiempos, donde el personal ponga a prueba su habilidad mental para darles solución. Se invitará a que participen en el envío de algunos más, de tal manera que exista comunicación entre el personal y quienes elaboren la publicación.

Se considera conveniente abrir un espacio en la gaceta para que el personal envíe sus colaboraciones, exprese sus opiniones al respecto y haga sugerencias sobre nuevos temas que deseen se publiquen y así dar pie a que los empleados con su participación se sientan no sólo receptores sino protagonistas en la creación de la gaceta.

## **b.- DISEÑO FINAL**

La presentación de la información inicia con el nombre de la gaceta. De las opiniones acerca de cómo llamarla, el nombre que parece más adecuado es "IMAGEN DE ORIENTE", ya que con ella se pretende mostrar a propios y extraños, qué hace la Dirección Regional Oriente del INEGI, y quienes participan en la realización de los trabajos que tiene encomendados.

Para su edición, se optó por utilizar papel tamaño carta de 21.5 X 27.5, en razón que permite realizar cambios en la forma de ordenar la información. Es decir, es posible editar a dos o tres columnas.

La portada fue diseñada por computadora en Corel Draw, la parte superior contiene un recuadro sombreado de 4.2 cm. y con la leyenda " Imagen de oriente" en letra algerian de 36 puntos. En seguida se ubica el año, número y fecha de su elaboración.

Puesto que se ha decidido recurrir al apoyo gráfico en las portadas, la tipografía será versátil de acuerdo con el diseño de la misma, ya que la forma y tamaño de las ilustraciones dará la pauta para la selección del tipo de letra adecuado, siendo el título el único elemento invariable.

Cuando se edite a dos columnas, éstas tendrán una separación (medianil) entre columna y columna de 0.9 cm. y un ancho de 8.4 cm.; a tres columnas, con 5.5 cm. de ancho cada una y con dos separaciones (medianiles) de 0.6 cm. entre columna y columna.

El diseño escogido es el resultado de las necesidades, tanto de los usuarios como del organismo que la editará, asimismo, se ha normado para el interior de la publicación un criterio de tipografía, cajas, color y ubicación de áreas, de tal suerte que no se tenga confusión sobre el lugar donde debe ir la información y cómo deberá presentarse.

La tipografía empleada para textos, cuadros, y pies de páginas será arial normal en altas y bajas, en los títulos o cabezas de notas, se podrán emplear altas en negritas combinando diferentes tipos. (Ver anexo 4). Se hace la aclaración que para efectos de presentación y encuadernación de este trabajo, las medidas de anchura propuestas para la publicación, así como el recuadro donde se anota el nombre, etc. no corresponden a los descritos en los párrafos anteriores.

Respecto al color, si el presupuesto es limitado, será en blanco y negro, sino, éste se empleará en portadas, gráficas, fotografías, etc. Y desde luego se seleccionará en función de la imagen que se pretenda proyectar, por lo que los colores deberán ser limpios y luminosos.

La mayoría de las publicaciones en una misma página anotan varios asuntos. Para facilitar la lectura de la gaceta, la información se clasificará y ordenará por secciones que se formarán según la importancia que dicha información revista al momento de su publicación. Las páginas respetarán el siguiente orden: portada, en página non; Índice y directorio, en página par; editorial, página non; los textos se formarán por secciones y de acuerdo a su relevancia.

Como la clasificación de la información se realiza mediante varios criterios, tales como: actualidad, situación geográfica donde ocurrió el hecho, proximidad física,



e incluso el interés particular de quien edita la publicación, en este caso específico, se enfocará a responder intereses de la Institución así como a las necesidades de información de los lectores.

El diseñar un formato único para la gaceta, puede resultar a la larga poco atractivo para quienes la leerán, por lo que sólo se han mencionado las características generales de edición y a continuación se mencionará el contenido teórico: editorial, notinegi, técnico-operativa, artículos y reportajes, colaboraciones, entretenimientos y gráficos.

Aunque la función de un editorial es analizar y enjuiciar acontecimientos de gran relevancia; en este caso, en el editorial se pretende dar a conocer los puntos de vista de las autoridades de la institución respecto al desempeño de los trabajadores y los logros que la Regional Oriente alcance en el ámbito nacional. Además, el sustentar un criterio determinado sobre las actividades que cada área desempeña, permitirá que el personal pondere su rendimiento, y sienta que su trabajo es reconocido.

En la sección Notinegi, se abordarán informaciones de tipo cultural, social, deportivo, etc. que tengan como escenario a la Dirección Regional Oriente, o en su defecto, los protagonistas sean quienes laboran en ella. Ya que en ocasiones el INEGI, convoca a nivel nacional a todos sus empleados para que participen en diversas actividades culturales y deportivas, que suelen realizarse en cualquier parte del país; o aceptar las múltiples invitaciones para enfrentamientos de tipo amistoso, por parte de equipos deportivos miembros de alguna institución.

En la sección denominada Técnico-operativa, se incluirán las actividades laborales que por su importancia, requieran ser difundidas, así como, información referente a la creación de la Institución, sus objetivos a corto, mediano y largo plazo, actividades permanentes, etc. Este apartado tiene singular importancia, ya que en la medida que la selección de los temas y la forma de presentarlos sea atractiva, se estará en la posibilidad de avanzar en el conocimiento de la basta información con que cuenta el INEGI, arma fundamental para concientizar a los informantes de la importancia de su labor en la integración de los Sistemas Nacionales de Información Estadística y Geográfica.

Un espacio importante se dedicará a los artículos y reportajes que tratarán los temas de mayor interés, de la misma manera, al esparcimiento y a las colaboraciones que se envíen a la redacción de la publicación. Así se estarán ofreciendo a los lectores, textos que les resulten atractivos, además la oportunidad de exponer a través de sus aportaciones, ideas o informaciones que en particular les interese difundir, desde luego con la responsabilidad específica que la actividad reclama.

Los gráficos son siempre elementos importantes en una publicación, en este caso, se emplearán para dar variedad y equilibrio a la gaceta, las fotografías, gráficas o caricaturas serán un apoyo visual que facilite aún más la comprensión de la información.

Como antes se dijo, determinar de una vez todos los elementos de los cuales se podrá echar mano para elaborar una gaceta que responda a intereses y necesidades de una institución y un grupo en particular, se antoja tarea difícil,

sin embargo, a través de los resultados del sondeo, contamos con información que da la pauta para iniciar los trabajos de los primeros números, ya que las sugerencias y los acontecimientos permitirán definir a posteriori el contenido de los números subsiguientes.

### **III .- IMPORTANCIA DE LA GACETA EN LA DIRECCIÓN REGIONAL ORIENTE DEL INEGI.**

La era moderna de la gaceta surge con la edición de la "Gaceta UNAM", publicación de la Universidad Nacional Autónoma de México, fundada por Enrique González Casanova, en agosto de 1954.

Desde sus inicios, la gaceta UNAM, se ha utilizado para informar a la comunidad universitaria sobre las actividades académicas, científicas, culturales, sociales, etc. que tienen como escenario la máxima casa de estudios.

Posterior al nacimiento de la gaceta, es notoria la creación de este tipo de publicaciones en instituciones públicas y privadas, asociaciones y empresas, que ven en ella la posibilidad de informar al interior de las mismas, el desarrollo de programas, proyectos, objetivos y actividades relevantes.

Una de las características que define a la gaceta, es que su formato y contenido responde a necesidades de información de un público determinado; es decir, que la periodicidad, así como el tamaño de la publicación, calidad del papel, número de tintas, etc. estarán en función del presupuesto que se destine a su edición; y su contenido responderá, en primera instancia, a los intereses de quien la edita, tales como alcanzar objetivos institucionales y fomentar el acercamiento entre las diversas áreas que integran a estos organismos.

Es importante resaltar que elaborar un medio de comunicación interna es una tarea difícil; el personal que realice dichas actividades deberá emplear todo su tiempo en ellas. Tener claramente definidas las metas que se pretenden

alcanzar, facilitará la selección de los temas y la manera de abordarlos. Toda vez, que se tomarán en cuenta para ello, aspectos de las personas que la leerán, tales como: nivel académico, sexo, edad, etc. Lo anterior, para prever que los mensajes emitidos tengan el efecto deseado, es decir, que se logre una identificación entre emisor y receptor.

En lo que respecta al contenido, se ha visto que en la mayoría de los casos, a la gaceta se le ha estereotipado como una publicación en la que se abordan temas especializados dependiendo del organismo que la elabore; donde la información contenida es de interés, generalmente sólo par quienes están inmersos en determinada institución, programa o proyecto. Por poner un ejemplo, una asociación deportiva que cuente con un medio de comunicación interna, incluirá en él información de corte deportivo que interese a sus afiliados.

Tomando en cuenta las consideraciones antes mencionadas para la elaboración de publicaciones de comunicación interna, el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), no escapa a ellas, ya que a nivel central, se elaboran varias publicaciones enfocadas a dar información específica respecto a programas tales como: Programa de Certificación de Derechos Ejidales y Titulación de Solares Urbanos (PROCEDE), Censos Nacionales y Programa Tradicional.

Para que el lector se ubique en el contexto sobre la forma y funcionamiento de este organismo y pueda situarse cuando se hable de la gama de actividades que tiene encomendadas; a continuación se presenta un panorama general de la estructura actual con que opera, los programas prioritarios y los productos y servicios que ofrece.

Institución creada en 1983, como parte de la desaparecida Secretaría de Programación y Presupuesto, hoy dependiente administrativamente de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, pero con autonomía para tomar decisiones de carácter técnico sobre las actividades de su competencia.

Su objetivo principal es proporcionar el Servicio Público de Información Estadística y Geográfica de manera eficiente, confiable y oportuna con la finalidad de satisfacer las necesidades de los distintos grupos de usuarios de los sectores público, social y privado.

Para llevar a cabo las funciones que tiene encomendadas, cuenta con una estructura orgánica integrada por la Presidencia del Instituto, dos Coordinaciones, seis Direcciones Generales y diez Direcciones Regionales distribuidas en todo lo largo y ancho del país, donde cada una de ellas abriga a su interior un número determinado de entidades federativas a quienes les coordina las operaciones encaminadas a garantizar el Servicio de Información antes mencionado.

Sus programas prioritarios son nueve: **Información de Corto Plazo**, con la cual se aportan datos oportunos sobre las variables económicas y sociales; **Sistemas de Cuentas Nacionales**, constituye la contabilidad económica nacional y registra todas las operaciones que efectúan los agentes económicos del país y las transacciones económicas de México con el exterior; **Censos Nacionales**, mediante ellos se obtiene información básica sobre las características de la población, de las actividades comerciales y de servicios así como del sector agropecuario y forestal; **Integración de los Sistemas Nacionales de Información Estadística y Geográfica**, coordina los trabajos

que desarrollan los gobiernos de las entidades federativas y los sectores de la Administración Pública Federal, con el fin de generar comparables, homogéneos y oportunos; **Información Geográfica**, ofrece una imagen completa de la geografía física del territorio nacional; **Política Informática Gubernamental**, formula, establece y vigila las políticas y normas técnicas que en materia de informática deben observar las dependencias de la Administración Pública Federal; **Divulgación de Productos y Servicios**, con lo que da cumplimiento al derecho constitucional a la información y al principio de que constituye un servicio público, al cual la comunidad tiene pleno derecho; **Formación de Recursos Humanos**, actualiza a su personal en diferentes ramas de la ciencia y el **Programa de Certificación de Tierras Ejidales y Titulación de Solares Urbanos (PROCEDE)**.

Entre los principales productos que elabora el INEGI destacan: publicaciones, cartas geográficas, fotografías aéreas, imágenes del territorio nacional obtenidas vía satélite y discos para computadora con información estadística.

Lo antes expuesto representa un gran reto, donde para lograrlo se requiere de la participación de miles de personas distribuidas en diferentes lugares pero vinculadas por un mismo propósito, donde cada área tiene sus actividades específicas encaminadas a lograr un fin común, y que además son informadas sobre los avances de los programas a través de diversos medios impresos.

De las publicaciones que a nivel central se elaboran, destaca la editada por la Dirección General de Cartografía Catastral, encargada de la realización del Procede; revista cuatrimestral de nombre "Vértices", en cuyas páginas se anotan cuestiones técnicas y operativas sobre los avances en la medición de los ejidos

así como el procesamiento de la cartografía y la entrega de certificados y títulos de propiedad a los ejidatarios. Se insertan además, artículos y reportajes sobre el origen y desarrollo de los núcleos ejidales, su situación actual y sus perspectivas, las concertaciones que el INEGI y la Procuraduría Agraria han logrado con los ejidatarios a fin de que se integren al Procede, así como testimonios y aportaciones de organizaciones campesinas en favor del programa.

Las revistas "Censos" y "Notas censales" publicadas cada tres y cuatro meses, respectivamente, por la Dirección General de Censos Nacionales registra en sus páginas todas las actividades en torno a los tres levantamientos censales que se suscitan en nuestro país: Censo General de Población y Vivienda, Censo Agropecuario y Censos Económicos.

El Censo de Población se realiza cada diez años en los terminados en cero, el más reciente fue en 1990 y tiene como objetivo principal obtener información sobre las características de la población y sus viviendas.

Cada diez años se levanta el Censo Agropecuario en los años terminados en uno, la información obtenida se refiere a los aspectos más importantes del sector agropecuario y forestal, a través de él; es posible conocer el número total y la distribución de las unidades de producción agrícola, su tamaño, régimen de tenencia, uso del suelo, etc., es decir, contar con un inventario nacional de estos recursos.

El objetivo principal de los Censos Económicos es captar, procesar y difundir información primaria sobre las unidades económicas productoras de bienes y



servicios, no agropecuarias ni forestales, referidas a un periodo específico, se realiza cada cinco años y los más recientes se efectuaron en 1994.

Aún cuando la periodicidad de los eventos censales es, como se dijo anteriormente, de diez y cinco años; durante el tiempo comprendido entre el levantamiento de uno y otro, el personal destinado a estos programas, realiza trabajos encaminados a la planeación, levantamiento, captura, validación, emisión de tabulados, presentación y difusión de la información resultante. Actividades que son captadas y divulgadas en las revistas que a continuación se describen.

La revista "Censos" está dividida en secciones denominadas: "Agropecuario", "Población", "Económicos", "Cultura estadística" y "Cultura" en donde haciéndose uso de los diferentes géneros periodísticos se desarrollan escritos que ofrecen una visión sobre las actividades en torno a los censos.

Por su parte, "Notas censales" tiene la peculiaridad de presentar extractos de los datos más relevantes sobre las características estructurales de la actividad económica en México; es decir, realiza análisis comparativos de los resultados entre uno y otro evento censal.

La Dirección de Relaciones Públicas y Concertación, dependiente de la Dirección General de Difusión, trabaja trimestralmente en la edición de la "Gaceta informativa INEGI", la cual se integra con las colaboraciones enviadas por personas de los departamentos de difusión institucional, mismos que están distribuidos en las diez Direcciones Regionales y las treinta y dos Coordinaciones Estatales del INEGI.

A cada Dirección Regional se le dedica un espacio, en él se anotan informaciones sobre la sede de la Dirección Regional así como de los estados que la integran, en el caso específico de la Regional Oriente, la constituyen: Hidalgo, Puebla, Tlaxcala y Veracruz. Cabe aclarar, que independientemente de las actividades específicas en la sede, la Regional coordina el trabajo de las entidades federativas que la conforman.

La Gaceta Informativa INEGI, es versátil en su contenido ya que es posible encontrar notas que hablen de diversos programas, entrevistas a trabajadores, actividades relevantes y todo aquello que resulte de interés para los empleados.

Existen publicaciones - Revistas de Geografía - con temas tan específicos que a pesar de ser elaboradas por el Instituto, la mayoría del personal desconoce su existencia. Esto obedece, a que están dirigidas a un número restringido de personas que trabajan para el INEGI, y en el ámbito nacional e internacional, a quienes se encargan de la investigación en campo de la geografía de nuestro país y el mundo.

"México: Información Económica y Social", revista internacional del INEGI, con proyección mundial, es editada también en el idioma inglés y pone de manifiesto la perspectiva de México ante el mundo en materia de información económica, demográfica y social.

Las publicaciones a las que hemos hecho referencia tienen la particularidad de editarse en lapsos muy largos, con tirajes que van de 2 000 a 5 000 ejemplares y más de 90 páginas de información que si bien resulta interesante para algunos, no necesariamente lo es para la generalidad de los empleados.

Lo antes mencionado, no significa que los textos no posean calidad; por el contrario, son tan técnicos y dirigidos a un determinado público que su información cubre únicamente las expectativas de un grupo específico. Aunado a esto, la cantidad de publicaciones destinadas a las Regionales, restringe la posibilidad de tener una en las manos.

Aunque el organismo al cual se le está proponiendo la edición de una gaceta propia, sea líder en nuestro país en la emisión de información estadística y geográfica, no significa que los múltiples medios que utiliza para comunicar e informar al interior del mismo cubran los requerimientos de cada Dirección Regional.

Para poder ofrecer un Servicio de Información Estadística y Geográfica eficiente, se requiere de la participación de miles de personas de diferentes regiones y estados de la república, todos, con diferente nivel académico, costumbres, edades, etc., quienes para comunicarse requieren un medio propio, donde el tratamiento de la información se realice con base en las características del público receptor, y con un manejo adecuado del lenguaje y la información.

En el caso concreto de la gaceta "Imagen de oriente", su formato y contenido responde a las necesidades no sólo del público a quien va dirigida, sino también, a las expectativas de información que la propia Institución desea alcanzar en su personal.

Para no recurrir a las prácticas comunes de adecuación de contenidos en diferentes medios de comunicación, los textos de la gaceta, son el resultado de una investigación previa a través de un instrumento, con lo cual los

seleccionados en la muestra, tuvieron la oportunidad de manifestar libremente sus aficiones, gustos y requerimientos de datos y temas, sobre la Institución, cultura, ciencia, etc.

Los datos recolectados han permitido definir la dirección de la publicación, se pretende elaborar un medio ágil que se convierta en un canal de comunicación entre las diversas áreas que integran a la Regional Oriente, para que de manera coordinada se trabaje en favor de los objetivos que como Institución debe alcanzar el INEGI y que están en función de la colaboración de todos los empleados. Además de coadyuvar a la transformación de las relaciones Interinstitucionales, para el logro de un ambiente laboral armónico.

## **CONCLUSIONES**

Como consecuencia del proceso de investigación efectuado para presentar a la Dirección Regional Oriente del INEGI una propuesta de medio de comunicación interna diseñada explícitamente para la Institución, se presentan los siguientes planteamientos y consideraciones al respecto.

En primera instancia se considera que los resultados obtenidos en la realización de la Encuesta por Sondeo de Opinión, estuvieron en función de la correcta clasificación de los datos para la selección de la muestra. Es importante resaltar que se había planeado tomar el nivel académico del personal como elemento básico de selección; sin embargo, debido a que dicha información no se encuentra organizada ni capturada en una base de datos, se optó por la percepción salarial mensual.

Durante la elaboración de la muestra, se contó con asesoría de personas cuyas funciones dentro del Instituto, están encaminadas a la elaboración de encuestas; proceso que va desde la selección de la muestra, hasta la presentación de la información, pasando por el levantamiento, crítica, codificación y análisis en la consistencia de los datos, con lo cual se garantizó la efectividad de la misma.

Otro aspecto igualmente relevante para asegurar que los resultados obtenidos fueran veraces, fue la correcta elaboración del instrumento de investigación para cuya estructura se tomaron en cuenta aspectos tales como: lenguaje sencillo y claro, preguntas concisas, con un número adecuado de interrogantes; de tal forma que las respuestas cubrieran las expectativas que se planearon alcanzar con la aplicación del cuestionario.

El trabajar en este organismo permitió tomar en cuenta, para la realización del sondeo, situaciones que avalaran un buen resultado; por ejemplo, el poner a prueba la efectividad del cuestionario antes de su aplicación definitiva, programar la fecha del levantamiento, apoyarse en entrevistadores para la realización de la encuesta, explicarles el objetivo de la misma, practicar la presentación del encuestador ante el informante, precisar cargas de trabajo, verificar el tiempo de realización por entrevista, todas ellas, encauzadas a certificar que los datos proporcionados por los entrevistados no estuvieran viciados por el cruce de información respecto al levantamiento de dicha actividad.

Con el análisis de los datos fue posible identificar las características que en promedio poseen los empleados; por mencionar algunas diremos que en cuanto al nivel académico, más de la mitad cuenta con alguna licenciatura como último nivel de instrucción; la edad, fluctúa entre los 21 y 30 años y el sexo predominante es el masculino.

Con las respuestas a los cuestionamientos respecto al conocimiento de la Institución, sus objetivos y dado la gran variedad de programas, proyectos y publicaciones, deducimos que es necesario reforzar periódicamente el conocimiento y crear un equipo permanente de instructores que capaciten a las personas que por primera vez se integran al INEGI, además, se aboquen con mayor empeño en áreas donde el manejo de la información es determinante para el logro de sus actividades laborales. Tal es el caso de las encuestas, donde los periodos de levantamiento en algunas son semanales o mensuales y el informante por estar seleccionado en una muestra, tiene una permanencia indefinida, por tanto los argumentos de los encuestadores deben ser

convincentes para el logro de sus funciones. Ya que además del dominio técnico que poseen tocante a la encuesta en que participan, es muy importante que amplíen su conocimiento sobre todas las actividades que se ejecutan en la Institución, porque permite concientizar de mejor manera la participación de los informantes en los Sistemas de Información Estadística y Geográfica.

Situación similar ocurre con las personas que en particular se desempeñan en el Departamento de Atención a Usuarios y en general en la Subdirección Regional de Difusión, área encargada del buen funcionamiento del Centro de Información del INEGI; sitio creado para atender los requerimientos de información estadística y geográfica de la sociedad, donde los encargados deben conocer a detalle el cúmulo de materiales y contenidos con que cuenta la Institución y así poder orientar y apoyar en forma eficaz a los solicitantes.

De la misma manera, con los datos obtenidos, se pudo constatar que un alto porcentaje de los entrevistados están a favor de la edición de un medio de comunicación interna, donde además de anotar cuestiones técnicas, se traten temas diversos como avances tecnológicos, particularmente de Informática, cartografía y fotografía aérea; además, de presentar sintetizados temas actuales con terminología simple.

Consideramos importante anotar, que aunque el INEGI, realiza constantemente levantamientos de información, algunos de grandes magnitudes como es el caso de los censos, al interior de la Dirección Regional Oriente, nunca se había realizado una investigación similar, por lo que propusimos a las autoridades pertinentes utilizar la información resultante en otros ámbitos, como la planeación de cursos de capacitación, convenios de colaboración con

Instituciones de educación superior para el otorgamiento de becas en el estudio de diplomados y maestrías, etc..

Para elaborar la gaceta, se creó un criterio normativo que regula la presentación de la publicación, pensado para que las personas encargadas de su elaboración cuenten con los elementos técnicos necesarios; ya que proporcionar las características específicas de la portada y páginas interiores, facilitará la integración de la misma.

Como las publicaciones elaboradas en las oficinas centrales del INEGI, con sede en la ciudad de Aguascalientes, tardan largos periodos para editarse y llegan a muy pocas personas en la Regional, la gaceta "IMAGEN DE ORIENTE", tendrá una periodicidad mensual y será accesible a todo el personal.

Las sugerencias respecto a que se elaborara en tiempos más cortos, fue hecha por un número considerable de encuestados. Acceder a realizarla nos parece inadecuado; ya que para prepararla se necesita planear cada una de las actividades, de tal suerte, que la selección, investigación y redacción reflejen la calidad y seriedad con que se hace. Aunado a que los sucesos realmente importantes y dignos de ser difundidos no suceden a diario, y dejar un tiempo más largo entre uno y otro número, amplía la posibilidad de contar con situaciones más significativas.

También se quiere agregar que la propuesta para elaborar la gaceta, inicialmente surgió por la situaciones que los empleados se han vivido, respecto a la falta de un volante, boletín, revista o gaceta que ilustre lo que ocurre en el lugar donde se labora y que necesariamente interesa desde el



momento que el personal se compromete a contribuir en el logro de objetivos, metas y proyectos. Actitud generalizada que pudo comprobarse en la mayoría de los empleados, y que apoyan con firmeza este proyecto y sobre todo muestran su interés por colaborar durante su edición.

Con lo anterior, queda de manifiesto la importancia que reviste realizar una investigación seria, donde cada uno de sus pasos sean planeados para alcanzar un objetivo. Se considera en este caso, que la meta se alcanzó ya que se propuso a la Institución una gaceta acorde a los objetivos institucionales y necesidades informativas de los trabajadores.

Finalmente, es pertinente señalar que una de las consideraciones más importantes es recomendar a quienes se dedican a elaborar productos destinados a la comunicación humana, la realización de investigaciones previas a su elaboración, para que su contenido sea el resultado de una realidad analizada y no de simples adecuaciones donde se pretenda implantar esquemas y modelos de otra realidad social.

## **BIBLIOGRAFÍA**

CANESTRI, F., Instrumentos para el aprendizaje en Ciencias Sociales, Francia, Editorial Mazarine, 1974, 234 p.

CASARES A., Pablo, "Universidad y comunicación organizacional en México", Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, Núm. 3, Universidad Iberoamericana, México, 1992, pp. 71-90.

DEFLEUR, M.L. y BALL-ROKEACH, S., Teorías de la comunicación de masas, México, Edit. Paidós Mexicana, 1991, 339 p.

DE LA GARZA TOLEDO, Enrique, Hacia la reconstrucción de la realidad, México, Edit. Porrúa, pp. 38-57.

DE MORAGAS, Miguel, Sociología de la comunicación de masas, España, Edit. G.G. Mass Media, 1985, 614 p.

GADAMER, Hans Georg, Verdad y método. Fundamentos de la hermenéutica filosófica, Salamanca, Edit. Sigueme, 1988, 304-309 p.

GRAWITZ, Madeleine, Métodos y técnicas de las Ciencias Sociales, Barcelona, Editorial Hispanoeuropea, Vol. I., 1975, 217 p.

HOMS QUIROGA, Ricardo, La comunicación en la empresa, México, Grupo Editorial Iberoamérica, 1990, 147 p.

HUME, David, Teoría del conocimiento, Buenos Aires, Editorial Aguilar, 1975, 190 p.

INSTITUTO Nacional de Estadística, Geografía e Informática, "Programa de Titulación de Tierras Ejidales", Documento de presentación, INEGI, México, 1992, 30 p.

INSTITUTO Nacional de Estadística, Geografía e Informática, Los cien primeros años de la Dirección General de Estadística, INEGI, México, 1994, 249 p.

INSTITUTO Nacional de Estadística, Geografía e Informática, Qué es el INEGI, INEGI, México, 1989, 25 p.

KOTLER, Philip y L. ROBERTO, Eduardo, Mercedotécnica social estrategias para cambiar el comportamiento público, México, Edit. Diana, 1993, 389 p.

LEÑERO, Vicente y MARÍN, Carlos, Manual de periodismo, México, Edit. Grijalbo, 1986, 315 p.

LOCKE, John, Ensayo sobre el entendimiento humano, México, Edit. Fondo de Cultura Económica, 1956, 753 p.

LUENGO, Enrique, Problemas Metodológicos de la Sociología Contemporánea, México, UAM, Taller de Investigación para la Comunicación Masiva, 1982, 366 p.

LEVIN, RICHARD I., Estadística para administradores, México, Edit. Prentice Hall, 1988, 939 p.

MARTÍNEZ DE VELASCO, Alberto, NOSNIK, Abraham, Comunicación organizacional práctica, México, Edit. Trillas, 1993, 111 p.

R.K., Merton, La sociología del conocimiento y las comunicaciones para las masas, México, Edit. Fondo de cultura económica, 1964, 320 p.

## **ANEXOS**

## NIVEL Y PERCEPCIÓN MENSUAL DEL PERSONAL

NIVEL	SUELDO MENSUAL	No: DE PERSONAS
18	N\$ 1001.30	14
21	N\$ 1163.25	35
23	N\$ 1278.60	22
24	N\$ 1295.80	22
25	N\$ 1358.60	6
26	N\$ 1424.40	8
27	N\$ 1493.60	5
27 A	N\$ 1730.00	34
27 B	N\$ 1750.00	23
27 C	N\$ 1775.00	65
27 Z	N\$ 1475.50	13
27 2B	N\$ 1630.00	119
28	N\$ 1722.97	25
29	N\$ 2310.27	4
<b>TOTAL</b>	<b>N.A.</b>	<b>395</b>

NIVEL	RANGO	SUELDO MENSUAL	No. DE PERSONAS
01	2.5	N\$ 1001.30	8
	3.5	N\$ 1109.55	1
	4.0	N\$ 1163.25	24
	5.0	N\$ 1278.60	13
	6.0	N\$ 1358.60	1
02	1.0	N\$ 1163.25	4
	2.0	N\$ 1278.60	21
	3.0	N\$ 1358.60	8
	4.0	N\$ 1493.60	28
	5.0	N\$ 1628.35	1
03	2.0	N\$ 1235.80	1
	2.5	N\$ 1295.80	4
04	3.0	N\$ 1358.60	3
	1.0	N\$ 1493.60	10
05	1.5	N\$ 1475.50	12
	2.0	N\$ 1493.60	3
	3.0	N\$ 1583.10	35
	4.5	N\$ 1630.00	22
	0.5	N\$ 1424.40	2
06	1.0	N\$ 1456.45	2
	2.0	N\$ 1475.50	5
	5.0	N\$ 1730.00	7
07	6.0	N\$ 1750.00	15
	0.5	N\$ 1475.50	1
08	5.0	N\$ 1775.00	23
09	1.5	N\$ 1814.13	1
	3.0	N\$ 1921.00	16
10	0.5	N\$ 2165.09	1
	3.0	N\$ 2310.27	5
	5.0	N\$ 2991.44	1
33 A	3.0	N\$ 5266.10	1
TOTAL		N.A.	283

FUENTE: Subdirección Administrativa Regional, Dirección Regional Oriente, INEGI, México, 1995.

## ESTRATIFICACIÓN

ESTRATO	FRECUENCIA	MÍNIMO	MÁXIMO	MEDIA
1	49	N\$ 1001.30	N\$ 1163.20	N\$ 1117.00
2	58	N\$ 1278.60	N\$ 1424.4	N\$ 1313.50
3	137	N\$ 1475.50	N\$ 1630.00	N\$ 1610.40
4	122	N\$ 1730.00	N\$ 1775.00	N\$ 1757.70
5	29	N\$ 1921.00	N\$ 2310.20	N\$ 1974.90

ESTRATO	FRECUENCIA	MÍNIMO	MÁXIMO	MEDIA
1	88	N\$ 1001.30	N\$ 1358.60	N\$ 224.80
2	125	N\$ 1424.40	N\$ 1630.00	N\$ 542.30
3	62	N\$ 1730.00	N\$ 1921.00	N\$ 802.20
4	7	N\$ 2165.00	N\$ 2991.40	N\$ 386.80
5	1	N\$ 5266.10	N\$ 5266.10	N\$ 266.10

**FUENTE:** Subdirección Administrativa Regional, Dirección Regional Oriente, INEGI, México, 1995.

## INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

**ENCUESTA POR SONDEO DE OPINIÓN PARA REFLEXIONAR EL GRADO DE IDENTIFICACIÓN DE LOS EMPLEADOS DE LA DRO, CON LOS OBJETIVOS INSTITUCIONALES.**

NOMBRE :  
 EDAD :  
 SEXO :  
 ESCOLARIDAD :  
 AREA EN QUE LABORA :  
 PUESTO :

- 1 ) ¿ Qué tiempo tiene de laborar en el INEGI ?
  - a) Menos de un año
  - b) Menos de tres años
  - c) Entre tres y cinco años
  - d) Mas de 5 años
  
- 2 ) ¿ Conoce el objetivo principal del INEGI ?
  - a) No
  - b) Si, especifique : \_\_\_\_\_
  
- 3 ) ¿ En 1995, ¿ cuál fue el programa prioritario para el INEGI ?
  - a) Censo económico
  - b) PROCEDE
  - c) Censo de Población y Vivienda
  - d) No sabe
  
- 4 ) La información estadística que produce el INEGI ¿ para qué sirve ?
  - a) Integrar informes
  - b) Apoyar y orientar programas de los sectores de la sociedad
  - c) Ayudar a los estudiantes a hacer su tarea
  - d) No sabe



- 5 ) ¿ Qué estados integran a la Dirección Regional Oriente ?
- a) Veracruz, Puebla, Hidalgo y Guerrero                      b) Oaxaca, Tlaxcala y Puebla  
c) Durango, Hidalgo y Veracruz                                      d) Puebla, Tlaxcala , Hidalgo y Veracruz
- 6 ) ¿ Cuántas subdirecciones integran a la D.R.O. ?
- a) 8    b) 9    c) 11    d) No sabe
- 7 ) ¿ Qué subdirección se encarga del levantamiento de encuestas ?
- a) Geografía    b) Informática    c) Estadística    d) No sabe
- 8 ) ¿ Sabe, en qué publicación se editan los resultados de la actividad del área en que usted labora ?
- a) No    b) Sí, especifique \_\_\_\_\_
- 9 ) Con respecto al INEGI, ¿ en qué áreas le gustaría ampliar su conocimiento ?
- a) Encuestas    b) Cartografía    c) Publicaciones  
d) Otro, especifique \_\_\_\_\_
- 10 ) ¿ Ha leído alguna revista de comunicación interna publicada en las oficinas centrales del INEGI ?
- a) No    b) Sí, especifique \_\_\_\_\_
- 11 ) Cuando tiene tiempo libre, ¿ en qué lo emplea ?
- a) Deporte    b) Familia    c) Televisión  
d) Otro, especifique \_\_\_\_\_
- 12 ) ¿ Le gusta leer ?
- a) Si    b) No
- 13 ) Al día ¿ qué tiempo le dedica a la lectura ?
- a) Media hora    b) Menos de una hora    c) Más de una hora  
d) Otro, especifique \_\_\_\_\_



**Anexo No. 4**  
**PROPUESTA DE GACETA**

# IMAGEN DE ORIENTE

GACETA DE COMUNICACIÓN INTERNA

ANCI



• BITACORA DE UN BRIGADISTA

• POR FIN ESTRENAMOS INMUEBLE

• SUMAR ES IGUAL A MULTIPLICAR

**INEGI**

## DIRECTORIO

Biol. Rafael Allende Lastra  
Director Regional

MVZ. Jorge Valdovinos Espinosa  
Director Regional Adjunto

## ÍNDICE

Editorial -----

INEGI a la vanguardia  
tecnológica con productos  
versátiles y confiables. -----

El INEGI desde la puerta. -----

Por fin ... estrenamos Inmueble -----

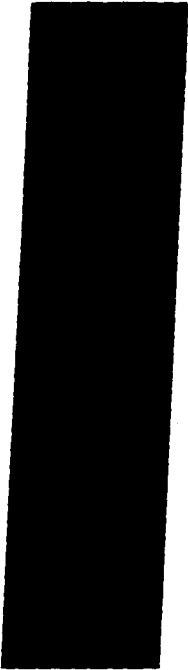
Cursos ¿ a cuál te inscribirás ? -----

Bitácora de un brigadista -----

Entretenimientos -----

## REDACCIÓN

Publicación mensual de circulación interna, realizada por la  
Dirección Regional Oriente del INEGI.  
Calle Italia No. 75, Col. Las Hadas  
Puebla, Pue. Tel. 495583



Como respuesta a la imperiosa necesidad de expresión y manifestación de las ideas y el conocimiento, nace "IMAGEN DE ORIENTE", publicación de edición mensual que abrigará en sus páginas informaciones que resulten de interés para todos los que laboramos en la Dirección Regional Oriente del INEGI.

El objetivo primordial de la gaceta es fomentar la difusión de las actividades, proyectos, avances y logros que de manera particular alcancen las subdirecciones y en general nuestra Regional en el ámbito nacional.

La Gaceta intentará convertirse en un canal de comunicación entre las diversas áreas que integran nuestra regional, para que de manera coordinada se trabaje en favor de los objetivos que como Institución debemos alcanzar y que están en función de la eficiencia y disponibilidad que cada uno de nosotros tengamos para lograrlo.

Esperamos que nuestra Gaceta se convierta en un foro abierto a la información, donde ustedes con sus contribuciones, sugerencias y comentarios; nos permitan mejorar día a día la calidad de su contenido.



## BITÁCORA DE UN BRIGADISTA

Son las 6:30 A.M. de un día de verano. ¿El lugar?, el pequeño kiosko en el centro de la plaza del ejido San Pedro Ecatepec en el municipio de Atlangatepec, estado de Tlaxcala, y a pesar de haber pasado la noche sin más comodidades que las que puede brindar una bolsa de dormir, inicia entusiasta otra jornada de trabajo César Amaya, brigadista de medición de la Subdirección Regional de Cartografía Catastral de esta Regional Oriente.

César y el resto de la brigada conformada por Francisco Javier, Ernesto, Antonio y Salomón, después de ponerse unos cómodos pantalones de mezclilla, camisolas holgadas y botas, planean las actividades para el marcaje del área parcelada, actividad que tendrá como finalidad elaborar la cartografía del ejido y posteriormente, la entrega de sus certificados parcelarios.

" Desde este momento inicia nuestro trabajo y responsabilidad, ya que de la cuidadosa planeación y revisión dependerán nuestras labores del día ".

Todo está listo; al parecer nada se olvida, pero un hueco en el

estómago les indica que hace falta cargar el combustible necesario para aguantar la intensa jornada de trabajo.

" Generalmente nos dirigíamos al mismo sitio para desayunar y cenar. Era la casa de Don Facundo González, ejidatario, donde su esposa Doña Alicia, nos atendía como si fuéramos de su familia ".

En esta ocasión, como en otras tantas, el desayuno es abundante: atole de fresa, pan recién horneado, tortillas a mano y carne enchilada, acompañada por unos deliciosos frijoles refritos.



César Amaya en campo.

" Este era uno de los ratos más agradables, que aprovechábamos para charlar y bromear. Doña Alicia nos platicaba de las tradiciones y costumbres de lejido, siendo una de ellas la celebración del aniversario de la creación del mismo, cada 19 de agosto, con grupos musicales, bailes, barbacoa y mixiotes de borrego".

8:00 A.M., hora de iniciar el trabajo. Los ejidatarios, integrantes de la Comisión Auxiliar, listos para acompañar a la brigada y realizar el marcaje del área parcelada. César y Salomón se dirigen hacia las laderas del cerro, mientras que el resto de los muchachos realizan el levantamiento en la zona de asentamientos humanos de lejido.

La mañana es fresca; un olor a tierra invade el ambiente. Los sabinos, repletos de heno en sus troncos y ramas, parecen observar cada uno de sus movimientos.

" Ingresé al INEGI porque sabía que iniciaría un nuevo reto, pues en los años que llevo ejerciendo mi carrera como ingeniero agrícola, únicamente me había dedicado a brindar asesoría técnica a campesinos, actividad que me agradó mucho, pero

realizar mediciones en campo es algo nuevo y apasionante, además el saber que mi trabajo ayudará a elaborar cartografía exacta y para un fin tan noble, como es, proporcionar seguridad a la gente del campo, me comprometo a realizarlo con mayor entusiasmo".

Se definen las tareas: enumerar y colocar las estacas en las parcelas del cerro. Mientras, el sol es abrasador y la sed agobiante; lo único refrescante es un trago de agua tibia de la cantimplora que cuelga de la cintura de César.

Después de una larga jornada, el objetivo se ha cumplido; enumerar y colocar 120 estacas. Ahora, sólo queda caminar al punto donde llegará la camioneta para trasladarse nuevamente a la casa de don Facundo y disfrutar de una abundante cena.



## EL INEGI DESDE LA PUERTA

Muy de mañana hay que emprender el viaje de Metepec a Atlixco, porque difícilmente se encuentra un transporte directo a Puebla. Escala en la Central de Autobuses de Puebla, aunque a veces es mejor quedarse en el Boulevard Atlixco, por aquello de que es más cerca.

Y de ahí, el último viaje rumbo a la Regional. Son las ocho de la mañana, don Jorge llega finalmente a tomar su puesto como vigilante en la sede de la Dirección Regional Oriente del INEGI.

El turno es de 24 horas completas por 42 de descanso. Sí, es cansado, porque se necesita estar atento a todo movimiento del personal durante todo el día, pero a don José Marcos Jorge Castillo Soto se le encuentra siempre con una sonrisa a flor de labios y una palabra amable para todo el que se acerca a solicitar información.

En casi 15 años de laborar en el INEGI - Puebla, don Jorge ha sido testigo de los cambios que se han generado, no sólo en la esquina de la 11 poniente y la 19 sur sino de su crecimiento y expansión hacia otros puntos de la ciudad.

Don Jorge, ¿ cuántos años lleva laborando en el INEGI ?

Aquí entre el 6 de julio de 1980, cuando el INEGI no existía y esto era el Centro Regional de Codificación y Captura delestado de Puebla, dependiente de la Secretaría de Programación y Presupuesto.

Entré como chofer en el tercer turno, después pasé al primero; posteriormente llegué al puesto de vigilancia, eso ocurrió al terminar los trabajos del censo General de población y Vivienda, por 1985.

Siempre dispuesto a charlar, don Jorge recuerda a quienes han tenido a su cargo la titularidad de la institución en su sede pobiana.

Como Coordinador del Centro Regional de Captura, Jorge Fernández Zenteno. Posteriormente llegaron la licenciada Lucila Cuellar, el ingeniero Pablo Reyes Dávalos, el licenciado Agustín Millán Gómez y desde finales de 1995 a la fecha, el biólogo Rafael Allende Lastra.

En este lapso de casi 15 años, ¿ para usted, cuáles han sido los cambios más substanciales en el INEGI ?

Bueno, ha tenido varios cambios



... digamos estructurales. En primera, en el interior del edificio ya que lo que hace poco era difusión, era el almacén donde se guardaban los cuestionarios del Censo de población.

Poco tiempo después hubo una remodelación y ahí se instaló la Dirección General de Integración y Análisis de la Información, que hoy conocemos como Difusión, pero ahora esa área la ocupa parte de la Subdirección Administrativa, ahora existe un nuevo edificio para Difusión, y en éste hubo más modificaciones.

Otro cambio que recuerdo es departamental; aparecen unos, otros desaparecen, como el de Servicios Generales en la Subdirección Administrativa, ya que hace cuatro años sólo era el de Recursos Materiales. O el CENCA por ejemplo, que se abrió cuando empezó el PROCEDA.

¿ Usted recuerda cuándo empezó a dotarse de su tecnología el Instituto en la Regional ?

Me parece que fue en 1987 cuando llegaron algunos equipos, pero cuando empezó a llegar mucho equipo moderno bastante, también en las áreas de informática fue en 1989.

En cuanto al personal ¿ los cambios también han sido substanciales ?

Mientras termina de delinear algunos trazos de lo que será un paisaje boscoso hecho a lápiz, busca entre sus recuerdos los detalles de la información acerca del personal.

Para uno que está siempre en la puerta, es fácil identificar cuando la gente es de aquí o cuando es extraña. No me acuerdo de los nombres de todos, pero sí los identifico. Aunque ahora hay mucha más gente que antes, y ya están en otros edificios, todavía se puede identificar a los que son del INEGI y a quienes no lo son.

Don Jorge, ¿ usted considera su trabajo como un oficio ?

Pues sí, para mí es un oficio, y me siento contento de servir a mis semejantes, máxime en este puesto en que estamos al servicio de los usuarios para informarles y orientarles.

Este es don Jorge, un trabajador del INEGI que ha dedicado buena parte de su vida a trabajar cuidando los intereses del Instituto con entusiasmo y entrega, y que ve con amplias expectativas el futuro de la institución.

**INEGI EN LA VANGUARDIA TECNOLÓGICA CON PRODUCTOS VERSÁTILES Y CONFIABLES.**




Gracias a la nueva tecnología, los usuarios de la información estadística y geográfica que produce nuestra institución tiene la posibilidad de relacionar en su computadora personal las variables que deseen, configurando su propio banco de datos y concentrándose en el estudio del tema que le interese.

En México son muy pocas las instituciones que ofrecen información al público en disco compacto. El CD-ROM (Compact Disc-Read Only Memory) o disco compacto óptico fue desarrollado desde mediados de la década de los setenta. Sin embargo, su aprovechamiento comercial es mucho más reciente .

El CD-ROM tiene las mismas características físicas del disco compacto musical, que en muy poco tiempo ha barrido del mercado a los tradicionales discos de formato grande: diámetro de 12 cm. grosor de 1.2 mm. y un peso de escasos 20 gramos.

Se trata de un producto muy durable, debido sobre todo a la forma en la que se almacena la información, e inmune además a la posibilidad de que se grave en él algún virus. En efecto, los pequeños surcos creados por el rayo láser no se ven afectados por el polvo, el desgaste superficial y el uso normal del producto; sería necesario un daño físico mayor para que la información almacenada en el disco se viera afectada. Se calcula que la



vida promedio de un CD-ROM es de 60 años.

Otra gran ventaja del CD-ROM, es su alta capacidad de almacenamiento, para dar una idea, podemos decir que guarda aproximadamente 300 mil páginas impresas lo que equivale a 600 libros de 500 páginas cada uno. Su versatilidad, permite la conservación de imágenes estáticas y animadas, música, voces y toda clase de sonidos.

En Estados Unidos, una enciclopedia, aprovechando todas las bondades del CD-ROM aparte de los artículos e ilustraciones tradicionales, ofrece cantos de pájaros, dibujos animados que ilustran el funcionamiento del cuerpo humano, un gran menú cartográfico y un fragmento de video en el que puede verse y oírse a Martín Luther King.

Contra lo que pudiera pensarse, la instalación del equipo necesario para acceder a una base de datos en CD-ROM, es sumamente sencillo; el manejo de discos no necesita por parte del usuario ningún adiestramiento especial, ni mucho menos la contratación de servicios de soporte.

Se piensa que una desventaja de esta tecnología es su carácter elitista, pues en un país como el nuestro son relativamente pocas las personas que cuentan con un equipo de cómputo y sobre todo al lector de los discos compactos. Ello es cierto en un sentido muy limitado, porque habría

que recordar que el uso de las computadoras tiende a masificarse, que hay un programa nacional para dotar de estos equipos a todas las escuelas secundarias del país y que, en definitiva, se trata de herramientas que los tiempos actuales reclaman como indispensables. Han dejado de ser un lujo o un recurso prescindible para convertirse en una parte esencial del equipo de trabajo de cualquier empresa, organismo gubernamental o institución educativa. El INEGI, además, no sólo ha mantenido, sino que ha incrementado en forma sustancial su producción de libros e impresos que aseguran el acceso por medios tradicionales a la información.

Es evidente que la tecnología CD-ROM ha irrumpido en México como una de las más atractivas alternativas en materia de almacenamiento y recuperación de grandes volúmenes de información. Se trata de una de las novedades más importantes que han aparecido en el mundo de la informática y es seguro que su impacto en el medio empresarial e institucional del país será muy fuerte.



# NOTA

Operaciones de Campo, se trasladarán al nuevo edificio, conocido como el "OCTAGONAL".

La Coordinación Estatal, las subdirecciones de Apoyo Técnico, Tratamiento de la Información y Cartografía

Automatizada, así como el área sindical se cambiarán a la 11 Poniente.

La Dirección Adjunta, las subdirecciones de Apoyo Técnico, Tratamiento de la Información y Cartografía Censal en Rancho Colorado.

Finalmente, la única subdirección que no sufrirá modificaciones será Difusión; ya que ahí se alberga el Centro de Información del INEGI.

¡ POR FIN ! ...  
ESTRENAMOS INMUEBLE

El 18 de marzo de 1996, la sede de la Dirección Regional Oriente cambiará su domicilio a la Calle Italia S/N, en el estacionamiento del Centro Comercial "Plaza San Pedro" de la ciudad de Puebla.

Actualmente, la Regional cuenta con cuatro inmuebles: La paz, Rancho colorado, Centro de Información y la 11 Poniente.

El cambio se realizará para satisfacer las necesidades de espacio y crear un ambiente óptimo para la realización de las actividades laborales ya que por lo infuncional del edificio situado en la colonia La paz, se decidió reubicar todas las áreas de la Dirección Regional, de la siguiente manera:

La oficina del Director Regional, las subdirecciones Administrativa, Cartografía Catastral y



# Noti

## PROGRAMACIÓN DE CURSOS. ¿ A CUAL TE INSCRIBIRAS ?

Dentro del Programa de Capacitación, Formación e Investigación (PICFI), se realizarán durante el bimestre marzo-abril de 1996, los siguientes cursos de capacitación: Introducción a la Cartografía Temática, Serigrafía, Taquigrafía Pitman II, Integración a Equipos de Trabajo, Excel 5.0 y Fox Pro 2.6.

Introducción a la Cartografía Temática, tendrá una duración de 30 horas, del 4 al 8 de marzo con horario de 16:00 a 21:00 horas e impartido por el Biol. Nestor Matamoros.

Serigrafía, se realizará del 11 al 22 de mayo, de las 17:00 a las 20:00 horas, con 21 horas de duración; instructor Lic. Arturo Orea Anaya.

El curso, Taquigrafía Pitman II, será dirigido por personal del ISSSTE, del 8 al 19 de abril de 8:00 a 10:00 horas.

María del Rocío Carrillo, conducirá, con duración

de 20 horas Integración a Equipos de Trabajo, del 15 al 19 de abril con horario de 8:00 a 10:00 horas.

Durante los sábados comprendidos entre el 30 de marzo y el 27 de abril, se realizará el curso excel 5.0. El instructor Francisca Colorado Méndez en horario de 9:00 a 12:00 horas.

Fox Pro, lo impartirá Miguel Ángel Tenorio, los sábados en horario de 12:00 a 15:00 horas del 30 de marzo y hasta el 27 de abril.

Para inscribirse, los interesados deberán acudir al departamento de personal y requisitar la ficha de inscripción correspondiente, en horas hábiles y con previa autorización de su jefe inmediato para garantizar que le será permitido asistir en horas de trabajo.



## ENTRENAMIENTO

### 4 PREGUNTAS CAPCIOSAS

Trata de contestar a las 4 preguntas en menos de un minuto.

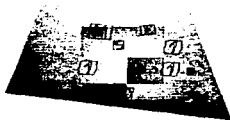
1. En una caja de fósforos sólo queda uno.

En una noche muy fría usted entra a una habitación donde hay una vela, un quinqué y una estufa, todo apagado. A fin de calentarlo más rápidamente posible, ¿qué le conviene encender primero?

2. En una caja hay cinco bolitas rojas y cinco bolitas verdes. Metiendo la mano sin mirar, ¿cuántas bolitas tendrá que sacar para estar seguro de tener dos bolas del mismo color?

3. ¿Cuál era el monte más alto del mundo, antes de descubrirse el Everest?

4. Usted maneja un avión de Miami a los Ángeles. El tiempo total de recorrido es de 8 horas y la velocidad promedio del vuelo es de 300 millas por hora. El avión es un Jet con 2000 H.P. de fuerza y lleva a bordo 63 pasajeros. ¿Cómo se llama el piloto?



Esto es un verdadero desafío para la lógica, el razonamiento y el ingenio de cualquiera.

Y tú ¿Quieres ponerte a prueba?

...

**SUMAR ES IGUAL A MULTIPLICAR**

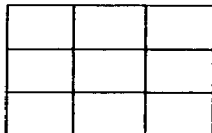
Parece un absurdo, y realmente lo es en términos generales, pero hay una excepción, una sola, en que las dos operaciones dan el mismo resultado, o sea que en caso particular sumar es igual que multiplicar.

¿Puedes encontrar en cosa de un minuto tres números cuya suma sea igual a su producto?, es decir tres números que reúnan la siguiente condición:

$$\dots + \dots + \dots = \dots \times \dots \times \dots$$

Ninguno de los tres números puede ser cero.

¿ Puedes colocar en esas nueve casillas los números del 1 al 9, una vez cada uno de modo que cada fila, cada columna y cada diagonal sumen 15 ?.



### LOS INSECTOS AMOROSOS

Cuatro hormigas - A,B,C, y D - ocupan las esquinas de un cuadrado de diez centímetros por lado. A y C, son machos, B y D son hembras. Simultáneamente, A camina directamente hacia B, B hacia C, y C hacia D, y D hacia A. Si las cuatro hormigas caminan al mismo ritmo, describirán cuatro espirales logarítmicas congruentes que se encontrarán en el centro del cuadrado.

¿ Cuánto viaja cada hormiga antes de que se encuentren ?

Tienes 5 minutos para completar las siguientes 9 palabras de manera que expresen países o estados de cualquier lugar del mundo.

AU \_ \_ \_ IA  
 \_ O \_ IA  
 \_ E \_ I \_ O  
 I \_ \_ A \_ A  
 \_ O \_ U \_ A \_  
 \_ A \_ O \_  
 \_ I \_ \_ A \_ IA  
 \_ O \_ A \_  
 \_ A \_ I \_ A \_

NOTA: Se puede resolver el problema sin hacer cálculos.

