

81



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

**ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
CAMPUS ARAGÓN**

**HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE  
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**T E S I S**

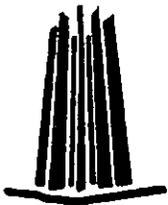
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN  
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO  
PRESENTA:  
**SILVIA PINEDA PALMA**

293855

ASESOR:  
LIC. MARIO EFRAÍN LÓPEZ SÁNCHEZ

MÉXICO,

2001.





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.





## **A LA MEMORIA DE MI PADRE**

*Dedico este trabajo a mi padre, a quien agradezco sus cuidados y amor, manteniendo vivo su recuerdo y ejemplo de superación personal y grandeza de espíritu.*

## ÍNDICE

	PÁG.
INTRODUCCIÓN.....	I
I. LA COMUNICACIÓN SOCIAL.....	1
1.1. LAS DIRECCIONES DE COMUNICACIÓN SOCIAL.....	11
1.2. LA LEGISLACIÓN EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL.....	21
1.3. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LOS PLANES DE DESARROLLO.....	36
II. EL ESTADO DE MÉXICO Y LA COMUNICACIÓN SOCIAL.....	51
2.1. HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL ESTADO DE MÉXICO.....	57
2.2. LA LEGISLACIÓN EN MATERIA DE COMUNICACIÓN.....	72
2.2. LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.....	75
III. EL PAPEL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL.....	82
3.1. LINEAMIENTOS GENERALES, CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS....	89
3.2. PROCESO DE COMUNICACIÓN INTERNA.....	98
3.3. PROCESO DE COMUNICACIÓN EXTERNA.....	110
IV. EL MUNICIPIO Y LA COMUNICACIÓN SOCIAL.....	112
4.1. EL CASO DE NEXTLALPAN DE FELIPE SÁNCHEZ SOLÍS.....	116
4.2. LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL.....	118
V. MANUAL DE ORGANIZACIÓN. COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL. MPIO. DE NEXTLALPAN DE F.S.S. ESTADO DE MÉXICO.....	126
CONCLUSIONES	
ANEXOS	
GLOSARIO	
FUENTES	

# INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el papel de la comunicación social en México ha cobrado un mayor auge dentro de la política gubernamental, en virtud de su importancia para conformar una opinión pública favorable a las acciones y marcha del gobierno y las políticas en esta materia del gobierno federal se han planteado en forma general.

Sin embargo, no existe una política definida en las instituciones gubernamentales y sobre todo en el ámbito municipal, en el cual apreciamos la falta de programas de trabajo, objetivos y metas a alcanzar por un área de comunicación social y también el reconocimiento de su papel estratégico dentro del organigrama de la administración municipal y contribución a lograr las metas de los gobiernos municipales.

La comunicación social, sin duda, tiene una función importante en la planeación de todo gobierno, al mantener al pueblo informado sobre sus acciones, permite abrir canales de expresión para un mejor desarrollo de las acciones gubernamentales en todo aspecto, además de fortalecer los objetivos del gobierno en cuanto a los principios esenciales del régimen federal, estatal y municipal, como son los de unidad, soberanía, identidad e independencia.

Pero no sólo participar en el desarrollo, sino mantener un buen ritmo en las acciones internas de todo municipio, fomentando una imagen positiva tanto dentro como fuera de la administración municipal.

El campo de la comunicación es muy amplio, pero no se han estudiado todas las ventajas que puede traer una estrategia de comunicación social en el ámbito municipal, en especial el rural, al contar con metas bien definidas, así como objetivos delineados, acordes con las necesidades en esta materia y tomando en cuenta las condiciones políticas, económicas y sociales.

Pero, sobre todo, enmarcada en un proceso de planeación y acorde a las políticas gubernamentales y los principios esbozados en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como en las leyes y reglamentos emanados de ella, en el ámbito federal, estatal y municipal.

Cómo una coordinación de comunicación social puede ser el enlace entre gobierno y sociedad para una mejor marcha de la administración municipal, haciendo partícipe a los gobernados del desarrollo del lugar donde habitan.

Ante ello, resulta interesante estudiar cómo se puede dar la difusión, basándose en el uso de diversos medios y formas de comunicación a implementarse en un municipio de tipo rural donde no existe una estrategia de comunicación tanto interna como externa.

El municipio representa la célula del Estado mexicano, de ahí el interés por estudiar el proceso de comunicación desde este ámbito y sobre todo por la poca o nula importancia de los gobernantes a la existencia de un área en la materia en cuestión.

Otro aspecto es la falta de material documental sobre cómo organizar un área de comunicación social, partiendo de su inserción como parte fundamental en una administración gubernamental y servir de enlace entre gobierno y ciudadanos.

Se puede planear una estrategia de comunicación de acuerdo a las necesidades en esta materia, sin desvincularse del ámbito estatal y federal, así como las condiciones políticas, económicas y sociales en las cuales se desenvuelve la vida de un municipio.

Además de impulsar la política de fortalecimiento municipal con acciones definidas para el desarrollo del municipio y con ello mejores condiciones de vida para la población.

De esta forma, el estudio se enfoca al ámbito municipal, en específico, al municipio de Nextlalpan de F. S. S.\*, en el Estado de México, donde la administración 1997-2000 incluyó en el Plan de Desarrollo Municipal una unidad administrativa a cargo de "la difusión de las acciones de gobierno y la administración municipal, la organización de foros de opinión pública, la expedición de convocatorias para solicitar la participación comanditaria y la organización de actos cívicos."<sup>1</sup>

Sin embargo, por razones de carácter presupuestal y simplificación administrativa el 17 de mayo de 1999 desapareció, a poco más de un año de su

\* Las siglas F.S.S. corresponden al nombre de Felipe Sánchez Solís, hombre ilustre del municipio de Nextlalpan, quien nació en el barrio Molonco. Se distinguió por su labor política, académica, diplomática y de impulso al desarrollo de su tierra natal y el 31 de octubre de 1986 es publicado el Decreto No. 128, con la aprobación de la XLIX Legislatura del Estado, para denominar oficialmente al municipio con su nombre. Asimismo, a nivel estatal, al reformarse la Ley del Mérito Civil en 1994, por la LII Legislatura Local, se establece la Presea a la Juventud que lleva su nombre, otorgada a menores de 25 años distinguidos en el trabajo y el estudio, representando un ejemplo de superación personal.

<sup>1</sup> H. AYUNTAMIENTO DE NEXTLALPAN DE F.S.S. Plan de Desarrollo Municipal 1997-2000 Pág. 90.

creación, pese a las necesidades de comunicación latentes en este municipio rural, por lo cual es factible el establecimiento de una política en esta materia, acorde a las características y necesidades de esta región.

La meta principal planteada para el presente trabajo fue analizar las políticas de comunicación social implementadas por el gobierno federal en México, sus estrategias y políticas, así como objetivos dentro del sistema democrático del país.

De esta forma, se tuvo una visión general sobre el panorama de las políticas en esta materia, para proseguir al estudio del ámbito estatal, en especial al Estado de México, para pasar al municipal, en el caso de Nextlalpan de F.S.S.

En tanto, algunos planteamientos desarrollados en la presente investigación son:

Describir el proceso de comunicación del gobierno con los diferentes sectores sociales y los mecanismos adoptados para ello en los tres niveles de gobierno: federal, estatal y municipal.

Demostrar la necesidad de contar con una dirección de comunicación en un municipio de tipo rural, para apoyar el proceso de comunicación interna y externa.

Proponer líneas de acción y trabajo en materia de comunicación social, así como metas a alcanzar y cómo realizarlas para concretar la difusión del acontecer municipal, tanto en el interior como exterior, dentro del marco de planeación de la administración municipal.

Plantear la posibilidad de impulsar la cultura, así como los principios de soberanía, identidad e independencia, a través de publicaciones de fácil acceso para la comunidad de un municipio rural en el Estado de México.

De tal forma se elabora un Manual de Organización para una Coordinación de Comunicación Social en el municipio de Nextlalpan de F.S.S., en el Estado de México, acorde a su marco jurídico, político, económico y social, para que el proceso de comunicación interno y externo se fortalezca, contribuyendo a un mejor desarrollo y marcha de la administración

municipal, y permitirá conocer las necesidades de la población y la problemática a la cual se enfrentan para darle una solución.

La investigación parte de la información general sin comunicación social y concreta en una propuesta en lo referente a políticas de comunicación social, es un estudio descriptivo de este proceso, analizando su interrelación con el proceso de la administración.

Por tanto, el método es deductivo, al estudiar los lineamientos establecidos desde el poder federal, estatal y municipal en esta materia, su estructura y evolución, para realizar un diagnóstico y decidir sobre los puntos a establecer en la propuesta, por ello el estudio es analógico, al estudiar cada parte por separado y examina sus relaciones.

El nivel de investigación es de tipo explicativo, al analizar el proceso en relación con el municipio, la administración y políticas gubernamentales.

Además es una investigación retrospectiva para conocer los antecedentes de las políticas de comunicación social, conocidas bajo diferentes denominaciones a lo largo de la historia del México independiente, como coordinaciones, unidades, hasta su designación actual como direcciones, pero en el fondo han tenido el mismo fin: establecer la comunicación y difusión del gobierno con el pueblo, esto con el objeto de comprender cómo ha sido su desarrollo y así plantear la propuesta acorde a la realidad actual, por ello también es prospectiva, y finaliza la investigación con la elaboración de un Manual de Organización de la Coordinación de Comunicación Social del municipio de Nextlalpan de F.S.S., Estado de México, factible de aplicarse.

Se recurrió a la investigación documental, con fuentes bibliográficas, hemerográficas e históricas, con el objeto de conocer lo escrito sobre políticas de comunicación social, comunicación organizacional, relaciones públicas y administración y planeación municipal, a fin de concretar una propuesta de trabajo en este aspecto en un municipio del Estado de México.

Asimismo, dentro de la investigación de campo, las técnicas de la observación participante y no participante, al habitar en esa región y ser actores del desarrollo y ex miembro de lo que fue la Dirección de Comunicación Social del municipio de Nextlalpan de F.S.S.

Además, la técnica de entrevista estructurada, para ello se diseñó un formato de encuesta con preguntas abiertas a la población de diferentes sectores y localidades del territorio nextlalpense, con la finalidad de conocer las necesidades informativas y de comunicación y así poder establecer los mecanismos a implementar en este rubro, sin olvidar el contexto estatal y federal.

# I. LA COMUNICACIÓN SOCIAL



- *El periodista debe sostener como hombre, lo que como periodista escriba: Francisco Zarco.*

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

A nivel internacional, la implementación de políticas de comunicación social fue planteada en la XVI Reunión de la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia y el Desarrollo (UNESCO), desde 1970, al subrayar el hecho de enmarcarlas en un proceso de planificación y hacerlas explícitas; dos años más tarde la UNESCO celebró una reunión en París, para después centrar la atención en un enfoque regional: América Latina, y así en 1974 se llevó a cabo en Bogotá, Colombia, la XVIII Conferencia General de la UNESCO, y destacó la "sumisión a la influencia dominante de intereses económicos y políticos extraregionales, generalmente pertenecientes al Estado. Se consideró que las políticas nacionales de comunicación constituirían un instrumento de gran importancia para vencer esa situación injusta."<sup>1</sup>

Al año siguiente, en Quito, Ecuador, se presentó un documento elaborado por Jhon Mc Nelly de la Universidad de Winsconsin, señalando la prioridad de un mayor intercambio de noticias, a fin de informar a la población y lograr su participación en la toma de decisiones de todo hecho.

En 1976 durante la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Nacionales de Comunicación en América Latina, celebrada en San José, Costa Rica, fue establecida la responsabilidad de los estados para determinar políticas nacionales de comunicación social, tomando en cuenta el contexto de su realidad en materia de libertad de expresión y respeto a los derechos individuales y sociales, además de establecer la necesidad de formular políticas globales y coherentes en esta materia, vinculando a "la comunicación social a programas nacionales y regionales específicos de desarrollo, a través de un sistemático y concentrado trabajo de planificación."<sup>2</sup>

La conclusión fue: "las políticas de comunicación deben contribuir al conocimiento, comprensión, amistad, cooperación e integración de los pueblos, en un proceso de identificación de anhelos y necesidades comunes, respetando a las soberanías nacionales, el principio jurídico internacional y de no intervención entre los Estados y la pluralidad cultural y política de las sociedades y los hombres, en la perspectiva de la solidaridad y paz universales."<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Ramiro Beltrán, Luis y Fox de Cardona, Elizabeth. Comunicación dominada. Estados Unidos en los medios de América Latina. Pág. 143.

<sup>2</sup> Maletzke, Gerald. Sociología de la comunicación, Pág. 8.

<sup>3</sup> Ramiro Beltrán, Luis. Op. Cit. Pág. 145.

### HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Otros aspectos eran el fomento de políticas, planes y legislaciones enfocadas a lograr relaciones de comunicación más equilibradas en el ámbito nacional e internacional, articuladas con eficaces y eficientes mecanismos de generación de información y mensajes de circulación masiva, así como promover sistemas de apoyo y refuerzo a los procesos de desarrollo e integración regional.

Posteriormente, en 1978, durante la Conferencia Intergubernamental sobre políticas culturales en América Latina y el Caribe y en la Declaración de Bogotá, se resaltó el hecho de fortalecer y emplear sistemas propios de comunicación, tanto a nivel nacional como regional, para crear un orden informativo más justo, garantizar el pleno ejercicio de la soberanía, la salvaguarda de los intereses e identidad nacional y la independencia tecnológica de esta región del mundo.

Básicamente la propuesta de plantear políticas de comunicación social fue en el marco de la instauración de un nuevo orden informativo internacional, a fin de evitar la dependencia cultural de los Estados Unidos y la necesidad de crear una red de comunicación entre los países del área para alcanzar un desarrollo democrático.

Tras el señalamiento de la puesta en marcha de políticas de comunicación social, el estudio fue enfocado en cómo desarrollarlas, sus atribuciones, marco legal y el perfil de los encargados de ejecutarla. Además de ser "indispensable un sólido marco institucional para poder utilizar eficazmente instrumentos, como los que constituyen las políticas de comunicación y planificación de la información y la comunicación."<sup>4</sup>

En el Informe Mc Bride -hecho público en 1980-, se resaltó: "la formulación de una política de comunicación social debe: a) facilitar la movilización de los recursos nacionales; b) reforzar la coordinación de las infraestructuras existentes o previstas; c) permitir la adopción de decisiones racionales en lo que se refiere a los medios; d) facilitar la satisfacción de las necesidades de los menos privilegiados y la eliminación de los desequilibrios más evidentes; e) hacer hincapié en la educación universal y permanente; f) contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural y de la interdependencia

<sup>4</sup> UNESCO-FCE. Un solo mundo, voces múltiples. Pág. 347.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

nacional; g) autorizar una presencia más manifiesta de todos los países y de todas las culturas en el plano internacional.”<sup>5</sup>

Por otra parte, en la "Declaración de Panamá", la UNESCO "a la par de reafirmar su compromiso con la más irrestricta libertad de expresión, avanzó conceptos importantes sobre la responsabilidad de los medios de comunicación con el desarrollo, el auspicio, el propiciamiento de una cultura de paz"<sup>6</sup>

Los estudiosos de la comunicación social plantearon un proceso global, autónomo, nacionalista y democrático, corresponsable a los objetivos de desarrollo nacional en todo aspecto, esto es, en forma integral, sin olvidar las políticas implementadas en otros campos como la educación, cultura y ciencia, complementándose mutuamente. Además indicaron que todo estado tiene políticas claramente establecidas, esto es explícitas, o bien, implícitas, y predominan las primeras, las cuales deberían concebirse como servicio público, la información como un bien social y del derecho a la información para diseñar políticas democráticas.

También deberían tomarse en cuenta los factores demográficos y sus consecuencias en diferentes niveles de la estrategia de desarrollo y así las políticas podrían prever las necesidades de las diferentes capas de la sociedad, en un marco histórico y social donde se originan y el funcionario de información ser el puente entre gobierno y pueblo, además de permitir el tránsito en las dos direcciones.

Aclararon que el estudio no sólo debe enfocarse a los medios de comunicación y sistemas de información y comunicación, sino a la distribución de los mensajes y producción. Toda política debería ser un requisito para la construcción de una sociedad democrática, en el cual el Estado es el primer promotor de esta tarea, con el derecho y obligación de informar sobre los hechos, actos, decisiones y resultados de su gestión y el ejercicio de su autoridad, por ello sería producto de la reflexión, el conocimiento y la responsabilidad pública.

<sup>5</sup> UNESCO-FCE. Op. Cit. Pág. 356.

<sup>6</sup> LVII Legislatura. H. Cámara de Diputados. Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México. Pág. 17.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

nacional; g) autorizar una presencia más manifiesta de todos los países y de todas las culturas en el plano internacional.”<sup>5</sup>

Por otra parte, en la "Declaración de Panamá", la UNESCO "a la par de reafirmar su compromiso con la más irrestricta libertad de expresión, avanzó conceptos importantes sobre la responsabilidad de los medios de comunicación con el desarrollo, el auspicio, el propiciamiento de una cultura de paz"<sup>6</sup>

Los estudiosos de la comunicación social plantearon un proceso global, autónomo, nacionalista y democrático, corresponsable a los objetivos de desarrollo nacional en todo aspecto, esto es, en forma integral, sin olvidar las políticas implementadas en otros campos como la educación, cultura y ciencia, complementándose mutuamente. Además indicaron que todo estado tiene políticas claramente establecidas, esto es explícitas, o bien, implícitas, y predominan las primeras, las cuales deberían concebirse como servicio público, la información como un bien social y del derecho a la información para diseñar políticas democráticas.

También deberían tomarse en cuenta los factores demográficos y sus consecuencias en diferentes niveles de la estrategia de desarrollo y así las políticas podrían prever las necesidades de las diferentes capas de la sociedad, en un marco histórico y social donde se originan y el funcionario de información ser el puente entre gobierno y pueblo, además de permitir el tránsito en las dos direcciones.

Aclararon que el estudio no sólo debe enfocarse a los medios de comunicación y sistemas de información y comunicación, sino a la distribución de los mensajes y producción. Toda política debería ser un requisito para la construcción de una sociedad democrática, en el cual el Estado es el primer promotor de esta tarea, con el derecho y obligación de informar sobre los hechos, actos, decisiones y resultados de su gestión y el ejercicio de su autoridad, por ello sería producto de la reflexión, el conocimiento y la responsabilidad pública.

<sup>5</sup> UNESCO-FCE. Op. Cit. Pág. 356.

<sup>6</sup> LVII Legislatura. H. Cámara de Diputados. Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México. Pág. 17.

decisiones, pero ello debe estar sujeto a la voluntad política del gobierno en cuestión, evitando manipulaciones de carácter económico y político, así como de los intereses de control de los medios de comunicación y del propio gobierno.

Básicamente, el énfasis está en el hecho de responder al proyecto histórico de cada nación, pensando en concretar un desarrollo donde las necesidades, metas y políticas respondan a éste, en su contexto histórico, político y social, en un proceso activo donde exista un intercambio de información para dar respuesta a las iniciativas y así producir una retroalimentación, ya que la comunicación supone una información común y el diálogo, esto es, la interacción entre quienes poseen una información en común.

De esta forma, el proceso de comunicación social aparece íntimamente relacionado con el campo de la política, no se le puede entender si se hace caso omiso de sus dimensiones políticas y los investigadores en comunicación resaltan el hecho de contar con una comunicación eficaz en todo Estado, ya que contribuye a exaltar el sentido de nacionalidad, ser portavoz de planteamientos nacionales y a transmitir conocimientos necesarios para la marcha de una nación, además de desempeñar un papel creciente en la orientación y control de las actividades de la comunicación.

Wilbur Schramm destacó: “la planificación y ejecución de una política para la forja de una nación requiere una apreciación no sólo de las múltiples facetas de desarrollo, sino también de las interrelaciones existentes entre ellas”<sup>8</sup> y la orientación política deberá consistir en la búsqueda de todos los medios por los cuales las comunicaciones pueden facilitar cada uno de los aspectos de desarrollo con el menor número de consecuencias nocivas, de ahí que una política eficaz debe transmitir al pueblo la seguridad de poseer una historia común, buscando el equilibrio entre la búsqueda de innovaciones y la necesidad de continuidad.

Por su parte, Armand Mattelart “explica que el problema hoy en día es que la mayoría de los modelos de comunicación se apoyan en lógicas

<sup>8</sup> Pye, Lucian W. Selección. *Evolución política y comunicación de masas*. Pág. 283.

comerciales, por lo cual es importante volver a plantearse la reflexión sobre la comunicación como servicio público y de cooperación social.”<sup>9</sup>

Para Antonio Pasquali, las políticas de comunicación social deben tener como base la investigación en esta materia, con el objetivo de sugerir técnicas y toma de decisiones, con su posterior difusión; en tanto, para Antonio Menéndez, sin comunicación social no hay desarrollo, porque representa el marco teórico y práctico para investigar, planificar y realizar cada uno de los procesos sociales y establece que el grado de desarrollo de una sociedad, entidad, empresa o individuo puede medirse por su capacidad para comunicarse consigo mismo y el mundo que lo rodea; y para Camilo Taufic la comunicación social es un proceso mediante el cual se transmiten significados entre personas y básicamente nos comunicamos para influir y afectar intencionalmente y subraya el hecho de estudiarla relacionada con los problemas de dirección social.

En América Latina, Perú, Venezuela y Brasil fueron las naciones que integraron políticas en esta materia; la primera, al instaurarse el gobierno en 1968, y una de las primeras medidas fue la promulgación del Estatuto de Prensa en 1969, muestra de la necesidad e importancia que los gobernantes dieron a la comunicación. En Venezuela, en el V Plan de la Nación, se incluyó un capítulo de Comunicación Social. Por otra parte, a México lo señalan como ejemplo de elaboración de una política nacional en la materia durante el régimen presidencial de Miguel de la Madrid, tomando en cuenta la constitucionalización del derecho a la información hecha por la administración anterior.

En el curso del desarrollo de las investigaciones en comunicación social en México, ha sido planteada la necesidad de definir una política de comunicación social, con la participación amplia de los diversos sectores de la sociedad, atendiendo las necesidades más urgentes en esta materia y estructurada de tal forma que promueva un desarrollo nacional y participativo de las comunicaciones.

---

<sup>9</sup> Ante la lógica comercial de los medios, es necesario concebir la comunicación como servicio público. Jorge Luis Espinosa. Uno más uno. 19 de febrero de 1993. Pág. 29.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Asimismo, se ha establecido que a partir de la recopilación de información objetiva de los elementos del proceso de comunicación social, el análisis de la correlación de sus elementos condicionantes y detección de las opciones viables de operación -en términos de las características de la población, contexto histórico, planes nacionales, proyecto nacional-, pueden seleccionarse las opciones más adecuadas para lograr una comunicación social de beneficio social y nacional, vinculada a las políticas y contexto nacional e internacional en la materia.

Otro punto importante es el fortalecimiento de los medios del Estado y los municipales, como sostén de un sistema nacional de comunicación participativo y plural, además del establecimiento de un flujo sistemático de información que promueva el diálogo de los diferentes actores de la sociedad. En el caso de los medios a nivel municipal servirían como instrumentos para el desarrollo de la educación y la cultura, así como de servicio social a la comunidad, lo cual permitiría reforzar la cohesión social y cultural de cada zona del país.

Un estudioso de la comunicación en México, Raúl Trejo Delarbre<sup>10</sup> ha destacado la necesidad de concebir una política clara de comunicación, incluyendo la elaboración de un Código Federal con objeto de eliminar prácticas, privilegios e intereses políticos y personales, así como proyectos de comunicación social, fortalecer los medios del gobierno como partícipes de la comunicación del Estado, así como otros derechos inherentes a los medios como el de la información.

Ha planteado el estudiar las reglamentaciones vigentes y su aplicación efectiva, así como la creación de un organismo donde tengan participación activa los partidos políticos y otras organizaciones y la formulación de proyectos de democratización de los medios, gracias a la participación de sus públicos. Otro aspecto es el fortalecer a la Productora e Importadora de Papel. S.A. (PIPSA), para estimular a la prensa e instituciones educativas, distribución equitativa de los medios, salario mínimo profesional, entre otras acciones.

<sup>10</sup> El Nacional. Agosto 24 de 1992. Urge un código de comunicación: Trejo. Pág. 6.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

En opinión de Gustavo Esteva,<sup>11</sup> existe una falta de coordinación, porque las actividades desarrolladas por las áreas de comunicación social aparecen como esfuerzos autónomos, independientes, carecen de lineamientos y normas centrales para jerarquizar los mensajes, lenguajes y los medios a difundir la información de carácter gubernamental.

A lo anterior se asocia el problema de eficacia y eficiencia en la transmisión de información, y ante la carencia de métodos y técnicas adecuadas para la programación, ejecución y evaluación de las actividades en este campo, existe una falta de coherencia interna y externa de los mensajes, así como una relación lógica y cronológica del conjunto de éstos.

Lo anterior se puede ejemplificar en el hecho de que la mayoría de la población desconoce los programas de gobierno, o los fundamentos de una política puesta en marcha por la administración pública.

Mientras Jaime Goded destaca el hecho de una comunicación social del Estado concebida como un servicio público y plantea el constituir un Sistema de Comunicación Social cuya función sea informar de manera suficiente y confiable de los hechos y evaluarlos de acuerdo con normas, criterios y procedimientos explícitos y procesos de documentación e información, además de explicar lo esencial de los problemas y sus relaciones con los hechos, haya argumentos racionales, sea directa y actual la información, sin olvidar recapitarla y resumirla y, expresando juicios que acepten la diferencia.

Para integrar una política profesional y un sistema de comunicación social plantea aspectos como el realizar un estudio de la comunicación como un intercambio dentro de las condiciones en las cuales se produce y el sistema de comunicación como una unidad global organizada de interrelaciones entre emisores, receptores y transmisores, estableciendo por qué y para qué se comunica, en qué contexto y cómo se comunica.

Un sistema de comunicación social debe ser un sistema de producción ordenado en su organización jurídica, administrativa y económica, es decir como entidad productiva de bienes y servicios de comunidad, con una relación

---

<sup>11</sup> Coordinación de Comunicación Social. Políticas y sistemas de comunicación social. 103-104 p.p.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

organizacional (institucional) mediante la transmisión e intercambio de signos de interés individual y social, sin olvidar la supervisión, evaluación, utilización y resultados.

Otro punto es referente a establecer lineamientos generales, criterios, normas y procedimientos a los cuales deberán sujetarse la comunicación social en general y la del gobierno, así como proponer objetivos a corto, mediano y largo plazo con un estudio previo de las carencias en este campo, para así establecer la política de comunicación social, estableciendo criterios, normas, reglas, puntos, principios y preceptos a regir en las actividades en este rubro, definiendo funciones y proponiendo planes, programas y proyectos concretos de trabajo.

## 1.1 LAS DIRECCIONES DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Desde el periodo de gobierno de Benito Juárez (1861-1867), surgieron portavoces de la opinión pública y entre ellos se menciona a Francisco Zarco, Ignacio Altamirano y Guillermo Prieto, quienes fueron el puente de enlace entre el gobierno y la prensa de aquel entonces.

Posteriormente, en la época de Porfirio Díaz (1894-1911), Rafael Reyes Spíndola del periódico "El Imparcial", lo apoyó al transmitir el pensamiento y tesis de su gobierno, así como las ideas y acciones del dictador, al igual que Ignacio Mariscal y Manuel Calero, quienes actuaron como consejeros de comunicación durante la entrevista concedida por Díaz al periodista estadounidense James Creelman, editor de una revista de escasa circulación en el vecino del norte, pero representó una publicidad para su imagen.

Francisco I. Madero (1911-1913), tuvo a su lado a periodistas y articulistas vigorosos que fungieron como sus voceros y entre ellos se menciona a Juan Sánchez Azcona, Filomeno Mata, Fernando Iglesias Calderón, los Vázquez Gómez y otros distinguidos intelectuales.

Mientras Victoriano Huerta (1913-1914), mantuvo a Querido Moheno y Nemesio García Naranjo como intérpretes de su pensamiento frente al público lector.

Se conoce que el periodista Santiago R. De la Vega (1885-1959), conocido bajo el seudónimo de Kiff -a raíz del cuartelazo de Victoriano Huerta-, fue nombrado por Venustiano Carranza (1917-1920), Jefe de la Oficina de Publicidad y Prensa de la Revolución, convirtiéndose así en la primera persona que ocupó un puesto de esta índole en la historia del país dentro del gobierno federal. Asimismo, Carranza contó con el apoyo de Luis Cabrera y Félix Palavicini.

En este periodo de gobierno los llamados "viajes de rectificación" se pusieron en marcha y consistían en un singular castigo a los periodistas que habían exagerado o deformado información política y militar -en opinión del régimen-, y se les trasladaba custodiados al lugar donde había acontecido el hecho y generalmente, después el periodista se retractaba de lo publicado.

Por su parte, Alvaro Obregón (1920-1924), tuvo a José Vasconcelos y, Plutarco Elías Calles (1924-1928), mantuvo contacto con la prensa a través de su yerno, Fernando Torreblanca, quien fungió como su secretario particular.

En el régimen del general Lázaro Cárdenas (1934-40), en el Diario Oficial de la Federación apareció publicado el 17 de agosto de 1936, el acuerdo por el cual se creó el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP), con el objetivo de coordinar los servicios oficiales de publicidad y propaganda, dirigido por el periodista Agustín Arroyo, quien tenía a su cargo la difusión de las tareas del gobierno federal y, por tanto, ejerció control sobre las actividades oficiales en el aspecto informativo desde la Presidencia de la República y constituye el antecedente de las ahora llamadas direcciones de comunicación social. Arroyo organizó oficinas de prensa en las principales secretarías de Estado y fue un intermediario entre el Presidente de la República y los grandes diarios mexicanos de esa época y los corresponsales extranjeros.

En opinión de Beatriz Solís,<sup>12</sup> el Estado participó en forma constante en esta materia, al concebir la comunicación social como un instrumento de servicio público, fundamentado en la voluntad política de generar educación y cultura.

Por otro lado, hubo un gran flujo de información, con lo cual se calmaron los requerimientos informativos de los medios de comunicación, de ahí que la creación del DAPP fue recibida bien entre los representantes de los medios de comunicación, además de que los reporteros acreditados en los viajes del mandatario mexicano durante sus giras de trabajo, tenían asegurados gastos de transporte y hospedaje, los cuales corrían a cuenta de la Presidencia de la República.

Además se creó por decreto presidencial PIPSA el 21 de agosto de 1935, con el fin esencial de importación y compra-venta de papel periódico, con base en una política de abaratamiento para fomentar la obra cultural y la producción periodística y editorial y así combatir el monopolio del papel, además de instrumentarse medidas legislativas en materia de comunicaciones.

---

<sup>12</sup> UAM. Seminario de Comunicación Social. Pág. 63

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

---

Posteriormente, durante el régimen del general Manuel Avila Camacho (1940-46), la información oficial es generada por la Dirección General de Información, bajo la conducción de José Manuel Altamirano y la Secretaría de Gobernación es la dependencia encargada de la información oficial.

En ese periodo de gobierno surgen más oficinas de prensa en las secretarías de Estado, departamentos autónomos y empresas e instituciones estatales, además los gobernadores inician la designación de jefes de prensa y establecieron en la Ciudad de México, una oficina de información periodística a cargo de Demetrio Bolaños Espinosa.

Durante el régimen de Miguel Alemán Valdez (1946-52), desaparece el control de la Secretaría de Gobernación en materia de información periodística y las oficinas de prensa fueron creadas en 1948, remplazando al DAPP y se fueron institucionalizando en Secretarías de Estado, empresas, fideicomisos, departamentos y comisiones.

Fue Rogerio de la Selva, el encargado de establecer comunicación con los propietarios de los medios de comunicación, centralizando la información y dando un criterio oficial a la misma. Además los reporteros tenían no sólo asegurados sus gastos de transporte y hospedaje, sino también se incluyeron los de alimentos y bebidas, además de ofrecerles una cantidad de dinero en efectivo, a manera de viáticos.

A partir del régimen presidencial de Adolfo Ruiz Cortines (1952-58), la generación de la información se centraliza en Palacio Nacional y el jefe de prensa, Humberto Romero, se reunía amistosamente con los periodistas o para hacer alguna declaración y mantenía un contacto directo con directores y columnistas de los medios de comunicación.

Los tres últimos gobiernos mencionados estuvieron caracterizados por la carencia de una política explícita de comunicación y desvinculación de la educación y la cultura.

Por lo que respecta a Adolfo López Mateos (1958-1964) el manejo de la información presidencial recayó en Mario Ezcurdia, como Jefe de la Oficina de la Presidencia; con Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970), el Director de Información y Relaciones Públicas fue Francisco Galindo Ochoa y

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

posteriormente el Director General de Difusión es Fernando Garza; y en la administración de Luis Echeverría Álvarez (1970-1976), Fausto Zapata y Mauro Jiménez Lazcano como directores de Difusión y Relaciones Públicas.

Las administraciones de Gustavo Díaz Ordaz (1964-1970), Luis Echeverría (1970-1976), y José López Portillo (1976-1982), sólo aluden a la importancia de los medios de comunicación, en la dinámica social y política del contexto internacional, dando especial importancia a la información periodística, impulsando oficinas de prensa y crean sistemas de información y comunicación y la Secretaría de Gobernación es la dependencia encargada de vigilar la política de comunicación social.

En el sexenio de José López Portillo, por Acuerdo Presidencial publicado en el Diario Oficial de la Federación, el 1º. de junio de 1977 fue creada la Dirección General de Información y Relaciones Públicas, de la cual estuvieron a cargo: Rodolfo Landeros, José Luis Becerra, Fernando Garza, Luis Javier Solana y Francisco Galindo Ochoa. Posteriormente, por acuerdo publicado en el Diario Oficial de la Federación el 21 de junio de 1982, cambia de denominación por Coordinación General de Comunicación Social.

Durante el régimen de Miguel de la Madrid (1982-1988), nuevamente registra modificación en su nombre y el 31 de enero de 1983 fue creada la Dirección General de Comunicación Social, y Manuel Alonso es el director en la Presidencia de la República. Asimismo, en todas las dependencias del gobierno federal, se establecieron direcciones en esta materia, dirigidas en su gran mayoría por profesionales ajenos a esta materia, principalmente porque los cargos dependieron del juego político.

En marzo de 1983 fue constituido el Sistema de Comunicación Social y se crearon los Institutos de Cine, Radio y Televisión.

Durante la administración de Carlos Salinas de Gortari (1988-94), Patrocinio González Garrido, secretario de Gobernación, estableció que la "política de comunicación social del Gobierno de la República se finca en reglas claras y se orienta a fortalecer la vida democrática. Los cambios realizados hasta hoy y aquéllos que están por verificarse, se apegan a esta perspectiva que impide dobles interpretaciones y que se constituye en el punto de partida de quienes desean reformar ensanchando la vida pública

nacional.<sup>13</sup>

Otto Granados Roldán y después José Carreño fueron los directores de la Coordinación de Comunicación del Jefe del Ejecutivo.

La administración de Ernesto Zedillo Ponce de León (1994-2000), hizo énfasis en un gobierno de trabajo en un marco democrático y de legalidad; creó la figura del vocero de la Presidencia de la República, cargo que recayó en Fernando Lerdo de Tejada, y mantuvo la figura del director general de Comunicación Social, el licenciado Marco Provencio.

De acuerdo a la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, la Secretaría de Gobernación es la dependencia pública encargada de "formular, regular y conducir la política de comunicación del gobierno federal"<sup>14</sup> y las relaciones con los medios masivos de informar; además de orientar, autorizar, coordinar, supervisar y evaluar los programas en esta materia de las dependencias del Sector Público Federal. Destaca el vigilar que las publicaciones y la producción cinematográfica, de radio y televisión se mantenga dentro de los límites del respeto a la vida privada, la paz, moral pública, dignidad personal, y no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden público.

En 1996, se creó la Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno Federal que tuvo por objeto "establecer, orientar y dar congruencia a la política de Comunicación Social del Gobierno Federal a fin de lograr una coordinación efectiva en esta materia entre las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y, en general, con los medios de comunicación del país."<sup>15</sup> Posteriormente, desaparece en 1998, al darse a conocer fusiones y cambio de denominación en la estructura administrativa en esta materia.

Así la incorporación a la Subsecretaría de Comunicación Social de la Secretaría de Gobernación, de las Direcciones Generales de Medios Impresos y la de Comunicación Social Gubernamental, con la misión de "Integrar,

<sup>13</sup> El Nacional Junio 6 de 1993 'Incompatibles, control' de la información y régimen de libertades González Garrido. Pág. 11.

<sup>14</sup> [www.gobernación.gob.mx](http://www.gobernación.gob.mx).

<sup>15</sup> Diario Oficial de la Federación. Secretaría de Gobernación. Enero 29 de 1999. Pág. 9. 2ª. Sección.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

apoyar, conducir, coordinar, supervisar, evaluar, consolidar y orientar las acciones de Comunicación Social de las Dependencias y Entidades del Gobierno Federal y en general, la relación con los medios de comunicación del país para brindar una imagen objetiva, oportuna y congruente con el quehacer gubernamental<sup>16</sup>.

Y las funciones de auxiliar al titular del ramo de formulación, regulación y conducción de la política de Comunicación Social del Gobierno Federal y sus relaciones con los medios de comunicación; orientar, planear y autorizar, coordinar, supervisar y evaluar los programas en esta materia de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal; ser el enlace y coordinación con las unidades de Comunicación Social de los Gobiernos de los Estados y el Distrito Federal, así como propiciar el desarrollo de estudios de opinión pública e investigaciones relacionadas con este campo.

Además de aprobar y ordenar la publicación del Diario Oficial de la Federación; aprobar y expedir los manuales de procedimiento y de servicios al público; orientar, auxiliar, coordinar, supervisar y evaluar los programas de comunicación social de las dependencias y entidades de la administración pública federal.

Cambió de denominación la Dirección General de Comunicación Social por Dirección General de Información y Difusión, con la misión de dirigir, ejecutar acciones de información y difusión de la dependencia, así como coordinar programas de publicaciones, conducir la producción de campañas de información y difusión y realizar sondeos de opinión, entre sus tareas más importantes.

En sus inicios las oficinas de prensa contaban con 9 y 10 personas laborando y su trabajo consistía en la redacción de un boletín mecanografiado, el cual era distribuido a diarios de la Ciudad de México y a 4 ó 5 revistas de cierto relieve y todavía no existían los noticieros de radio y televisión.

Una de las actividades desarrolladas por las direcciones de comunicación social es la difusión de las actividades gubernamentales a través del boletín de prensa -también llamado comunicado-, divulgado por las

<sup>16</sup> Diario Oficial de la Federación. Op. Cit. Pág. 49.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

dependencias de gobierno, con información sobre su labor, acciones, desarrollo, exposición de puntos de vista, aclaraciones sobre algún asunto particular de la dependencia o funcionario de la misma. En sí, se trata de informar sobre algún hecho o acontecimiento del sector gobierno, para darlo a conocer a la opinión pública.

En algunas ocasiones representa la única fuente de información para los periodistas, de ahí la crítica de contar con una visión unilateral del hecho en cuestión y evitar una imagen negativa del gobierno, institución o servidor público.

Otra actividad desempeñada es la de ser el puente de enlace entre gobierno y el gremio periodístico, en la búsqueda de información, que en ocasiones requiere de la entrega de un cuestionario previo, la no utilización de la grabadora.

Asimismo, establecen comunicación con los diferentes sectores de la sociedad en alguna demanda en particular, y sus directores actúan como voceros de la institución gubernamental.

Otra actividad, es la contratación de publicidad a través de los medios de comunicación colectiva, a fin de divulgar información que la dependencia requiere sea conocida por la opinión pública, como es el caso de planes de gobierno, resoluciones de tipo judicial, normas, reglamentos, etc.

Las direcciones de comunicación social también son señaladas como medios de manipulación, para tergiversar, ocultar, ocultar o difundir la información oficial y dar privilegios a medios de comunicación, en especial los televisivos.

Pero sobre todo el crear una imagen positiva del Presidente de la República y acciones desarrolladas, así como de las medidas gubernamentales del gobierno en turno.

Las citadas direcciones cuentan con salas de prensa, en donde cada uno de los representantes de los medios de comunicación tienen acceso a la información emitida por la dependencia, así como servicios de teléfono, fax, equipo de computación para enviar información, así como fotocopiado y

## **HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

servicio de café. En algunas de ellas, encontramos cubículos para cada medio de comunicación con teléfono independiente, especialmente en las más importantes.

Otra crítica respecto a la existencia de las oficinas de prensa es relacionada con su conversión en una maraña burocrática, al impedir el sano flujo de la información, y el pronunciamiento es referente a la necesidad e importancia de contar con una información oportuna.

**LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DEL ESTADO.-** Existen diversos puntos de vista acerca de la función social de los medios de comunicación en poder del Estado, y coinciden en el hecho de contribuir al proceso democrático del país, en un marco de pluralidad y con una función educativa y cultural.

Se ha enfatizado el compromiso del Estado por garantizar la libertad de expresión y proporcionar una información veraz y oportuna, ante el planteamiento de que gobernar es precisamente informar y llamar a la ciudadanía para una definición común de tareas y de propósitos, así se han apoyado e impulsado las iniciativas de los diversos gobiernos de los estados que han decidido poner en marcha medios propios de comunicación social.

Por su parte, el doctor Enrique González Torres, rector de la Universidad Iberoamericana, en el curso de las conferencias desarrolladas en la Cámara de Diputados durante la LVII Legislatura planteó las funciones básicas:

"Primero, brindan informaciones veraces y opiniones fundadas y sujetas a valoraciones éticas sobre temas de interés colectivo; segundo, fomentan las prácticas democráticas y políticas internas y, tercero, constituyen un espacio para la libre expresión de la enriquecedora pluralidad de los diversos grupos sociales."<sup>17</sup>

Actualmente el Estado mexicano cuenta con medios de comunicación a su servicio, como es la Agencia de Noticias Notimex constituida en 1968 con

<sup>17</sup> LVII Legislatura. H. Cámara de Diputados. Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado. Pág. 30.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

objeto de establecer el manejo de agencias informativas o de noticias por cualquier medio de comunicación; XEIPN Canal 11, el cual ha sido fortalecido; y, el canal 22. Ha sido constituida la Red de Televisoras y Radiodifusoras Estatales y se cuenta con la red satelital del sistema educativo Edusat.

Por otra parte, el Congreso de la Unión desde marzo de 1998 cuenta con un canal de televisión para "garantizar el derecho de los ciudadanos a estar informados del quehacer parlamentario y de las decisiones que en su representación tomen los legisladores"<sup>18</sup>.

Además de construir un vínculo de comunicación entre el Congreso de la Unión y la sociedad para establecer una mutua, sólida y fluida relación entre ambos, así como la promoción de espacios para la libre expresión de las ideas de todo tipo de organización y contribuir a la formación de una conciencia ciudadana democrática y participativa.

Asimismo, el Diario Oficial de la Federación es el órgano constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, actualmente dirigido por el licenciado Carlos Justo Sierra, en el cual son publicados decretos, acuerdos, circulares y disposiciones de diverso carácter de cada una de las secretarías y dependencias de los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial.

Entre los antecedentes se encuentra el "Diario de la Soberana Junta Gubernativa del Imperio Mexicano" denominado después "Gaceta Imperial de México" en 1821, cuyo contenido eran noticias nacionales y extranjeras y documentos oficiales. Posteriormente, la "Gaceta del Supremo Gobierno de la Federación" (1823-1827); el "Diario de Gobierno", órgano oficial del gobierno de Bustamante; "Diario de Avisos", órgano oficial del gobierno conservador durante la guerra de Reforma.

Así como el "Diario Oficial", órgano oficial del gobierno del general Miramón y para 1863 el "Periódico Oficial del Imperio" para cambiar de denominación a "Diario del Imperio", al asumir el poder el archiduque Maximiliano, en el cual se encuentran leyes, decretos, informes ministeriales, nombramientos de funcionarios, noticias relativas a la hacienda pública y

<sup>18</sup> LVII Legislatura. H. Cámara de Diputados. Op. Cit. Pág. 47.

actividades oficiales. Por su parte, Benito Juárez publicó el "Diario del Gobierno de la República Mexicana".

Está contemplado el periódico oficial en el siglo XIX que incluía actas de sesiones de las cámaras, documentos oficiales de ministerios, tribunales, oficinas o particulares; documentos antiguos, históricos, estadísticos, rectificación de hechos oficiales y con título "Archivo Mexicano."

Otra mención es el "El Correo Nacional", periódico oficial del Supremo Gobierno de la República Mexicana, en la primera mitad del siglo XIX, donde están publicadas actas de las cámaras legislativas y todos los decretos, órdenes y circulares expedidas por las secretarías de ese periodo de gobierno y otras de interés para los estados de la Federación.

A lo largo de la historia también existen reglamentaciones sobre las publicaciones del Estado mexicano, como es el caso del Reglamento para las impresiones del gobierno, impreso en 1852 por la Tipografía de Vicente García Torres, en el cual se señalan las disposiciones para las impresiones gubernamentales como es el caso de leyes, decretos, órdenes, reglamentos, providencias de observancia general expedidas por la Suprema Corte de Justicia y Bandos de buen gobierno expedidos por las autoridades de la Federación.

actividades oficiales. Por su parte, Benito Juárez publicó el "Diario del Gobierno de la República Mexicana".

Está contemplado el periódico oficial en el siglo XIX que incluía actas de sesiones de las cámaras, documentos oficiales de ministerios, tribunales, oficinas o particulares; documentos antiguos, históricos, estadísticos, rectificación de hechos oficiales y con título "Archivo Mexicano."

Otra mención es el "El Correo Nacional", periódico oficial del Supremo Gobierno de la República Mexicana, en la primera mitad del siglo XIX, donde están publicadas actas de las cámaras legislativas y todos los decretos, órdenes y circulares expedidas por las secretarías de ese periodo de gobierno y otras de interés para los estados de la Federación.

A lo largo de la historia también existen reglamentaciones sobre las publicaciones del Estado mexicano, como es el caso del Reglamento para las impresiones del gobierno, impreso en 1852 por la Tipografía de Vicente García Torres, en el cual se señalan las disposiciones para las impresiones gubernamentales como es el caso de leyes, decretos, órdenes, reglamentos, providencias de observancia general expedidas por la Suprema Corte de Justicia y Bandos de buen gobierno expedidos por las autoridades de la Federación.

Después, en 1952, la Comisión de Derechos Humanos de la ONU aprobó por 8 votos a favor, 3 en contra y 7 abstenciones, el artículo del Código de Derechos Humanos relativo a la libertad de expresión estableciendo:

“Nadie podrá ser molestado a causa de sus opiniones.

“Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística o por cualesquier otro procedimiento de su elección.

“El ejercicio de las libertades previstas en el artículo precedente entraña deberes y responsabilidades especiales. Por consiguiente, puede estar sujeto a ciertas restricciones que deberán, sin embargo, estar expresamente previstas por la ley y ser necesarias: para asegurar el respeto de los derechos o de la reputación de los demás y para la protección de la seguridad nacional, del orden público o de la salud o la moral públicas.”<sup>20</sup>

Posteriormente, en 1969, la Convención sobre Derechos Humanos de la Organización de los Estados Americanos, reunida en San José, Costa Rica llama a la consolidación de regímenes donde la libertad personal y justicia social estén fundamentados en los derechos esenciales del hombre, cuestión aprobada por México en 1980 por la Cámara de Senadores mediante el Decreto de promulgación de la Convención Americana sobre Derechos Humanos.

En México, el Presidente Venustiano Carranza convocó al Congreso y el 5 de febrero de 1917 fue promulgada la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, ley suprema de la Nación, estableciendo a México como una República representativa, democrática y federal y garantizando la libertad de expresión, opinión, de imprenta y, el derecho a la información en 1977.

Los primeros antecedentes en esta materia fueron cuando -en 1810-, el Constituyente de Querétaro promulgó 12 leyes relacionadas con la imprenta, así como la denominada “Legislación de la Prensa”, elaborada antes de la

---

<sup>20</sup> Selsler, Gregorio y Roncagliolo, Rafael. Trampas de la información y neocolonialismo. Citando el Boletín de la ONU del 1º. De julio de 1952. Pág. 50. en Edmundo Jan Osmañczyc. México. F.C.E. 1976. Pág. 34.

aparición del primer número del periódico "El despertador americano", en ese año.

Hacia 1812 la Constitución de Cádiz permitía la libertad de imprenta, sin embargo, en los hechos no fue respetada por las autoridades virreinales y el 1º de enero de 1823, la Junta Nacional Constituyente publicó un decreto sobre abusos a la garantía de la libertad de imprenta; en tanto, el 15 de diciembre de ese año entró en vigor el Reglamento de la Libertad de Imprenta.

La Constitución promulgada en Apatzingan, en 1824, estableció en su artículo 31: "Todo habitante de la federación tiene libertad de escribir, imprimir y publicar sus ideas políticas, sin necesidad de licencia, revisión o aprobación anterior a la publicación, bajo las restricciones y responsabilidades de las leyes."<sup>21</sup>

La dependencia responsable de la libertad de imprenta era la de Relaciones Interiores y Exteriores, establecida por el Reglamento para el Gobierno Interior y Exterior promulgado por la Junta Provisional en 1821, la cual para 1826 se organiza en dos secciones manteniendo el nombre original, tras crearse el Distrito Federal como sede de los Poderes de la Unión en 1824.

Durante la guerra México-Estados Unidos (1846-47), fue suspendida la libertad de imprenta y entre 1853 y 1855 todavía la libertad de prensa estuvo restringida por la Ley Lares, promulgada por Santa Ana, y el 22 de abril de 1853, al expedirse las "Bases para la Administración de la República". la Secretaría de Estado y de Gobernación es la encargada del rubro de la libertad de imprenta.

Posteriormente se consagró en la Constitución de 1857 en los artículos 6º. y 7º.

*"Art. 6º. La manifestación de las ideas no puede ser objeto de ninguna inquisición judicial ó administrativa, sino en el caso de que ataque la moral, o los derechos de terceros, provoque á algún crimen ó delito ó perturbe el orden público.*

---

<sup>21</sup> Tena Ramirez, Felipe. *Leyes fundamentales de México 1808-1978*. Pág 159.

*"Art. 7º. Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la prévia censura, ni exigir fianza á los autores ó impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, á la moral, y á la paz pública. Los delitos de imprenta serán juzgados por un jurado que califique el hecho o por otro que aplique la ley y designe la pena." (Sic).<sup>22</sup>*

Este artículo se reformó el 15 de mayo de 1883, pero siguió conservando su esencia.

Un importante defensor de la libertad de imprenta fue Francisco Zarco Mateos (1829-69), quien elaboró una Ley de Imprenta, conocida como la Ley Zarco, la cual se convirtió en baluarte y escudo de los periodistas y Zarco la consideraba como una de las más preciosas garantías del ciudadano, ya que al carecer de ella resultaba mentira cualquier libertad y derecho.

En 1861 el Congreso de la Unión tenía a su cuidado la atención de los asuntos relativos a la libertad de imprenta, mientras al Gobierno del Distrito Federal las impresiones del gobierno y para 1891 la Secretaría de Gobernación era la dependencia encargada del Diario Oficial e Imprenta del Gobierno.

Más tarde, la Constitución del 5 de febrero de 1917 garantiza el derecho inalienable de escribir sobre cualquier materia, con las limitaciones de respeto a la paz, moral y paz pública.

A partir de 1952, durante el régimen presidencial de Miguel Alemán Valdés, quedó instituido el 7 de junio como el Día de la Libertad de Prensa, a iniciativa del general José García Valseca quien un año antes había organizado en el restaurante "Grillón" de la Ciudad de México, un festejo al entonces Primer Mandatario por su actitud de respeto a la libertad de prensa, pensamiento y palabra. Esta celebración es anual desde esa fecha, reiterándose la voluntad del sistema político mexicano de respetar y hacer valer los derechos a la libertad de expresión, opinión e información consagrados en la Carta Magna, sin las cuales la democracia no es concebible y el Estado las garantiza con las limitaciones señaladas en la Ley de Imprenta.

<sup>22</sup> Tena Ramírez, Felipe. Op. Cit. 607-608 p.p.

**LIBERTAD DE EXPRESIÓN.**- Generalmente se le define como una ampliación de la libertad de pensamiento y opinión, es decir, los derechos de expresar las ideas, juicios y análisis de todo individuo por cualquier medio, sin ningún obstáculo para su difusión.

El artículo 6º. de la Carta Magna garantiza esta libertad: "La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito o perturbe el orden público."<sup>23</sup>

**DERECHO A LA INFORMACIÓN.**- La UNESCO lo concibe como el derecho que poseen los miembros de una comunidad a conocer los acontecimientos, orientar su reflexión y modificar sus decisiones, además la libertad de información deriva en la libertad del informador de conocer los hechos y documentos, frente al secreto que resguarda los asuntos públicos y la libertad de defender lo que ha llegado a su conocimiento.

En el marco de la Reforma Política impulsada por José López Portillo (1976-82), el Congreso de la Unión aprobó la iniciativa de reformas y adiciones a la Carta Magna, donde el derecho a la información adquirió un rango constitucional y por decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 6 de diciembre de 1977 al artículo 6º. se le adicionó: "el derecho a la información será garantizado por el Estado."<sup>24</sup>

Lo anterior fue en el marco de la reforma a la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procedimientos Electorales (LOPPE), y se le definió como el derecho de todo individuo a obtener de fuentes oficiales o privadas, todo aquello de interés público y que requiere una investigación académica, mientras en el Plan Básico de Gobierno 1976-82 se le consideraba un instrumento de liberación y no de explotación de conciencias alineadas con fines de lucro o poder.

En la exposición de motivos de reforma de la citada ley, el mandatario mexicano señaló este derecho como básico para el mejoramiento de una conciencia ciudadana, conocedora, vigorosa, analítica, condiciones esenciales para el progreso social.

<sup>23</sup> Ibidem. Pág. 820.

<sup>24</sup> Tena Ramírez, Felipe. Leves fundamentales de México 1808-1978. Pág. 986.

Asimismo, López Portillo envió a la Cámara de Diputados un proyecto de Ley Federal de Comunicación Social en 1978, intentando reglamentar el artículo 6º., la iniciativa fue congelada y, en 1983 el Presidente Miguel de la Madrid originó una reacción ante una probable reglamentación del derecho a la información.

La LVII Legislatura de la Cámara de Diputados realizó durante los meses de mayo de 1998, 1999 y 2000 una serie de conferencias internacionales en esta materia, durante las cuales se puso de manifiesto la necesidad de actualizar la reglamentación en esta materia y el papel del Estado como fuente de información vital y rector de la vida nacional, por lo cual la sociedad debe tener conocimiento preciso de los asuntos públicos.

Además se estableció la exigencia de una ejercicio transparente de la función del estado en el campo de la comunicación social, así como fortalecer la función educativa y cultural de los medios de comunicación, en especial los que están en manos del Estado, promoviendo el rescate y la preservación de la memoria histórica, dejando en claro que para el ejercicio de este derecho dos libertades son fundamentales: de expresión y de información.

**LIBERTAD DE OPINIÓN.-** El artículo 7º. De la Carta Magna establece: "Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito."<sup>25</sup>

**LEY DE IMPRENTA.-** Tiene como antecedente la promulgación de 12 diferentes leyes relacionadas con la imprenta en 1810, así como expedición de reglamentos y expedición de diversas circulares y bandos de policía, así como la denominada Ley Lares, por el nombre de quien la elaboró: Teodosio Lares y la Ley Zarco, expedida por el presidente Benito Juárez, el 2 de febrero de 1861 y aprobada por el IV Constituyente con el carácter de Ley Orgánica o Reglamentaria de la Libertad de Imprenta, garantizada en el artículo 7º. de la Constitución de 1857.

<sup>25</sup> Tena Ramírez, Felipe. Op. Cit. Pág. 820.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

En junio de 1848 Mariano Otero redactó la Ley de Libertad de Imprenta y, el 28 de diciembre de 1855, el presidente Ignacio Comonfort decretó el reglamento provisional de la Libertad de Imprenta de 48 artículos -el antecedente fue el reglamento del 14 de noviembre de 1846-, prohibió el anónimo en los escritos y la supresión del jurado, especificando que nadie podía ser molestado por sus opiniones y tenía el derecho de imprimirlas y circularlas sin necesidad de previa calificación o censura; entre los abusos a esta libertad estaban los ataques directos a la religión católica, la forma de gobierno republicana representativa popular y, noticias provocando la perturbación a la tranquilidad pública, incitando a la desobediencia de las leyes o autoridad y publicación de escritos obscenos o contrarios a las buenas costumbres y escritos en contra de la vida privada.

El 4 de febrero de 1868 se expidió una Ley Orgánica de Imprenta, la cual sufre una modificación en el artículo 42 en 1875, siendo Presidente de la República Sebastian Lerdo de Tejada, donde se destacó el hecho de que en todo impreso debería constar la fecha de impresión, oficina tipográfica y el nombre del propietario de la misma.

La actual Ley de Imprenta reglamenta los artículos 6º. y 7º. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 12 de abril de 1917 y entró en vigor 15 días después durante el régimen de Venustiano Carranza. Consta de 36 artículos, donde se establecen las violaciones y las sanciones a imponer, además de desglosarse las limitaciones más importantes:

*“Art. 1º. Constituyen ataques a la vida privada:*

- I. “Toda manifestación o expresión maliciosa hecha verbalmente o por señales en presencia de una o más personas, o por medio de manuscrito, de la imprenta, del dibujo, litografía, fotografía o de cualquiera otra manera que, expuesta o circulando en público, o transmitida por correo, telégrafo, radiotelegrafía o por mensaje, o de cualquier otro medio, exponga a una persona al odio, desprecio o en sus intereses;*
- II. “Toda manifestación y expresión maliciosa hecha en los*

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

términos y por cualquiera de los medios indicados en la fracción anterior, contra la memoria de un difunto con el propósito o intención de lastimar el honor o la pública estimación de los herederos o descendientes de aquel que aún vivieren;

- III. "Todo informe, reportazgo o relación de las audiencias de los jurados o tribunales en asuntos civiles o penales, o cuando refieran hechos falsos o se alteren los verdaderos con el propósito de causar daño a alguna persona o se hagan, con el mismo objeto, apreciaciones que no estén ameritadas racionalmente por los hechos, siendo éstos verdaderos;
- IV. "Cuando con una publicación prohibida expresamente por la ley, se comprometa la dignidad o estimación de una persona, exponiéndola al odio, desprecio o ridículo, o a sufrir daño en su reputación, o en sus intereses, ya sean personales o pecuniarios.

"Art. 2º. Constituye un ataque a la moral:

- I. "Toda manifestación de palabra, por escrito o por cualquier otro de los medios del que habla la fracción I del artículo anterior, con la que se definan o disculpen, aconsejen o propaguen públicamente vicios, faltas, delitos, o se haga apología de ellos o de sus autores;
- II. "Toda manifestación verificada con discursos, gritos, cantos, exhibiciones o representaciones, o por cualquier otro medio de los enumerados en la fracción I del artículo 2º. con la cual se ultraje u ofenda públicamente el pudor, o la decencia, a las buenas costumbres, o se excite a la prostitución o a la práctica de actos licenciosos o impúdicos teniéndose como tales, todos

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

*aquellos que, en el concepto público, estén calificados de contrarios al pudor;*

- III. *"Toda distribución, venta o exposición al público, de cualquier manera que se haga, de escritos, folletos, impresos, canciones, grabados, libros, imágenes, anuncios, tarjetas u otros papeles o figuras, pinturas, dibujos o litografiados de carácter obsceno o que representen actos lúbricos.*

*"Art. 3º. Constituye un ataque al orden o a la paz pública:*

- I. *"Toda manifestación, exposición maliciosa hecha públicamente por medio de discursos, gritos, cantos, amenazas, manuscritos o de la imprenta, dibujo, litografía, fotografía, cinematógrafo, grabado o de cualquier manera que tenga por objeto desprestigiar, ridiculizar o destruir las instituciones fundamentales del país, o con los que se injurie a la Nación Mexicana o a las entidades políticas que lo forman;*
- II. *"Toda manifestación o expresión hecha públicamente por cualquiera de todos los medios de que habla la fracción anterior, con la que se aconseje, excite o provoque directa o indirectamente al Ejército a la desobediencia, a la rebelión, a la dispersión de sus miembros o a la falta de otro u otros de sus deberes; se aconseje, provoque o excite directamente al público en general a la anarquía, al motín, sedición o rebelión, o a la desobediencia de las leyes o mandatos legítimos de autoridad; se injurie a las autoridades del país con el objeto de atraer sobre ellas el odio, desprecio, o ridículo; o con el mismo objeto se ataque a los cuerpos públicos colegiados, al Ejército o Guardia Nacional, o a los miembros de aquéllos y ésta, con motivo de sus funciones; se injurie a las naciones amigas, a los soberanos o jefes de ella o a sus legítimos representantes en el país, o se aconseje, excite o provoque la comisión de un delito*

determinado.

- III. *"La publicación o provocación de noticias falsas o adulteradas sobre acontecimientos de actualidad, capaces de perturbar la paz o la tranquilidad en la República o en alguna parte de ella, o de causar el alza o baja de los precios de las mercancías o de lastimar el crédito de la Nación o de algún estado o municipio, o de los bancos legalmente constituidos;*
- IV. *"Toda publicación prohibida por la ley o por la autoridad, por causa de interés público o hecha antes de que la ley permita darla a conocer al público."<sup>26</sup>*

La Secretaría Técnica de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación, es la dependencia encargada de vigilar que todo tipo de publicación impresa y periódica en el país acate el marco jurídico establecido que las regula.

La LVII Legislatura Federal presentó una iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social -impulsada por el Partido Acción Nacional, Partido de la Revolución Democrática y Partido del Trabajo-, el 22 de abril de 1997, reglamentaria de los artículos 6º. y 7º. de la Constitución General de los Estados Unidos Mexicanos y abrogatoria de la Ley de Imprenta vigente desde 1917 con carácter de transitoria, cuyo proceso de revisión quedó inconcluso.

Se señala como objeto de la legislación:

*"I. Establecer las normas jurídicas que regulen la relación existente entre el emisor, la naturaleza de los mensajes, los medios de información y los receptores, a fin de determinar y preservar las libertades y los derechos que correspondan a cada uno de los involucrados.*

*"II. Fomentar el ejercicio pleno del derecho a la información y la libertad de expresión en un marco plural y participativo que coadyuve a la conformación de una opinión pública bien informada.*

<sup>26</sup> Pinto Mazal, Carlos. Régimen legal de los medios de comunicación. 271-272 p.p.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

*"III. Promover que toda persona, organización y grupo social sean sujetos activos, participantes y con efectivo y libre acceso a la información,*

*"IV. Estimular el respeto al libre ejercicio profesional del informador y facilitar su acceso a las fuentes de información y*

*"V. Proteger la libertad, la dignidad de la persona y el respeto a la vida privada, impulsar la defensa y fortalecimiento de la cultura nacional en todas sus manifestaciones."<sup>27</sup>*

Además, en su artículo 4º. están delineadas las funciones de la comunicación social:

*"I. Difundir información cierta, objetiva, completa, plural y clara sobre hechos y situaciones de interés público, sin importar el medio por el que se difunda o el sistema tecnológico que utilice.*

*"II. Promover un diálogo social amplio y plural, no excluyente, discriminatorio ni dogmático: al efecto, la información que se transmita deberá ser oportuna, veraz y objetiva, tendiente al mejoramiento de las formas de convivencia humana.*

*"III. Ser instrumento activo para la educación y el desarrollo cultural de todos los sectores sociales del país.*

*"IV. Contribuir al esparcimiento y recreación de la persona, la familia y la sociedad en general y*

*"V. Promover el respeto a los principales valores sociales, el lenguaje y el respeto a todos los individuos, con especial atención en los mensajes dirigidos a la infancia."<sup>28</sup>*

El proyecto de iniciativa consta de 62 artículos y 7 transitorios, en los cuales se establecen derechos y obligaciones en relación a la libertad de expresión, el derecho a la información, derecho de réplica, además de la integración de la Comisión Nacional de Comunicación Social.

<sup>27</sup> LVII Legislatura. H. Cámara de Diputados. Iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social. Pág. 33.

<sup>28</sup> LVII Legislatura. H. Cámara de Diputados. Op. Cit. Pág. 34.

**LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN.**- El primer antecedente fue la Ley de Comunicaciones Eléctricas promulgada por el general Plutarco Elías Calles el 23 de abril de 1926; 10 años más tarde durante el régimen del general Lázaro Cárdenas se promulgó el Reglamento de las estaciones radioeléctricas, y la actual legislación tiene el antecedente de un proyecto legislativo que el presidente Adolfo López Mateos envió en 1960 al Congreso de la Unión para reglamentar los contenidos de la programación en radio y televisión.

La Ley Federal de Radio y Televisión fue expedida el 8 de enero de 1960 y publicada en el Diario Oficial el 19 de enero del mismo año, consta de 105 artículos. Se establece el dominio inalienable e imprescindible de la nación de su espacio territorial y del medio de propagación de las ondas electromagnéticas, cuyo uso es bajo el sistema de concesiones y permisos otorgados por el Ejecutivo Federal. Además, en su artículo 58 se garantiza el derecho de información, expresión y recepción a través de estos medios de comunicación.

Asimismo, está contemplada la función social de la radio y la televisión de fortalecer la integridad nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana, con base en el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana, vínculos familiares, evitando influencias nocivas al desarrollo armónico de la niñez y juventud, contribuir a elevar el nivel cultural e identidad del pueblo, así como fortalecer las convicciones democráticas, unidad nacional y cooperación internacional.

Un punto importante es el relativo a que las secretarías de Estado, Gobiernos de los Estados, Ayuntamientos y organismos públicos "promoverán la transmisión de programas de divulgación con fines además tiene como objeto legislar sobre el contenido de la programación, específica de orientación social, cultural y cívica."<sup>29</sup>

A la Dirección General de Radio y Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación corresponde el supervisar y vigilar el cumplimiento de la Ley Federal de Radio y Televisión, la Ley Federal de Cinematografía y sus respectivos reglamentos, así como la función social de los medios de

<sup>29</sup> Pinto Mazal, Carlos. Op. Cit. Pág. 324.

comunicación, con la finalidad de contribuir a la reafirmación de los valores históricos, culturales, artísticos y sociales de los ciudadanos, y su sano entretenimiento.

Por su parte, la Secretaría de Comunicaciones es la dependencia encargada de otorgar y revocar las concesiones o permisos; y la Secretaría de Educación Pública tiene la encomienda de promover la educación y la cultura, con la transmisión de programas de mejoramiento cultural, interés cívico y la propiedad del idioma nacional; en tanto, la Secretaría de Salud autoriza la transmisión de propaganda comercial y de servicios.

En esta legislación está garantizado el derecho de información y expresión, resaltando el hecho de transmisión gratuita de media hora diaria continua o discontinua para la difusión de temas educativos, culturales y de orientación social, cuyo material lo proporcionan las dependencias del Ejecutivo Federal, además de los boletines relacionados con la seguridad y defensa nacionales, la conservación del orden público, o bien, para prevenir o remediar cualquier calamidad pública.

El 29 de diciembre de 1961, en el Diario Oficial de la Federación, se publicó la Ley de Impuestos para las estaciones que explotan estaciones de radio y televisión, reglamentación que dispone el pago del 12.5% de los ingresos brutos como impuesto.

Posteriormente, el 31 de diciembre de 1968, -también en el Diario Oficial-, el Acuerdo Presidencial por el cual la Secretaría de Hacienda y Crédito Público es la dependencia encargada de recibir de los concesionarios el pago de impuesto con algunas modalidades, a través de la ley que establece, reforma y adiciona las disposiciones relativas a diversos impuestos federales y en su artículo 9 señaló un nuevo impuesto con el cual fue gravado con una tasa del 25% de impuesto total de los pagos efectuados por los servicios prestados por empresas que funcionen al amparo de concesiones federales para el uso de bienes del dominio directo de la Nación y el 1º de julio de 1969, en el Diario Oficial de la Federación apareció publicado el Acuerdo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, por el cual se acordó el pago del impuesto con el 12.5% del tiempo diario de transmisión de cada estación y el Estado haría uso de ese tiempo para realizar funciones propias de acuerdo a la Ley Federal de Radio y Televisión.

**REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN Y DE LA LEY DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA.**

- Promulgado el 8 de marzo de 1973 por el presidente Luis Echeverría Álvarez, consta de 58 artículos, se especifica que estos medios de comunicación constituyen una actividad de interés público, correspondiendo al Estado vigilar el cumplimiento de su función social, por ello deben ser vehículos de integración nacional y de enaltecimiento de la vida en común, con base en actividades culturales, de recreación y fomento económico, siendo la información una actividad específica.

Se hace referencia también al Tiempo del Estado, en el artículo 12, correspondiente a las estaciones de radio y televisión, incluyendo el material proporcionado por la Secretaría de Gobernación en un tiempo de media hora continua o discontinua en su programación diaria, sobre acontecimientos nacionales e internacionales de carácter educativo, cultural, social, político, deportivo, y otros de interés general.

En este reglamento se especifican funciones de la Dirección de Información de la Secretaría de Gobernación, entre las cuales se encuentran: indicar el orden de difusión de los programas elaborados por las dependencias y organismos públicos, el conocimiento previo de los boletines a transmitirse gratuitamente, ordenar el encadenamiento de las estaciones de radio y televisión, vigilar el cumplimiento de disposiciones de transmisión y sancionar en caso de incumplimiento de la legislación en esta materia; conceder permisos para la transmisión en otros idiomas así como de programas de concursos, de preguntas y respuestas destinados a premiar la habilidad y conocimiento de los participantes.

Datos de 1998 indican la existencia en la República Mexicana de 595 estaciones de televisión divididas entre canales nacionales, repetidoras, televisoras locales y televisoras de los gobiernos estatales; mientras existen 1,332 emisoras de radio, divididas en 875 estaciones de A.M. y 479 en F.M.; y referente a los sistemas de satélites se cuenta con el Morelos II y Solidaridad II -el pasado mes de agosto del 2000 dejó de operar el Solidaridad I-, los cuales cubren el territorio mexicano y otras partes del continente americano.<sup>30</sup>

<sup>30</sup> LVII Legislatura. H. Cámara de Diputados. Medios de Comunicación y procesos electorales, 53-54 p.p.

#### HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Respecto a medios impresos, se tienen 400 periódicos de circulación nacional y 192 revistas, del mismo tipo de circulación y periodicidad variable; las agencias de información son 59, de las cuales 14 son nacionales, 45 internacionales.<sup>31</sup>

Durante las conferencias internacionales desarrolladas por la LVII Legislatura, se puso de manifiesto el atraso en el marco jurídico en el rubro de comunicación, por debajo de naciones como Paraguay, Colombia y Guatemala, además desde 1998 a México la Comisión Interamericana de Derechos Humanos de la OEA, señaló la revisión de la legislación reglamentaria de los artículos 6º. y 7º. de la Carta Magna, de ahí el interés por diversos sectores encaminados a actualizarlo de acuerdo a las condiciones históricas actuales en México, tomando en cuenta las opiniones del gremio periodístico.

---

<sup>31</sup> LVII Legislatura. H. Cámara de Diputados. Op. Cit. Pág. 54.

### 1.3 POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LOS PLANES DE DESARROLLO

En México, el tema de las políticas de comunicación social empezó a abordarse a partir de la década de los años ochenta, y los estudios en la materia señalan que el gobierno de José López Portillo dio un paso adelante al garantizar constitucionalmente el derecho a la información, pese a estar enfocado al ámbito político y la creación de una Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía -dirigida por su hermana, Margarita López Portillo-, además de comentar sobre la necesidad de articular una nueva filosofía en este campo, haciéndola participativa, popular y profundamente igualitaria y democrática, durante la celebración del Día de la Libertad de Prensa en 1980.

**RÉGIMEN MIGUEL DE LA MADRID HURTADO (1982-1988).**- A partir de su discurso de toma de posesión, el Presidente Miguel de la Madrid planteó el fortalecimiento de los sistemas de información sobre las acciones del Estado, por ello urgió en la necesidad de establecer un sistema de comunicación social para satisfacer la necesidad de comunicar del gobierno, el cual tiene la obligación de informar a la opinión pública sobre sus actividades, justificar sus políticas y defenderlas, esto es, proporcionar los elementos y datos necesarios para un juicio correcto, siendo los medios de comunicación el intermediario para conocer la opinión de los distintos grupos de la sociedad.

Comentó que las áreas de relaciones públicas de las dependencias gubernamentales deberían mejorar sus controles presupuestales para evitar prácticas que corrompen la libertad de expresión y opinión y destacó la necesidad de crear una comunicación auténticamente democrática al servicio de la democracia, lo cual era tarea delicada y urgente pero debía realizarla el gobierno y toda la sociedad civil.

Asimismo delineó las propuestas de la Política de Comunicación Social en el Plan Nacional de Desarrollo, presentado en mayo de 1983, estableciendo su fundamento "en la letra y el espíritu de los preceptos constitucionales, y, de modo particular, en las garantías individuales que consagran las distintas formas de la libertad de expresión. También son bases incommovibles de esta política el artículo 3º. que define el sentido de la educación nacional y, en

consecuencia, el destino que la Nación se ha fijado, el Artículo 25º. que define el carácter mixto de nuestra economía, así como el Artículo 27º. que define los términos de la soberanía de la Nación sobre sus recursos naturales y las características de su régimen de propiedad”.<sup>32</sup>

Además destacó la necesidad de una correspondencia entre el sistema de comunicación social con el democrático y el de economía mixta, así como el derecho a la expresión de todo grupo y sector como un compromiso del Estado mexicano de convertirlo en una realidad concreta, sin olvidar que los medios de comunicación deben estar al servicio de la soberanía, educación y cultura nacional.

Otro punto sobresaliente fue el fortalecimiento del federalismo, con la descentralización de la comunicación y por consiguiente el apoyo a instrumentos para conformar una opinión pública regional, pero sobre todo que la comunicación satisficiera las necesidades de la sociedad mexicana y no estar subordinada a los intereses de ningún sector, grupo o facción.

Así, en el marco de la política social implementada en esa administración gubernamental se recalcó la importancia de establecer un sistema integral de comunicaciones, con el fin de favorecer la integridad e identidad de los mexicanos, así como su desarrollo social, siendo la Secretaría de Gobernación, la entidad responsable de su ejercicio y vigilancia.

Se buscó consolidar una comunicación integral gobierno-pueblo a lo largo del territorio nacional, con el fin de proporcionar a todos los sectores de la sociedad, la información objetiva, seria y responsable de las acciones gubernamentales, con el objeto de evitar datos imprecisos de las actividades realizadas por el gobierno federal.

Se establecieron los principios y acciones a seguirse dentro de la política de comunicación social del Gobierno de la República:

*“- Contribuir al fortalecimiento de la soberanía y de la conciencia de identidad nacional, mediante la afirmación de nuestros valores esenciales.*

<sup>32</sup> México. Plan Nacional de Desarrollo 1983-88. Pág. 54.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

*"- Proporcionar una información veraz, oportuna y coherente del acontecer contemporáneo, a través de un mejor uso de los sistemas de información del Estado.*

*"- Procurar que la recreación ofrecida por los medios sea de una alta calidad y socialmente útil.*

*"- Impulsar a las manifestaciones culturales que expresen los valores que den forma a nuestra identidad nacional y a nuestra vocación universal.*

*"- Usar los medios con el propósito de ampliar y diversificar la participación ciudadana, así como orientar al consumidor para proteger su capacidad adquisitiva.*

*"- Formar y preparar a los cuadros profesionales necesarios para contribuir al mejoramiento de los contenidos y la calidad técnica de la prensa, de la radio, del cine y de la televisión. Fomentar, en consecuencia, la creación y el desarrollo de instituciones educativas especializadas en estas materias.*

*"- Extender la infraestructura material en el campo de las telecomunicaciones y estimular el desarrollo tecnológico necesario para afirmar nuestra independencia.*

*"- En el marco de nuestro orden constitucional, supervisar que los medios cumplan las normas vigentes, evitar fenómenos de concentración que sean contrarios al interés público e invitarlos a una estrecha colaboración que haga posible alcanzar los objetivos de este plan."<sup>33</sup>*

En el mismo tenor, en el Capítulo 8. Políticas Sectoriales, punto 8.13. Sistema Integral de Comunicaciones, se destacó el favorecer la integridad e identidad de los mexicanos, así como su desarrollo social, al permitir la comunicación y facilitar la difusión cultural, educativo y entretenimiento, así

<sup>33</sup> México. Op. Cit. Pág. 54.

como noticias e información sobre la comercialización de bienes y servicios necesarios.

Esto básicamente enfocado a la rama de telecomunicaciones, donde se hizo referencia a la importancia de lograr un mejor aprovechamiento de medios de comunicación como los satélites, teléfono, correo y telégrafo e inducir su desarrollo en relación con la educación, cultura y comunicación social, con base en una infraestructura moderna y eficiente, modernización de la administración de servicios, impulso al desarrollo tecnológico y vinculación con las políticas de desarrollo social y cultural.

Posteriormente, el 31 de enero de 1983 apareció en el Diario Oficial de la Federación, el acuerdo de creación de la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, firmado por el Presidente Miguel de la Madrid y, Manuel Bartlett, Secretario de Gobernación, estableciendo las funciones de informar y difundir oportunamente las actividades del Poder Ejecutivo Federal, además de elaborar y ejecutar los programas de difusión y dirigir las relaciones públicas, así como la coordinación con la Secretaría de Gobernación para la elaboración, ejecución y supervisión de los programas de comunicación social.

El titular sería un director general designado y removido por el Presidente de la República, quien ejercería sus funciones por acuerdo del Primer Mandatario. Durante esta administración se anunció la creación de los Institutos de Radio, Cine y Televisión.

Durante la realización de los Foros de Comunicación Social en el régimen presidencial de Miguel de la Madrid, fueron delineados aspectos por contemplar en una política de comunicación en México, de esta forma se enfatizó en concretar una eficaz coordinación institucional para planificarla, estructurando un plan estratégico y operativo posible de someter a evaluación.

Se subrayó el hecho de que el primer obligado a impulsar un sistema de comunicación social era el Estado, con especial importancia en mantener un diálogo constante entre gobernantes y gobernados, así como el fortalecimiento de los medios del Estado y los municipales como sostén de un sistema nacional de comunicación participativo y plural, en un marco democrático.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Además fue señalada la necesidad de proporcionar los datos necesarios para la toma de decisiones, tanto en el plano personal como profesional, e ir más adelante en el aspecto nacional.

Otro punto importante fue el relativo a la función educativa y cultural, proponiéndose el uso de los medios de comunicación de una forma constructiva y así propiciar un cambio hacia el desarrollo, utilizándolos de modo instrumental para aumentar la conciencia política, centrar la atención en la problemática nacional, crear un sentido nacionalista y suscitar el apoyo a los dirigentes, políticas y programas nacionales.

Las oficinas de prensa deberían ampliar su capacidad de comunicación, y los titulares conocer las necesidades fundamentales de los medios de comunicación.

En el curso de esta administración se recalcó el hecho de la conducción de la política en esta materia basada en el principio de la libertad de expresión, como condición para la auténtica y rica expresión social, así como fomentar una opinión pública analítica, crítica y participativa con base en una información con mayor amplitud y entre las acciones llevadas a cabo en primer término fue la reordenación administrativa del aparato de comunicación, además de los foros en la materia para estructurar su política.

Autores como Fátima Fernández destacan el hecho de no contar con un Ministro de Información y una dependencia encargada de la formulación de la política en la materia, por lo cual las acciones están sujetas a la actuación de los grupos informativos mejor organizados de la sociedad civil y por ello el modelo transnacional de comunicación.

La Coordinación de Comunicación Social depende del Presidente de la República, mientras que los medios de comunicación formalmente están a cargo de la Secretaría de Gobernación.

“Es decir, al no haber un ministro encargado de explicitar la política informativa del Estado, ésta queda implícita en las realizaciones de los consorcios informativos, cuya línea de trabajo se inscribe en el modelo transnacional de comunicación. Se garantiza con esto la sucesión presidencial, pues se evita que el ministro de información pueda hacer uso de los medios de

#### HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

difusión para fortalecer su candidatura presidencial. Pero se impide a la vez, que los planteamientos educativos y culturales se vean instrumentados también a través de los medios de difusión. Planteamientos que han sido explicitados con toda claridad por los funcionarios correspondientes, pero que no pueden traducirse en programas instrumentables, porque la estructura informativa está subordinada al modelo comercial de difusión.”<sup>34</sup>

**RÉGIMEN CARLOS SALINAS DE GORTARI. (1988-1994).**- El Diario Oficial de la Federación publicó el 13 de febrero de 1989 el Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación, en el artículo 5º., fracción XXV, estableció que esta dependencia es la encargada de “formular, regular y conducir la política de comunicación social del Gobierno federal y las relaciones con los medios de comunicación,”<sup>35</sup> además de orientar, auxiliar, coordinar y evaluar los programas en esta materia de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

Asimismo, somete a la consideración del Presidente de la República, propuestas para reglamentar el aprovechamiento del tiempo establecido en la Ley Federal de Radio y Televisión y el titular de la Dirección de Comunicación Social auxilia al titular de la dependencia a establecer los lineamientos en esta materia y conducir la política.

Por otra parte, también en el Diario Oficial de la Federación, el 22 de diciembre de 1992, fueron publicados los Lineamientos para la aplicación de los recursos federales destinados a la publicidad y la difusión y, en general a las actividades de comunicación social, los cuales entraron en vigor a partir del 1º. de enero del año siguiente.

El documento emitido por las Secretarías de Gobernación, Hacienda y de la Contraloría General de la Federación, señaló “por objeto establecer nuevos mecanismos de control y verificación en el ejercicio de recursos públicos destinados a publicidad, propaganda, publicaciones oficiales y, en general, los relacionados con actividades de comunicación social de las dependencias y entidades de la administración pública federal, a que se refieren las partidas por concepto de gasto 3601 (gastos de propaganda), 3602 (impresiones y publicaciones oficiales), 3603 (espectáculos culturales), 3604

<sup>34</sup> Fernández Christlieb, Fátima. Los medios de difusión masiva en México. Pág. 300.

<sup>35</sup> [www.presidencia.gob.mx](http://www.presidencia.gob.mx).

(servicios de telecomunicaciones) y 3605 (otros gastos de difusión e información).”<sup>36</sup>

Especificó además que los titulares de las citadas dependencias y entidades de la administración pública serían los responsables de adoptar las medidas conducentes para la racionalidad y selectividad de las erogaciones en esta materia, que deberían canalizarse exclusivamente al desarrollo de los programas de difusión e información, así como a su promoción interna y externa, a través de medios de comunicación de amplia circulación y cobertura.

Otro punto era evitar las erogaciones de gastos de medios de comunicación en viajes al extranjero de los servidores públicos, y como antecedente se tenía el comunicado de la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República referente a que en los viajes presidenciales a nivel internacional, los propios medios de comunicación costearían los gastos de sus representantes, medida puesta en marcha desde marzo de 1993, en la búsqueda de hacer transparente la generación de información y la utilización de los recursos del Estado, además de llevar un control de las partidas presupuestales, enviando un informe a la Secretaría de la Contraloría General de la Federación.

Días antes la titular de la dependencia, María Elena Vázquez Nava, había anunciado la reducción en 300 mil millones de pesos del presupuesto destinado a las direcciones de comunicación social en la administración pública, el cual en 1992 ascendió a aproximadamente 600 millones de pesos, y a principios de 1993 se especificó una reducción del 40% del presupuesto destinado a las direcciones de comunicación social.

Las opiniones acerca de la implementación de estas medidas fueron variables, desde el rechazo hasta señalar que representaban un paso adelante en el diseño de una nueva política de comunicación social, en la cual todos los actores de la comunicación tenían participación para dar paso a la formación de una opinión pública actuante e informada, con medios de comunicación plurales y competitivos.

<sup>36</sup> El Nacional. Dic. 22 de 1992. Pág. 5.

## **HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Además de abrir una nueva etapa en la relación Estado-prensa, en la cual la entrega de dádivas a periodistas desaparecería y los encargados de estas áreas deberían acatar las disposiciones, ya que en caso contrario podrían ser amonestados, suspendidos, sancionados o destituidos en el cargo público. Implicaban además una reducción en el rubro de publicidad y la consiguiente desaparición de muchos medios de comunicación que se sostenían de ésta.

### ***RÉGIMEN ERNESTO ZEDILLO PONCE DE LEÓN. (1994-2000).***

En el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, no fue especificada una política de comunicación social, sólo se destacó que la democracia es inconcebible sin las libertades de expresión y prensa, además se subrayó el hecho de la información como un derecho garantizado por el Estado.

Por otra parte, la LVI Legislatura creó el 28 de enero de 1995, la Comisión Especial de Comunicación Social, con el objetivo de analizar la posibilidad de una reforma legislativa en esta materia, cuestión avalada por el Primer Mandatario "al integra la reforma legislativa en materia de comunicación social como tema fundamental de la Reforma Política del Estado, advirtiendo con respeto, que esta iniciativa había surgido del Poder Legislativo, concretamente de la Cámara de Diputados, en quienes él consideraba se encontraba la responsabilidad del proyecto." (Sic).<sup>37</sup>

La citada comisión tuvo como objetivos la actualización de la legislación y el fortalecimiento de la libertad, enfocándose a la defensa de la de expresión e información y para ello organizaron una consulta pública.

Los Foros de Comunicación Social, fueron organizados por la mencionada comisión -integrada por 35 diputados del PRI, PAN, PRD y PT-, en 10 ciudades del 8 de junio al 11 de julio de 1995, se presentaron 694 y 2 mil 908 ponencias -de las cuales el 57.06%, o sea 396 ponencias y 1 mil 952 propuestas se concentraron en la iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social-, tuvo como objetivo consultar a la ciudadanía acerca de propuestas sobre políticas gubernamentales en materia de información y comunicación, en especial las referentes a la regulación y funcionamiento de las oficinas de

<sup>37</sup> Versión estenográfica del diputado José Luis Torres Ortega, durante la Relatoria de los Foros Regionales de Consulta Pública en materia de Comunicación Social. Pág. 2.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

comunicación social, así como la modernización de leyes y reglamentos en esta materia.

Se planteó la elaboración de la Ley General sobre medios de comunicación, la reglamentación del derecho a la información, la creación de una Ley General de Comunicación Social, estableciendo límites concretos a la libertad de expresión, obligando a las instancias públicas a proporcionar información a quien lo solicite y agrupando las normas legales de los diversos medios y sus reglamentos, además de fijar los criterios, atribuciones, obligaciones y derechos competentes a toda oficina de prensa, así como su redefinición como instancias mediadoras entre funcionarios públicos, medios de comunicación y sociedad en general, y contar con una difusión definida tanto interna como externa, con base en políticas informativas veraces y oportunas. Asimismo, se mencionó la promulgación de una ley reglamentaria del derecho a la comunicación social, estableciendo garantías, derechos y responsabilidades de los comunicadores, sin olvidar definiciones base como la comunicación social.

Para el cumplimiento de las legislaciones planteadas se propuso la creación de Consejos Nacionales, Estatales y Municipales, o bien, un Consejo Nacional de Comunicación Social, o uno especializado; mientras el Estado, el supervisor de que los medios de comunicación se conviertan en factores de integración y democratización cultural y familiar.

Otro punto importante fue el relacionado a que los gobiernos federal, estatal y municipal hicieran públicas sus políticas de comunicación social, para dar cauce a las manifestaciones de una sociedad más participativa y crítica a las acciones de gobierno.

Asimismo, fue propuesto el establecimiento de una política gubernamental con la participación del gobierno en los sistemas de comunicación social, una comunicación directa entre gobernantes y gobernados y asegurar que los medios de comunicación no vulneren los principios de moralidad pública y la integración dentro de la política de la riqueza cultural de las etnias y la promoción de su desarrollo.

Todo ello bajo el argumento de que el Estado tiene la facultad de vigilar y actuar en las actividades en materia de información y comunicación y el

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

gobierno habría de renunciar a todo tipo de censura y procurar canales abiertos para informar sobre los procesos gubernamentales, su participación representaría una garantía para todos los sectores de la sociedad, sin restricciones y con políticas de desarrollo social, cultural, político y económico.

También se puso de relieve la importancia de la participación de los medios de comunicación en el desarrollo nacional y se concluyó en la necesidad de su apertura y deliberación como base del sistema democrático.

Pero sobre todo, en la necesidad de que toda instancia de gobierno pusiera en marcha políticas de comunicación social, entendiéndola como una comunicación política en su más alto significado, lo cual equivaldría a una gestión democrática de los intereses de la sociedad.

La última actividad desarrollada en el campo de la comunicación social fue la realización de las Conferencias internacionales sobre medios de comunicación, en mayo de 1998, 1999 y 2000, organizadas por la LVII Legislatura de la Cámara de Diputados, formulando 26 propuestas en este rubro como es el "otorgar rango constitucional al derecho de acceso de los individuos y de la sociedad a la información pública...Garantizar el respeto al libre ejercicio profesional del informador y el derecho de acceso a fuentes de información de interés público...Crear la figura del Ombudman de la comunicación."<sup>38</sup>

Y en opinión del diputado Javier Corral Jurado, presidente de la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía, -durante la presentación de la ponencia titulada "Escenarios de la comunicación", en 2000-, señaló la necesidad de definir y aplicar una política de comunicación social considerando los derechos básicos establecidos en los artículos sexto y séptimo de la Constitución, a efecto de establecer mecanismos que garanticen el acceso de los ciudadanos a la información, así como el derecho de las personas a salvaguardar su vida privada frente al uso indebido de la información y, el derecho de réplica en todos los medios de comunicación.

<sup>38</sup> LVII Legislatura. H. Cámara de Diputados. Medios de comunicación y procesos electorales. Un compromiso para el futuro. 300-301 p.p.

## **HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Ante el cambio tecnológico a nivel mundial, el 31 de enero del 2000, fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el Acuerdo por el cual se establecieron las normas y lineamientos generales para la erogación de recursos presupuestales en materia de comunicación social para el ejercicio fiscal de ese año, en el cual se señaló que las dependencias y entidades de la administración pública federal además de instrumentar una estrategia de comunicación social -garantizando el artículo 6°. Constitucional-, establecerían y mantendrían actualizada una dirección electrónica en Internet con esta información: Ley Orgánica, Reglamento Interior, Decreto de creación o estatuto orgánico; Manual de Organización, directorio y currícula de los principales servidores públicos, programa anual de trabajo, principales indicadores de gestión, servicios públicos a la comunidad, boletines y comunicados de prensa, marco jurídico aplicable a las actividades desarrolladas.

La Presidencia de la República cuenta con el Sistema Internet de la Presidencia (SIP), [www.presidencia.gob.mx](http://www.presidencia.gob.mx), desde el 1°. de septiembre de 1996 ofreció información en formato de texto, gráfico, audio y video y fue creado con el fin de contar con un canal de difusión en este medio.

El diseño de página, versión 2.0, contenía información como la biografía del Jefe del Ejecutivo, el gabinete legal, comunicados de prensa, versiones estenográficas de las palabras del Primer Mandatario, información sobre giras nacionales e internacionales, visitas de jefes de Estado y personalidades del extranjero, Plan Nacional de Desarrollo, Programas de Gobierno, Informes de Gobierno, Cobertura especial de la agenda presidencial en giras internacionales, sección especial: Chiapas, sección internacional en inglés, fotografías, audio y video de discursos y mensajes seleccionados, y servicios de búsqueda por palabra, listado de correo y una ventana (ticker) con la información actualizada de la Presidencia y el gobierno federal.

Además del Directorio de Comunicación Social, editado anualmente por la citada dirección, contenía datos de cada uno de los directores de comunicación de las secretarías de Estado, así como de gobiernos de las entidades federativas, con los datos esenciales para establecer una comunicación, así como una lista de ligas o *link* a los sitios *Web* de periódicos, revistas, síntesis informativa, cables, estaciones de radio y televisión de la República Mexicana que cuentan con este servicio.

Otro aspecto fue el relacionado con el marco legal de los medios mexicanos, enlistó ligas y archivos de reglamentos, acuerdos y leyes, y Multimedia, incluyó audio y video de discursos seleccionados y un archivo de fotografías recientes de los eventos, actualizado cada semana.

Por otra parte, en agosto del 2000 durante la Primera Reunión de Directores y Coordinadores de Comunicación de los Congresos Estatales y Federal, se propuso la integración de una Asociación Nacional de Coordinadores de Comunicación Social, a fin de mejorar la difusión de las actividades y trabajos parlamentarios. Además, la conformación de la Dirección o Departamento de Información de Congresos locales en la Cámara de Diputados y plantearon beneficios de reglamentar la comunicación institucional.

**RÉGIMEN VICENTE FOX QUEZADA. (2000-2005).**- Tras la celebración del periodo electoral del 2 de julio del 2000, el Instituto Federal Electoral dio a conocer el triunfo del Partido Acción Nacional en la Presidencia de la República, el candidato del blanquiazul, Vicente Fox Quezada como presidente electo manifestó un total respeto a la libertad de expresión.

Así como el mantener una relación digna y respetuosa con los medios de comunicación y, el libre flujo de información del gobierno a la sociedad y subrayó: "Hay que decirlo con claridad el gobierno debe informar y hacer públicos sus resultados y jamás utilizar los medios para deformar la realidad."<sup>39</sup>

Además de proponer la reforma al marco legal de los medios, a fin de poner un alto a la cultura de los privilegios, ilegalidad y complicidades y así dar paso a una etapa de transparencia.

Estableció un programa de radio semanal para conocer las inquietudes de la población sobre la marcha del país y servir de canal de comunicación con el Presidente de la República, el cual se transmite desde la ciudad de México, frecuencia 1260 Khz. de A.M. o 95.3 Mhz. de F.M. de 12:00 a 13:00 horas cada sábado, titulado "Fox en vivo, Fox contigo" y ha mostrado

---

<sup>39</sup> El Financiero Octubre 7 del 2000. Ningún privilegio a medios: Fox. Pág. 20.

disposición a dar respuesta a cada una de las inquietudes de los diversos sectores sociales.

Además está presente la figura del vocero, en la persona de Martha Sahagún, quien desde 1995 realiza esta función para el mandatario mexicano y fue corresponsable del área de Comunicación Social del presidente electo junto con Francisco Ortiz, al realizar la función de enlace con los medios de comunicación masiva, tanto nacionales, como extranjeros en una administración que por primera vez en la historia de México recae en el PAN y marca una nueva etapa histórica en México, al ganar la elección presidencial un partido de oposición.

En entrevista con medio de comunicación, Martha Sahagún lamentó la falta de una política de comunicación social de donde partir, por ello está conociendo el beneficio social y explorando que otro valor agregado puedan tener los canales televisivos 11 y 22, así como la agencia Notimex y descartó que los medios en poder del Estado desaparezcan.

Referente a la política a seguir en este rubro, señaló que debe ser clara, transparente, con libre flujo de información, evitando el engaño, la manipulación y soborno, y el gremio periodístico deberá aportar ideas y estar de acuerdo en su aplicación y agrega: "Se necesita establecer una política de comunicación en la que todos estemos de acuerdo para poderla ejercer con claridad y sin piedritas en el camino, y establecer una relación muy cercana, de mucha comunicación *off the record* para poder ir hablando y adecuándonos."<sup>40</sup>

Tras señalar que los medios de comunicación cumplen una responsabilidad social, consideró que la libertad de expresión debe respetarse en todas sus formas; en tanto, la información es una obligación y responsabilidad social y "son los propios medios los que deben establecer sus códigos de ética para responder no a un gobierno, no a un sector, sino a la sociedad que está cada vez más exigente por saber todo lo que pasa en la nación entera."<sup>41</sup>

<sup>40</sup> La Jornada. "Sahagún: el trato con medios se limpiará la casa "si fuera el caso." Pág. 8.

<sup>41</sup> La Jornada. Op. Cit. Pág. 8.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Posteriormente, tras su nombramiento como Coordinadora de Comunicación Social de la Presidencia de la República, el 22 de noviembre del 2000, expresó un absoluto respeto a la libertad de expresión y derecho a la información, destacando un trato digno, respetuoso, sin privilegios para los medios de comunicación y la prioridad de construir canales de comunicación con objeto de recolectar las propuestas de la sociedad.

Especificó que su trabajo se enfocará a brindar información veraz y oportuna, de manera permanente de cada uno de los programas o acciones del gobierno federal, además de promover un clima social positivo. Y apuntó que los principios de comunicación gubernamental son de honestidad, transparencia, respeto, diálogo oportuno y de servicio.

En tanto, Francisco Ortiz fue nombrado el 27 de noviembre del 2000 Coordinador de Opinión Pública e Imagen, oficina dependiente de la Presidencia de la República, en sus primeras declaraciones se comprometió a mejorar la imagen pública e impulsar cambios de difusión a su interior.

En diciembre de ese año se conoció la política de comunicación social de la actual administración. (Ver Anexo A); el 4 de enero del 2001 fue publicado en el Diario Oficial de la Federación, el Acuerdo de creación de las Coordinaciones Generales de Comunicación Social y, de Opinión Pública e Imagen de la Presidencia de la República, modificando la estructura de la Dirección General de Comunicación Social al dividirse en dos unidades administrativas. (Ver Anexo B).

Y, el 23 de enero del 2001, el Acuerdo donde se establecen las normas y lineamientos generales para las erogaciones destinadas a publicidad, propaganda, publicaciones oficiales y, en general todas aquellas referentes a comunicación social para el ejercicio fiscal de este año. (Ver Anexo C).

El periodista Jorge Meléndez establece tres puntos clave: Derecho a la información, nuevo trato a los medios públicos y una política clara con los medios privados.

Sin olvidar otras cuestiones como es la información veraz y oportuna de parte del gobierno, "el determinar con un consejo consultivo las concesiones y su vigencia, algo que ya no corresponderá al presidente en turno o al secretario

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

de comunicaciones, que los medios en manos del gobierno sean realmente estatales y no informadores de lo que hacen los funcionarios gubernamentales, el derecho de réplica en todos los medios, pero especialmente en radio y televisión, que ciudadanía y las instituciones no gubernamentales y las de educación superior participen en la toma de muchas decisiones y una larga lista."<sup>42</sup>

Asimismo, organizaciones no gubernamentales -como la Fundación Manuel Buendía, Centro Nacional de Comunicación Social, la Academia Mexicana de Derechos Humanos-, hicieron llegar al Presidente la propuesta del establecimiento de un Plan Nacional de Comunicación Pública, y le plantearon acciones para transformar los actuales medios en públicos, entre ellos se destaca la necesidad de reformar la naturaleza jurídica de los decretos y normas de creación de los medios financiados con recursos federales para terminar así con la unirepresentatividad del Poder Ejecutivo Federal en los procesos de toma de decisiones, definir que el sentido de los medios públicos no es la competencia con los medios comerciales, pues su perfil programático es diferente y por tanto con otro objetivo. El garantizar la libertad de información, la búsqueda de mecanismos idóneos de financiamiento público e introducir el derecho de réplica a informaciones inexactas, al tiempo de crear la figura del defensor del auditorio, así como también establecer un consejo asesor editorial que de seguimiento a la política informativa y editorial de cada medio, usando la relación de éstos con la sociedad, a lo cual Fox se comprometió a la reconversión de los medios gubernamentales en medios públicos.

Por otra parte, la fracción parlamentaria del Partido Acción Nacional planteó el 9 de noviembre del 2000, ante el seno de la Cámara de Diputados, un anteproyecto de reformas para modificar la Ley Orgánica de la Administración Pública, entre las cuales destaca la delegación de funciones de la Secretaría de Gobernación a la Secretaría de Educación Pública (SEP), en cuanto al manejo de los medios en poder del Estado, a fin de que cumplan plenamente con las funciones educativas y culturales.

---

<sup>42</sup> Comentario de Jorge Meléndez. Radio Educación XEEP A.M. 1060 Khz. Noticiero Pulso de la mañana. Agosto 14 del 2000

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La propuesta fue presentada por el diputado César Nava Vázquez, señalando que sea la SEP la dependencia que adquiriera las facultades de la Secretaría de Gobernación en la promoción de producción de cine, radio, televisión e industria editorial, y ésta última formularía, regularía, conduciría la política de comunicación social del gobierno y las relaciones con los medios de comunicación, así como la operación de Notimex.

Por otra parte, el M. en R.I. Carlos Levy, director de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales (Aragón), en su tesis de maestría titulada "La importancia de la información en la era de la mundialización" propone la creación de una Secretaría de Información en México, cuyo fin esencial sería la elaboración de políticas y estrategias de comunicación social en el gobierno federal, lo cual considera una necesidad social y permitiría recuperar la confianza y transparencia de la información generada por el Estado, con base en una difusión veraz, objetiva y oportuna de sus acciones en un marco democrático.

El periodista Manuel Buendía sintetizó la importancia de una política de comunicación social al señalar: "Un gobierno verdaderamente democrático no se define por el verbalismo de sus integrantes -a cualquier nivel- sino por sus acciones. Y de éstas, la más definitoria es la clase de comunicación social que se adopte como política del Estado, para aplicarla institucionalmente: para respetarla y protegerla; y para hacer que se extienda a todos los órganos y estamentos del cuerpo social.

"Una política de comunicación colectiva así declarada y puesta en práctica, fructífera en un sistema nacional, en un estilo nacional de vida, que convierte al pueblo en protagonista de su propio gobierno."<sup>43</sup>

Ahora será un punto importante a analizar si en el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006, se incluye algún apartado específico sobre comunicación social y estudiar si sufren modificaciones los artículos 6º. y 7º. de la Carta Magna y las leyes derivadas de ellas o surgen nuevas -tomando en cuenta la participación del gremio periodístico en forma directa-, tras el anuncio del Jefe del Ejecutivo Federal de actualizar la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el pasado 5 de febrero del 2001.

<sup>43</sup> Buendía, Manuel. Ejercicio Periodístico. Pág. 66.

# II. EL ESTADO DE MÉXICO Y LA COMUNICACIÓN SOCIAL



- *En México, la libertad de expresión es total y es uno de los aspectos que mejor define el sistema democrático en que vivimos: Mario Colín.*

En el hoy territorio del Estado de México las primeras tribus indígenas asentadas en el Valle de México vivieron en el periodo preclásico, aproximadamente en el año 1,500 A. de C., dedicándose a la agricultura, la fabricación de utensilios de piedra, hueso y barro, además de moldear figurillas de tierra cocida, en un territorio magnífico con laderas rodeándolo, situado a 2,200 m.s.n.m., con lagos que permitieron el desarrollo de la agricultura.

Los otomíes, toltecas, nahuas y mazahuas se asentaron en este valle, los primeros tenían como territorio las islas y la ribera oriental del lago de Xaltocan pero "quedaron oprimidos por fuerzas opuestas que no toleraban la neutralidad,"<sup>1</sup> se trasladaron al norte y, los segundos son descritos como grandes arquitectos, carpinteros, mecánicos, diestros en la agricultura y en el tejido, quienes bajo la guía del sacerdote astrólogo Huemac fundaron la ciudad de Tollan.

A la llegada de los españoles encontraron los reinos de Cuauhtitlan, Texcoco, Tlacopan y el imperio azteca, el más poderoso y extenso del continente americano, organizados por 20 clanes exugámicos -no totémicos-, los *calpulli*, unidos por descendencia masculina.

El reino azteca se había instalado en el Valle de México, en una cuenca interna, ya que las aguas no tenían salida, dando lugar a la formación de los ahora desecados lagos de Zumpango, Xaltocan y Cuautitlán.

El antecedente territorial es el Marquesado del Valle de Oaxaca, el cual por Cédula Real dada en Barcelona, España, el 16 de julio de 1529, el rey Carlos V concede a Hernán Cortés por las conquistas realizadas y comprendía la Provincia de México después llamada Intendencia.

Tras la consumación del poderío español, el territorio se dividió en reinos y provincias, constituyéndose el reino de México integrado por las provincias de México, Tlaxcala, Puebla, Oaxaca y Michoacán y es en el periodo colonial cuando se le denomina Provincia de México en 1548, integrada por 5 de las 23 provincias en las cuales se dividía el Virreinato.

<sup>1</sup> Vaillant, George C. *La civilización azteca*. Pág. 76.

#### HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

En 1786, durante el reinado de Carlos III se expidió la Real Ordenanza para el establecimiento de 12 Intendencias en el Reino de la Nueva España, siendo la primera la "Intendencia General de Ejército e Provincias de México", con capital en la ciudad de México.

Al concluir la etapa de la Independencia, la Junta Provisional Gubernativa decretó una legislación para establecer Legislaturas en los estados y, el 7 de noviembre de 1823 se instaló el Congreso Federal mientras el 20 de diciembre de ese año la Provincia es elevada a la categoría de Estado.

La fecha oficial de creación del Estado de México es el 2 de marzo de 1824, al instalarse el Primer Congreso Constituyente, en la ciudad de México, -al igual que el Congreso, Gobierno y su Consejo, Tribunal Superior de Justicia, la Contaduría General y Tesorería-, siendo Melchor Muzquiz el primer gobernante desde el 17 de septiembre de ese año, en un territorio similar al que tenía como Intendencia de México con una superficie de 118,489 Km<sup>2</sup>, cuyos límites eran: al norte, San Luis Potosí; al sur, Océano Pacífico; al oeste, Guerrero y Michoacán; y, al este, Veracruz, Puebla y Oaxaca, con la jurisdicción del Distrito Federal y la mayor parte de los estados de México, Guerrero, Hidalgo, Morelos, así como el distrito de Calpulalpan, actualmente en el estado de Tlaxcala.

La población se concentraba en el Valle de México y Toluca, en un territorio abundante y diverso en sus características físicas, al abundar valles, se practicaba la pesca en sus numerosos lagos, además existían zonas magueyeras, yacimientos de plata y forja de hierro.

Más tarde, con la aprobación de la "Ley para establecer las legislaturas constituyentes en las provincias que han sido declaradas estados de la Federación Mexicana, y que no las tienen establecidas," publicada el 10 de enero de 1824 por Melchor Muzquiz, se procedió a la elección de los primeros diputados al Congreso Constituyente del Estado.

La Ley Orgánica Provisional expedida por Melchor Muzquiz, señaló al Estado de México como parte integrante de la Federación, independiente, libre y soberano en su administración y gobierno interior, con una forma de gobierno republicana, representativa y popular, división de poderes legislativo, ejecutivo y judicial, religión católica, apostólica y romana.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Fecha el 16 de agosto de 1824 esta legislación se juró el 2 de septiembre del mismo año y también estableció la división del territorio en 8 distritos: Acapulco, Cuernavaca, Huejutla, México, Taxco, Toluca, Tula, Tulancingo.

El primer Congreso integrado por 21 diputados propietarios y 7 suplentes se instaló a propuesta de José María Ruano el 2 de marzo de ese año, celebrándose la primera sesión, de ahí que esa fecha sea reconocida oficialmente como el día de la erección de la entidad, en virtud de su carácter jurídico, pero inició su vida política independiente de conformidad con el artículo 7º. del Acta Constitutiva de la Federación firmada por el Congreso Constituyente el 31 de enero de 1824 y el 20 de diciembre de 1823 ya había sido elevado a la categoría de Estado.

Por otra parte, el primer proyecto de Constitución fue elaborado por el diputado José María Luis Mora, presentado el 11 de abril de 1826, estableciendo derechos imprescindibles del hombre en sociedad, como la libertad, la igualdad y la seguridad; la Constitución del 14 de febrero de 1827 fue sancionada siendo gobernador Melchor Muzquiz y constó de 237 artículos, 1 transitorio, divididos en siete capítulos, subdivido en capítulos con rubro e incorpora las principales garantías individuales, como es la libertad.

El 23 de octubre de 1835, la entidad se convirtió en Departamento cuando la República pasa de ser federal a central y en 1847 se reimplantó el Federalismo, recobrando la calidad de Estado que pierde durante la dictadura de Santa Ana y en 1861 retorna al régimen constitucional para volver a convertirse en Departamento durante la intervención francesa y al restablecerse la ley republicana se eligió a través de un proceso al gobernador.

Posteriormente, está la Constitución del 17 de octubre de 1861, en el periodo gubernamental de Felipe B. Berriozabal, después la del 1º. de diciembre de 1870 y, la del 6 de noviembre de 1917, siendo gobernador Agustín Millán.

La Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México vigente consta de 149 artículos y 15 transitorios, aprobada en Toluca, capital de la entidad, el 27 de febrero de 1995 y establece que el Estado de México es parte integrante de la Federación de los Estados Unidos Mexicanos, libre y

soberano en su régimen interior, con un gobierno republicano, representativo y popular.

Entre 1821 y 1871, el Estado de México perdió cuatro quintas partes de su territorio y con ello más de dos terceras partes de sus habitantes, a raíz de la creación en 1824 del Distrito Federal como sede de los Poderes de la Federación, por ello se buscó una nueva sede y primero se ubicó en Texcoco de febrero a junio de 1827, para pasar a San Agustín de las Cuevas (hoy Tlalpan) de junio de 1827 a julio de 1830 y de esa fecha a la actualidad, Toluca es la capital de la entidad, resultando seleccionada por contar con un clima excelente, provisiones abundantes y edificios que actualmente albergan a los poderes estatales.

Posteriormente en 1917, la entidad nuevamente sufrió una disminución de territorio, al aportar 2 mil kilómetros y durante la década de los años setenta mostró signos de recuperación económica y crecimiento poblacional y así en 1985 su participación en el Producto Interno Bruto a nivel nacional se ubicó en el segundo lugar.

En la actualidad, el Estado de México es uno de los más importantes en el consenso nacional, sus límites son: al norte, Querétaro e Hidalgo; al sur, Guerrero y Morelos; al oeste, Tlaxcala y Puebla; y, al poniente Guerrero y Michoacán, contando con una extensión de 21 mil 499.95 kilómetros cuadrados.

El gobierno de la entidad está integrado por los Poderes Legislativo, representado por la Legislatura local, conformada por 45 diputados electos en distritos electorales según el principio de mayoría relativa y 30 de representación proporcional, en 45 distritos electorales; el Poder Ejecutivo, encabezado por el Gobernador Arturo Montiel Rojas (1999-2005); y, el Poder Judicial por el Tribunal Superior de Justicia, regidos por los principios emanados de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Existen 122 municipios administrados por ayuntamientos de elección popular directa, los cuales iniciaron su periodo de gobierno el 18 de agosto del 2000 y concluirá en 2003.

Los últimos gobernantes de la entidad han sido: Dr. Jorge Jiménez Cantú (1975-1981), Lic. Alfredo del Mazo González (1981-87), Lic. Mario

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Ramón Beteta (1987-1988), Lic. Ignacio Pichardo Pagaza (Dic. 1988 a Sept. de 1993); Lic. Emilio Chauyffet Chemor (Sept. de 1993 a Junio de 1995), durante este periodo de gobierno se conformó el municipio 122 y reformó la constitución local con la disminución a 149 artículos de los 230 anteriores; Lic. César Camacho Quiroz (Junio de 1995-1999); y, Lic. Arturo Montiel Rojas, quien asumió el Poder Ejecutivo en 1999.

El territorio estatal está dividido en 8 regiones económicas, su clima es templado o mesotérmico en el norte de la entidad, semifrío en el centro y este, mientras es semicálido en la parte sur y, frío en las partes altas, con una temperatura anual promedio de 13 a 20 grados centígrados; la población está asentada principalmente en las zonas del Valle Cuautitlán-Texcoco y Valle Toluca-Lerma.

De acuerdo a los resultados preliminares del XII Censo General de Población y Vivienda 2000, la población de la entidad es de 13 millones 83 mil 359 habitantes,<sup>2</sup> la más poblada del país y ya en 1997 contaba con una población de 12 millones 222 mil 891 habitantes, con una tasa de analfabetismo de 7.1 y PEA 54.6.

---

<sup>2</sup> [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx).

## 2.1 HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL ESTADO DE MÉXICO

Los primeros antecedentes se encuentran en los pregoneros, aquellos personajes -nombrados por Cabildo-, encargados de hacer públicos los acontecimientos y ya en 1524 "encontramos en las Actas de Cabildo las primeras noticias sobre los pregoneros, verdaderos predecesores del actual periodista...informaban a la comunidad de las medidas tomadas por el Ayuntamiento, mismas que debían obedecerse y esto en sí, constituía ya una fuente de conocimiento e información popular."<sup>3</sup>

Propagaban las disposiciones oficiales y obligatorias tomadas por el gobierno, como la prohibición de jugar a los dados y naipes, de portar armas, castigo a los ebrios.

Posteriormente, las hojas volantes -tras la introducción de la imprenta-, denominadas también relaciones, nuevas, noticias, sucesos o traslados, siendo la más antigua la fechada el 10 de septiembre de 1541 e informó de un terremoto en Guatemala, para pasar a la gaceta y la primera llevó por título "Gaceta General. Sucesos de este año 1666."

Después en 1722 la "La Gaceta de México y Florilugio Historial de las Noticias de la Nueva España" del padre Juan Ignacio María de Castorena y Ursúa, con impresión de 6 números mensuales con el pie de imprenta de la viuda de Miguel de Rivera Calderón, otorgando la autorización el virrey de la Nueva España, Baltazar de Zúñiga, marqués de Valero, con información religiosa, nombramiento de funcionarios, movimientos comerciales y marítimos. Eran 4 hojas en cuarto (8 páginas) y su colección consta de 48 planas.

Mientras el primer periódico en América Latina y en la República Mexicana nace en el Estado de México, fue "**El Ilustrador Nacional**" por obra y dirección del doctor José María Cos, quien señaló su objetivo de "presentar los fines que se persiguen con la guerra, la justicia del movimiento

<sup>3</sup> Ruiz Castañeda, Ma. Del Carmen. Et-al. *El Periodismo en México 450 años de su historia*. Pág. 8.

insurgente y las circunstancias en que se desarrollan los planes rebeldes, así como las capas políticas, económicas y sociales que lo forman."<sup>4</sup>

Así nace ante la necesidad de propagar las ideas de Independencia y dar a conocer las consignas y proclamas del Ejército Independiente, el primer ejemplar fue publicado el 11 de abril de 1812, en el Real de Sultepec, "ese periódico tiene el mérito de que para su edición fue improvisada una pequeña imprenta que hizo el mismo doctor Cos con auxilio de algunos vecinos; los caracteres fueron elaborados de madera y como se carecía de tinta especial se utilizó el añil, material que servía como colorante en la confección de rebozos.

"En esta forma tan peculiar se imprimieron en Sultepec 6 números del **Ilustrador Nacional**, siendo elogiados por su presentación, aunque causó gran desconcierto entre las autoridades virreinales y debido a esto prohibieron su circulación."<sup>5</sup>

Lo anterior tras la publicación de un bando del virrey Venegas al declarar cómplices a quienes copiaran, leyesen y oyesen papeles considerados como sediciosos, cuyo contenido eran proposiciones desmáticas e injuriosas y debían los ciudadanos dar aviso de su circulación a las autoridades.

Impulsada la publicación por José María Cos, quien escribió en su primer número que sin un periódico es imposible difundir deliberadamente los ideales de la independencia, se caracterizó por evadir el servilismo y el insulto, abriendo el espacio para la libre expresión y contó con la colaboración de Andrés Quintana Roo, el doctor Guerra, Fray Servando y José Robelo tras el cambio de su denominación por "**Ilustrador Americano**," el 27 de mayo de 1812. El 16 de mayo se publicó el último número del **Ilustrador Nacional**, cuyo costo fue de un real, o bien, se podían adquirir cuatro números por tres reales.

En Sultepec también fue publicado bajo la dirección de Andrés Quintana Roo el "Seminario Patriótico Americano" en la misma imprenta, del cual se conocen 27 números y el último fue publicado el 17 de enero de 1813, salía los domingos y escribieron personajes como Ignacio López Rayón, Fray Servando Teresa de Mier, Leona Vicario y el propio Quintana Roo y pretendía

<sup>4</sup> Ruiz Castañeda, María del Carmen. Op. Cit. Pág. 101.

<sup>5</sup> Folleto. Sultepec. Datos históricos. Pág. 18.

ser una revista de comentario. Así como los "Planes de Guerra y Paz" del propio doctor Cos. La imprenta fue adquirida en 1977 por Mario Colín Sánchez.

A iniciativa del Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa, en 1964 el Gobierno del Estado de México acogió la idea de celebrar anualmente el aniversario de su aparición.

"Para instituir éste tan importante acontecimiento histórico, Alfonso León García se dio a la tarea de gestionar ante el gobierno del Estado y la Legislatura para darle personalidad legal a la ocasión, y en 1965 se decreta la colocación de una placa en la casa donde se imprimió el periódico, como homenaje al doctor José María Cos. La primera ceremonia relevante de la fundación del periódico el **Ilustrador Nacional** fue el 11 de abril de 1965.

"El inmueble donde se imprimió el primer periódico se encuentra en la calle Porfirio Díaz, entre avenida Benito Juárez y Niños Héroes.(Sic)"<sup>6</sup>

Así, al Estado de México se le considera cuna del periodismo nacional y de América Latina, y en 1995 por acuerdo del Ejecutivo Estatal, organizaciones gremiales y académicas, se instituyó el 11 de abril como el Día del Periodista Mexiquense, y en el marco de su VII Congreso Internacional, la Federación Latinoamericana de Periodistas declaró esa misma fecha como Día del Periodista Latinoamericano, a partir de 1996.

En el periodo de la 1ª. República Federal 1824-1830, existió una carencia de medios de comunicación por parte del gobierno y "la esfera superestructural de un estado en composición, 'precaria' vino a complementarse con el ejercicio persuasivo de instrumentos formales tales como: su periódico oficial en que publicaba y promovía entre otros ramos la instrucción general de los pueblos. De igual manera participaba en el subsidio del periódico "El Reformador", pero del que recibía participaciones por las suscripciones generales. Sin embargo, ante una sociedad predominantemente analfabeta los impresos se significaron tan sólo en disertaciones entre letrados y clérigos, pero desde entonces la necesidad gubernamental de utilizar estos medios se empezó a configurar".<sup>7</sup>

<sup>6</sup> Folleto Sultepec. Op. Cit. 18-19 p.p.

<sup>7</sup> Mena Vargas, Apolinar. La administración pública del Estado de México. Pág.163.

Y el sábado 22 de septiembre de 1827, salió a la luz pública la "**Gaceta de Gobierno**", periódico oficial del Gobierno del Estado, publicado los miércoles y sábados, conteniendo las disposiciones oficiales del gobierno local y fechado en San Agustín de las Cuevas, con costo de un peso la suscripción al mes.

En este primer número en un texto que apareció a manera de editorial se señala la importancia de la ilustración de las ideas entre los individuos:

"Un pueblo que ignora sus derechos está expuesto siempre á ser víctima de un injusto poder, ó de la maliciosa impostura, el que los conoce se halla rodeado de elementos con que repeler al primero y despreciar á la segunda: la igualdad, la libertad y la justicia, son los atributos privativos de la sabiduría: la esclavitud, el abatimiento y la superstición, el funesto resultado de la ignorancia, en que no ha sido, ni podrá ser feliz ningún pueblo. La necesidad en que se halla el nuestro de un conducto seguro por donde instruirse de sus primeras obligaciones con respecto á su situación política, leyes que lo rigen: obligaciones que le tocan, y conducta que observan sus funcionarios, ecsigía imperiosamente la redacción de un periódico que abrazará estos importantes objetos, dignos de nuestro siglo, de la franqueza de nuestras instituciones y del decoro de una nacion que comienza á figurar en la escena del mundo ilustrado, y que es llamada por su destino al nivél de las más poderosas de la Europa." (Sic).<sup>8</sup>

Se informó de su contenido: "disposiciones, órdenes y decretos del Ejecutivo: las sentencias y providencias del poder judicial, las noticias de todos los establecimientos de utilidad pública, y cuanto concierne al recto conocimiento de los deberes del magistrado, obligaciones de los ciudadanos y derechos de las naciones fundados sobre los invariables principios de la equidad y la justicia; de suerte que los regidos sepan lo que deben cumplir y los regentes lo que pueden mandar"<sup>9</sup> y actas, sesiones y acuerdos del Congreso.

<sup>8</sup> Gaceta de Gobierno del Estado de México. No. 1 Tomo I. Septiembre 22 de 1827. Pág. 1. (Conservada en el Archivo Histórico del Municipio de Nextlalpan de F.S.S.).

<sup>9</sup> Gaceta de Gobierno del Estado de México. Op. Cit. Pág. 1.

#### HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La gaceta era una impresión de 12 hojas, editada en la imprenta del Gobierno de la entidad, a cargo de Juan Matute, siendo gobernador Lorenzo de Zavala y su primer número incluyó un comunicado del Congreso del Estado, referente a la publicación de leyes y reglamentos, así como el informe de labores del Poder Judicial de enero a julio de 1827.

Posteriormente, las gacetas llevaron un número consecutivo, incluyendo noticias nacionales e internacionales, como anécdotas y descripciones de sitios de interés en la entidad, se especificó que no perseguía fines de lucro "sino de que los ciudadanos tengan á poca costa todos aquellos conocimientos necesarios, al hombre en sociedad, y que sepan, como ya otra vez se dijo lo que se puede mandar, y lo que deben obedecer, en virtud del pacto solemne de los pueblos y de las francas instituciones que los rigen. Esto parece debe ser el primer cuidado de todo gobierno filantrópico que apetece la ilustración de sus súbditos, y que no teme ver ante estos diafronzadas, sus operaciones, cuando lleven por norte la justicia, el decoro y la imparcialidad. (Sic)"<sup>10</sup>

En la entidad fueron establecidas imprentas en Tepotzotlán "en cuyo taller se asegura fue impreso *El Pensador Mexicano* de don Joaquín Fernández de Lizardi; para 1826 hubo imprenta en San Agustín de las Cuevas, hoy Tlalpan, cuyo taller estuvo a cargo de don Juan Matute y González y se asegura que la iniciativa para establecer este taller se debe a don Lorenzo de Zavala con quien cooperó José María de Heredia; en 1830 se estableció la imprenta en Toluca, en donde publicó *El Payo del Rosario*, o sea Pablo de Villavicencio; más tarde don Lorenzo de Zavala llevó otra imprenta, y a mitad del siglo XIX existía la de don Manuel R. Gallo; hemos de agregar imprenta en Chiapa de Mota por el año 1868 que Mario Colín, en *La imprenta en la región norte del estado de México* pone en 1881 y en la misma fecha, 1868, aparece en Jilotepec; Naucalpan en 1821, que es la misma fecha en que aparece también en Tacubaya del ahora Distrito Federal."<sup>11</sup>

Se conoce que Agustín de Iturbide en 1821 ordenó a Ramón Rayón instruir a Mariano Magán, impresor insurgente, de trasladarse a la ciudad de Toluca con su imprenta para imprimir los documentos enviados por Luis Quintanar o Anastacio Bustamante y sólo se realizó un impreso, este fue un

<sup>10</sup> Gaceta de Gobierno del Estado de México. No. 7 Tomo I. Pág. 25. Nota: Aparece firmado: EE.

<sup>11</sup> Pompa y Pompa, Antonio. 450 años de La imprenta tipográfica en México, 52-53 p.p.

opúsculo escrito por Andrés Quintana Roo titulado "Contestación a la proclama del Excmo. Sr. D. Juan O'Donojú."

Tras la creación de la República Federal en 1824, los impresos oficiales del gobierno del Estado de México fueron realizados por imprentas de Mariano Galván, Alejandro Valdés y Martín Rivera, ésta última tuvo encargos importantes como la impresión de la primera Constitución Política local, proclamas, avisos, circulares y bandos, pero no existen datos que la señalen como oficial, pese al apoyo gubernamental de tipos y enseres de artes gráficas, pero sirvió de base para la instalación de la ubicada en la calle del Buen Rostro en Tlalpan, cuya producción fue considerable.

Para ello, el Congreso local comisionó al diputado José María Franco para trasladar los enseres a un local que había ocupado el Hospicio de San Antonio, haciéndose cargo de ella Juan Matute y González -el gobierno en 1826 había convocado al arrendamiento de la imprenta-, y la instalación de llevó a cabo en agosto de 1827, realizándose impresiones de documentos oficiales y periódicos como "Miscelánea" en 1829 de José María Heredia, el cual posteriormente cambió de denominación por "El Porvenir", apareciendo su primer número el 3 de noviembre de 1846, y saliendo los martes, jueves y sábado. Así como "El Conservador" y "El Fanal," en el cual se anunció el regreso de Lorenzo de Zavala al poder estatal.

De esta forma se contó con la primera imprenta oficial y antes el gobernador Zavala a través del periódico "El Águila Mexicana" realizaba la publicación de los documentos oficiales del gobierno.

Por otra parte, el 12 de mayo de 1824, apareció publicado un decreto del gobernador Melchor Muzquiz estableciendo la reserva del Congreso Estatal de imprimir sus actas originales y colección de decreto. Y el 21 de marzo de 1831, el mismo mandatario decretó la redacción de un periódico "en que se inserten los documentos oficiales que convenga publicar y se promueva entre otros ramos la instrucción general de los pueblos,"<sup>12</sup> y autorizó la cantidad de máxima de 25 pesos semanarios mientras el periódico se sostenía con su producto propio.

<sup>12</sup> Colin, Mario. *Guía de documentos impresos del Estado de México (1824-1835)*. Pág. 232.

#### HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Hasta 1830 la imprenta estuvo en Tlalpan para trasladarse a Toluca, y en 7 años la producción fue escasa; posteriormente, fue reubicada en el Instituto Literario de Toluca -siendo el director don Felipe Sánchez Solís-, existiendo el dato de la inauguración de un taller tipográfico en una ceremonia protocolaria llevada a efecto el 26 de julio de 1857 y los encargados fueron Manuel Jiménez y Pedro Martínez; y, después en la Imprenta Tipográfica del Gobierno de la Escuela de Artes y Oficios en 1899.

En la región norte de la entidad el primer libro publicado fue "Tratado de Aritmética (según los mejores autores españoles, franceses y mexicanos, escrito para uso de las escuelas de primeras letras)", escrito por Marcial Velázquez y Cordero, en la imprenta de don Jesús Perales, en una edición de 248 páginas y formato de 15 x 10.5 cm.

Posteriormente, las imprentas fueron instaladas en Temascalcingo en 1890, Real del Oro, San Felipe del Progreso, Acambay.

Durante el siglo XIX un texto publicado en el periódico "Temis y Decaulion" por Ignacio Ramírez, causó gran revuelo, al defender los derechos de los indígenas y el Secretario de Gobierno, Manuel García Aguirre durante la administración del gobernador Mariano Riva Palacio, presentó una denuncia judicial en contra del autor por subversión.

Sin embargo, tras una serie de defensas de su autor en el periódico "El Demócrata" y apoyos de "El Siglo Diez y Nueve" y numerosas referencias en publicaciones de la época finalmente resultó absuelto, sin embargo "la inquietud que había despertado entre los conservadores de Toluca provocó nuevos incidentes. En una carta pública, se denunció una conspiración para asesinar al gobernador Riva Palacio señalando como instigadores a Ignacio Ramírez, a su suegro Remigio Mateos, al director del Instituto don Felipe Sánchez Solís y a otras personas."<sup>13</sup>

Lo anterior ante el temor de una violenta rebelión de indígenas y posteriormente Sánchez Solís fue retirado de la dirección del mencionado instituto y Ramírez cesado como profesor y síndico municipal, para después

<sup>13</sup> Naime, Alexander et-al. *Periodismo regional en el Estado de México*. Pag. 40.

integrar la fórmula de propietario y suplente, respectivamente, en una diputación federal.

En opinión del maestro Inocente Peñaloza García el artículo titulado "A los indios" de Ramírez pasó a la historia del periodismo toluqueño de ese siglo como un intento de ejercer plenamente la libertad de expresión.

### *A LOS INDIOS*

"Las elecciones para el Congreso del Estado se acercan, y vosotros, hijos de razas generosas y desgraciadas, debéis trabajar por el triunfo de los liberales *puros*: si aspiráis á recobrar la dicha y el esplendor que disfrutásteis en los tiempos de Netzahualcoyotl; sin los rasgos de barbarie, que mancharon la cuna de vuestra sociedad, y con todos los recursos en que abunda la ilustración del siglo, podeis recobrar el perdido imperio de la América. Cortés no ecsiste y no ecsistirá ya otro Cortés, ¿por qué vuestra libertad no ha despertado? Considerar que no solo se os oprime, sino que vuestros enemigos se avanzan á asegurar que no perteneceis á la especie humana.

"Elegid diputados que trabajen pro vosotros. No todos vuestros deseos pueden cumplirse inmediatamente; pero entre las cargas que os fatigan, hay algunas de que os aliviarán con empeño vuestros amigos los *puros*. Los *puros* son los únicos partidarios que os aman, pues los santanistas, os quieren para soldados de su gefe, los monarquistas quieren reconquistaros, y los *moderados* os quieren vender como lo han hecho en Yucatan con vuestros hermanos. Todo indio debe ser *puro*, porque los indios son desgraciados y los *puros* quieren que todos los desgraciados mejoren su suerte.

"Vuestros enemigos os quitan vuestras tierras, os compran á vil precio vuestras cosechas, os escasean el agua aun para apagar vuestra sed, os obligan á cuidar como soldados sus fincas, os pagan con vales, os maltratan, os enseñan mil errores, os confiesan y casan por dinero, y os sujetan á obrar por leyes que no conoceis, los *puros* os ofrecen que vuestros jueces saldrán de vuestras senos, y vuestras leyes de vuestras costumbres, que la nacion mantendrá á vuestros curas, que tendreis tierra y agua, que vuestras personas serán

respetadas, y que vuestros ayuntamientos tendrán fondos para procurar vuestra instrucción y proporcionaros otros beneficios.

"Nunca deis vuestro voto sino á un *puro*. Ved con suma desconfianza á los dueños de las haciendas, á sus mayordomos á los eclesiásticos, á todos los ricos, á todos los que se dejan que les beseis la mano, porque la mayor parte de estos tienen interés en que permanezcáis pobres é ignorantes. Pedid consejo á los puros. Conservad la paz con vuestros enemigos, sin que por eso os entreguéis en sus garras.

"En el Estado no hay industria ni comercio, y así todos sus gastos deben salir de su riqueza territorial, que es bastante para cubrirlos, porque importa muchos millones de pesos y cada año pudiera aumentarse, si los hacendados fueran un poco mas inteligentes y laboriosos. Para los gastos públicos se necesita menos de un millon, y este no puede salir de los pobres, mientras que entre los ricos se gasta el doble en vanidades.

"El hacendado tiene capital y ganancias, mientras el indio, por lo comun, tiene solo un mezquino salario, que ni entre las ganancias, ni entre los capitales puede calificarse.

"El rico si pierde sus ganancias, queda con su capital; el pobre si pierde salario perece en la miseria.

"El rico puede cambiar su capital, el pobre no puede venderse.

"Ya se preparan millares de recaudadores para arrancar á los esposos, á los padres y á los hijos del seno de sus familias, ó para obligarlos á huir á los bosques y á convertirse en ladrones y en asesinos, para que los hacendados no paguen ni la contribución irrisoria del tres al millar. Los *puros* ofrecen sacar legalmente el dinero de donde lo hubiese.

"Pertenece á las clases abatidas y es la mejor garantía que podemos daros, oh indios! Para ayudaros en vuestras justas pretensiones, no volvais á contar con el *puro*, que cuando llegue al

poder no cumpla religiosamente sus compromisos.

"No desesperéis por vuestro actual abatimiento, pues debeis saber que más allá de los mares por donde veis salir el sol, ecisten muchos pueblos, que se encuentran tan miserables como vosotros y que no obstante, se esfuerzan por alcanzar la ventura. Los rusos son los indios del czar, los italianos son los indios del papa, los españoles, los alemanes, los franceses son los indios de sus caciques y ya no quieren serlo, que busque nuestro actual Congreso indios en otra parte.

"Paz, prudencia, constancia ¡oh indios! y confianza en los *puros*, y si á nosotros no sobreviene alguna desgracia, sabed que somos mártires, porque somos vuestros defensores. Vosotros podeis hacer mucho ¿no fuisteis los compañeros de Hidalgo? ¡Volved los ojos al monte de las Cruces y alentaos." (Sic).<sup>14</sup>

"**La Victoria**" fue el Periódico oficial del Gobierno del Primer Distrito del Estado de México, defensor del sistema republicano, publicado en 1867 y antecesor de "**La ley**".

El periódico "**La ley**", editado a partir del 7 de enero de 1868, se le señaló como el periódico oficial del Gobierno del Estado Libre y Soberano de México, comprendiendo 103 números hasta el 29 de diciembre de ese año e impreso en la Tipografía del Instituto Literario, cuyo responsable fue Pedro Martínez.

Esta publicación de los Tomos II, III y IV hasta 1871 incluyó las secciones: Congreso del Estado, con información de las sesiones celebradas; Gobierno General, conteniendo información sobre decretos expedidos por el Congreso de la Unión y comunicados de la Federación al Estado de México; Gobierno del Estado, publicando decretos del Congreso local; Revista del Estado, incluyendo informes rendidos por las Jefaturas Políticas de los Distritos de la entidad; Gacetillas y Avisos, proporcionando información sobre diversos tópicos.

---

<sup>14</sup> Temis y Decaulion. Pág. 11.

#### HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

En 1872 redujo su tamaño y apareció martes, jueves y sábado, inició nuevamente en el Tomo I y el redactor responsable fue Manuel Necochea, con las secciones: Congreso del Estado, Gobierno del Estado, Editorial, Gacetilla y Avisos, además de Varias noticias, Extranjero y Variedades.

En total se editaron 16 tomos hasta 1904, bajo la dirección de Alejandro Herrera, Regino Castro, Nicolás Hernández, Felipe Rentería, Ernesto Mora y Juan B. Garza, siendo la Secretaría de Gobierno la dependencia responsable y "Cumplió con el objetivo de proporcionar al lector un panorama general de noticias, abarcando la información oficial y otros aspectos relevantes de la vida económica, social y cultural del Estado de México"<sup>15</sup>.

Ante la necesidad del gobierno de contar con un vocero oficial, el gobernador José Vicente Villada ordenó el cambio de denominación a "**Gaceta del Gobierno del Estado de México**" en marzo de 1899, publicándose los miércoles y sábados en pliego triple. Entre los directores estuvieron Juan D. Garza, Felipe N. Villarello, Alejandro Herrera, Lic. F. Javier Gaxiola y sólo trató aspectos oficiales, incluyendo las secciones de los 3 poderes estatales y las existentes Secretarías de Estado.

Después existieron publicaciones como el Boletín Pedagógico de 1894 a 1896; Boletín de Higiene en 1894 a 1900; Boletín de la Hacienda Municipal de 1898 a 1904; Boletín del Instituto Científico y Literario de Toluca de 1898 a 1905 y otra publicación relacionada con el instituto fue "El Estudiante" publicado en Toluca de 1901 a 1904 con el subtítulo "Órgano Científico y Literario de la Sociedad Felipe Sánchez Solís".

Entre las publicaciones oficiales a lo largo de la historia mexiquense también encontramos unas de aparición temporal con un fin específico como "El Cosmopolita" en apoyo a la reelección de Porfirio Díaz, o "El Pito Real" periódico de campaña del general Vicente Riva Palacio.

En 1915, siendo gobernador el general Pascal Morales y Molina fueron creadas varias secciones en la administración estatal, entre ellas: "Periódico Oficial de Gobierno;" en 1918 con el gobierno de Joaquín García Luna está la dependencia del Periódico Oficial del Estado; para 1941, al expedirse el

<sup>15</sup> Nairne, Alexander. Et-al. Op. Cit. Pág.122.

Reglamento Interno de la Secretaría General de Gobierno, se estableció la Oficina Gaceta de Gobierno; y en 1952 el gobernador Salvador Sánchez Colón creó la dirección "Gaceta de Gobierno".

Actualmente, el nombre del periódico oficial es "**Gaceta de Gobierno**", con edición a lo largo del año cuyo contenido es gubernamental de carácter informativo, con costo variable y es la Dirección General de Gobernación la dependencia encargada de administrar y vigilar su publicación, en la cual se incluyen la promulgación de leyes y decretos aprobados por la Legislatura del Estado, así como los acuerdos del Ejecutivo Estatal.

Las publicaciones oficiales representan un medio de comunicación entre el estado y la sociedad, "constituyen una base explicativa de la retroalimentación de la mente y memoria públicas,"<sup>16</sup> al cumplir la exigencia jurídica y política de informar a los ciudadanos, por ello su rentabilidad es de tipo social y tiene una importancia fundamental una distribución adecuada y estar al alcance del público, esto es, "deben estimular la circulación libre de la información institucional por medio de su difusión amplia y equilibrada, garantizar el acceso de la sociedad misma."<sup>17</sup>

Otro aspecto es su contribución a informar, comunicar y reforzar los valores de identidad nacional, fomento a los valores culturales y legitimar al sistema político, pero no deben servir de lucimiento político.

En la entidad se ha hecho la propuesta de insertar en estas publicaciones su asiento principal, título, edición, códigos mundiales como el ISBN, serie y fecha de publicación. También se ha planteado la posibilidad de la creación de la Editora General del Gobierno del Estado de México.

Por lo que respecta a los antecedentes de la actual coordinación general de comunicación social, fue el 9 de abril de 1829 cuando el entonces gobernador Lorenzo de Zavala promulgó un decreto para establecer en el Estado "una oficina anexa al edificio del Congreso que con el nombre de Redacción se encargara de desempeñar las diversas actividades relacionadas

<sup>16</sup> Memoria. Primer Simposium de Editores y depositarios de publicaciones oficiales, estatales y municipales. Pág. 12.

<sup>17</sup> Memoria. Primer Simposium de Editores y depositarios de publicaciones oficiales, estatales y municipales. Op.Cit.

Pág. 27.

#### HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

con la impresión y publicación de los asuntos que discuta el Congreso. Se dan normas precisas para el funcionamiento de la Oficina y se detallan las obligaciones del personal."<sup>18</sup>

Durante el periodo de gobierno del profesor Carlos Hank González (1969-1975), se estableció la Dirección de Prensa y Relaciones Públicas como una dependencia del Poder Ejecutivo y, de 1975 a 1981 en el periodo del gobernador Jorge Jiménez Cantú continuó establecida.

"El 9 de marzo de 1982 se expidió el Acuerdo del Ejecutivo del Estado por el que se crea la Coordinación General de Comunicación Social, con el objeto de establecer un sistema de comunicación participativa que permitiera la rápida difusión de las acciones de Ejecutivo y que se convirtiera en un instrumento receptor de las demandas y necesidades de los diversos sectores del Estado,<sup>19</sup> y concentró las actividades editoriales.

De acuerdo a datos de 1989 existían 14 estaciones de radio registradas y 10 de televisión,<sup>20</sup> mientras en 1997, en el Estado de México contaba con 23 estaciones de radio, entre concesionadas y permisionadas, de las 1,358 en el país; además de 13 estaciones de televisión de las 599 existentes a lo largo del territorio nacional.

Como parte del Programa de Reestructuración de la Administración Pública Estatal, la Coordinación General de Comunicación Social en mayo de 1995 sufrió modificaciones en su estructura interna y se creó la Dirección Regional Zona Oriente, con objetivo de desconcentrar funciones de la Coordinación de Comunicación Social, actualmente bajo la dirección de Gustavo del Rio.

Al igual que la Dirección Regional del Valle de México -en funciones desde 1982 y a cargo de Jorge Vera-, tienen la encomienda de planear, programar, organizar, dirigir, controlar y evaluar el desempeño de las funciones planteadas; formular y proponer al coordinador los anteproyectos de programas anuales de actividades y presupuestos y la gestión de recursos para el desarrollo eficaz de su labor.

<sup>18</sup> Colin, Mario. Op. Cit. Pág. 171.

<sup>19</sup> Gaceta del Gobierno. Diciembre 24 de 1998. Pág. 2.

<sup>20</sup> Datos estadísticos. Estado de México. Pág.3.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Otras atribuciones son el asesorar y apoyar técnicamente, en asuntos de su competencia, a los servidores públicos solicitantes; rendir informes diarios, mensuales y anuales de sus actividades; y, proporcionar datos y cooperación técnica requeridos por dependencias, organismos auxiliares, fideicomisos e instituciones públicas, con acuerdo previo con el coordinador.

Ambas direcciones regionales dependen de la Dirección General de Difusión y tienen como objetivo difundir las acciones desarrolladas por el gobernador y las dependencias del Gobierno de la entidad, además de apoyar los programas de reforzamiento de la identidad mexiquense, a través de los medios de comunicación.

Y entre las principales funciones está la cobertura informativa de giras de trabajo del titular del Ejecutivo estatal, funcionarios federales y estatales, a fin de realizar su difusión; la elaboración de material informativo para artículos y boletines de prensa; propiciar reuniones con directores de periódicos del área para reforzar las políticas de comunicación social; realización de conferencias de prensa y mantener comunicación directa con los presidentes municipales para dar a conocer las acciones de las instancias estatales y municipales realizadas en forma conjunta.

Al año siguiente la dirección de Publicidad adquirió el rango de dirección general y el 6 de enero de 1997, por acuerdo publicado en la Gaceta del Gobierno por el Ejecutivo Estatal<sup>21</sup> se modificó el diverso por el cual fue creada la Coordinación General de Comunicación Social con su Reglamento Interno, a fin de establecer el ámbito de competencia, además de precisar que el gobernador puede contar con unidades administrativas para atender los aspectos de comunicación social. Actualmente, la titular de la Coordinación es Ana Lilia Herrera Anzaldo desde el 12 de enero del 2001.

El Sistema de Radio y Televisión Mexiquense es integrante de la Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales, A.C., conformada por 31 socios de 22 estados, participando 92 frecuencias de radio y 57 de televisión y está considerado como un organismo de la administración pública auxiliar.

<sup>21</sup> Gaceta de Gobierno del Estado de México. Diciembre 24 de 1998 Manual de Organización de la Coordinación General de Comunicación Social. Pág. 3.

#### HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Nació el 10 de julio de 1984 por acuerdo del Ejecutivo publicado en la Gaceta de Gobierno del Estado de México, como parte del surgimiento de sistemas regionales de televisión en la década de los ochenta.<sup>22</sup>

Recientemente entró en operación el Canal 34 XHPTP de UHF, con el cual se pretende beneficiar a cerca de 20 millones de espectadores y ampliar la cobertura a 85 municipios mexiquenses de los 122 de la entidad y cabe señalar que su programación es resultado de una consulta pública.

Datos de 1968 señalan la circulación de 5 diarios, 27 semanarios y otras publicaciones inconstantes, 4 estaciones de radio y se captaban todos los canales de televisión de la capital del país; mientras para 1989 estaban registradas 14 estaciones de radio y 10 de televisión.

En la entidad se otorga la Presea de Periodismo e Información "José María Cos", en el campo noticias, reportaje, crónica y entrevistas, en homenaje a la labor realizada en el campo del periodismo en el Estado de México, de un hombre que nació en 1774 en Zacatecas y murió en Pátzcuaro, Michoacán en 1819 y obtuvo el grado de doctor en teología en el Seminario Tridentino de Guadalajara.

De los 122 municipios, sólo los más importantes cuentan con un área de comunicación social y mantienen enlace con las direcciones regionales y la Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México, y algunas de las administraciones municipales del periodo 2000-2003 ya tienen contemplada o funcionando un área en esta materia, como se observa en los Bandos Municipales del año 2001.

---

<sup>22</sup> Cordera Campos, Rolando. Et-al. México: el reclamo democrático. Pág. 210.

## 2.2 LA LEGISLACIÓN EN MATERIA DE COMUNICACIÓN

La Ley Orgánica Provisional para el arreglo interior del estado libre, independiente y soberano de México en su artículo 65 señaló: "Los prefectos publicarán y circularán las órdenes é instrucciones oportunas a los subprefectos y estos á los ayuntamientos." (Sic).<sup>23</sup> Mientras el artículo 71 destacó el cumplimiento de las leyes, "haciéndolo imprimir, publicar y circular."<sup>24</sup>

La Constitución Política del Estado de México publicada el 26 de febrero de 1827, en Texcoco, siendo gobernador de la entidad Melchor Muzquiz y presidente del Congreso Local, José María Luis Mora, contempló la protección a la libertad de imprenta, entre una de las atribuciones de carácter político del Congreso local.

Melchor Muzquiz también dictó la primera Ley de Imprenta que "prevenía la prohibición definitiva de impresión de trabajos que perturbarán la unidad social de la nueva organización del país."<sup>25</sup>

El 17 de octubre de 1828 apareció un anuncio hecho del Presidente de la República al teniente gobernador Joaquín Lebrija, de la conclusión del reglamento de imprenta, estableciendo que las denuncias de escritos se presentarían o remitirían a los alcaldes, quienes publicarían mensualmente la lista de individuos sujetos a juicio de imprenta, especificando quienes han concurrido y las multas recibidas y para su calificación se nombraron a jurados.

Actualmente, la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México establece la obligación del gobernador del Estado de rendir un informe anual sobre el estado de la administración pública, ante la Legislatura local, así como "Planear y conducir el desarrollo integral del Estado en la esfera de su competencia, establecer procedimientos de participación y consulta popular en el Sistema de Planeación Democrática, y los criterios para

<sup>23</sup> Baranda Marha y García, Lia. Compiladoras Estado de Mexico. Pág. 137.

<sup>24</sup> Baranda Marha y García, Lia. Compiladoras. Op. Cit. Pág. 137.

<sup>25</sup> Naime, Alexander. Et-al. Op. Cit. Pág.10

la formulación, instrumentación, ejecución, control y evaluación del Plan y Programas de Desarrollo.<sup>26</sup>

Además de fomentar la organización de instituciones para difundir o inculcar entre los mexiquenses los hábitos, costumbres y actividades, a fin de mejorar sus niveles de vida.

En tanto, la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de México indica en su artículo 4º. que el gobernador del Estado tiene la facultad de contar "con las unidades administrativas necesarias para administrar programas prioritarios; de salud pública; *atender los aspectos de comunicación social*, practicar auditorías y coordinar los servicios de asesoría y apoyo técnico que requiera el titular del Ejecutivo.<sup>27</sup>

Asimismo, se subraya en el artículo 8º. su facultad de expedir reglamentos interiores, acuerdos, circulares y demás disposiciones tendientes a regular el funcionamiento de las dependencias administrativas y la autorización para expedir manuales administrativos.

Al enunciar las diferentes funciones de las dependencias estatales, se indica que corresponde a la Secretaría General de Gobierno la administración y publicación del periódico oficial "Gaceta de Gobierno"; a la Secretaría de Finanzas y Planeación el difundir permanentemente y publicar anualmente las disposiciones fiscales, estatales y municipales, así como integrar y mantener actualizada la información geográfica y estadística de la entidad; a la secretaria del Trabajo y Previsión Social el formular y ejecutar programas de difusión acerca de las modificaciones en las normas laborales; a la Secretaría de Educación, Cultura y Bienestar Social, impulsar las actividades de difusión y fomento cultural, además de establecer los criterios educativos y culturales en la producción radiofónica y televisa del Gobierno del Estado, así como coordinarse con los gobiernos federal y municipal para el impulso de programas de educación para adultos, alfabetización y programas especiales y el fomento a los programas de educación para la salud y el medio ambiente y campañas de para prevenir y atacar la farmacodependencia y el alcoholismo; y, la protección, mantenimiento del patrimonio artístico e histórico de la entidad.

<sup>26</sup> Gobierno del Estado de México. Prontuario de Legislación Fiscal 2000. Pág. 34.

<sup>27</sup> Gobierno del Estado de México. Op. Cit. Pág. 55.

#### HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La Secretaría de Ecología tiene la encomienda de difundir programas y estrategias relacionadas con el tema del equilibrio ecológico y la protección al ambiente; la de Desarrollo Agropecuario el organizar y promover congresos, ferias, exposiciones y concursos agrícolas, ganaderos, forestales y pesqueros en el estado; mientras que la secretaria de Desarrollo Económico organiza, promueve y coordina las actividades para un mejor aprovechamiento de los recursos turísticos, así como la realización de ferias, exposiciones y congresos industriales y comerciales; la Secretaría de Administración, coordinar y supervisar, en conjunto con las dependencias interesadas la emisión de publicaciones oficiales del Ejecutivo del Estado, a excepción del periódico oficial.

### 2.3 LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La administración estatal encabezada por Mario Ramón Beteta refrendó el compromiso de respetar las libertades de expresión y opinión, y el derecho a la información fue concebido como una garantía social, en el marco de una profunda convicción democrática. El Coordinador General de Comunicación Social fue Salvador del Río.

En 1992 el titular del Poder Ejecutivo Estatal, en compañía de Luis de la Barreda Solórzano, representante de Jorge Carpizo, presidente de la Comisión Nacional de Derechos Humanos, develó e inauguró el monumento a la libertad de expresión en la Facultad de Ciencias Políticas y Administración en la Universidad Autónoma del Estado de México y planteó: "La política de comunicación social tiene como propósito apoyar a la sociedad en el desarrollo de sus propios medios, por lo que el Gobierno ha auspiciado cursos de actualización, diplomados, seminarios, conferencias, ha promovido la recuperación del patrimonio gráfico informativo y documental mediante publicaciones de carácter histórico y la aplicación de acervos hemerográficos."<sup>28</sup>

El Plan de Desarrollo del Estado de México 1990-93 manifestó la plena vigencia del derecho social de la información y durante la administración de Ignacio Pichardo Pagaza, el 11 de enero de 1993, los presidentes municipales conocieron los Lineamientos Generales para la comprobación de egresos en materia de comunicación social, en los cuales se señaló que la publicidad, propaganda, publicación y demás erogaciones en esta materia de parte de los ayuntamientos deberían ser contratadas con una orden de inserción, rubricada por los titulares de las direcciones de comunicación social y el presidente municipal, todo ello en el marco de la nueva política en esta materia implementada por el gobierno federal.

De esta forma, toda orden de inserción debería contener los datos de la persona física y moral contratada, su Registro Federal de Causantes, el espacio y tiempo del servicio contratado, y en el caso de publicaciones copias fotostáticas de: Registro Federal de Causantes, Certificado de Licitud de

<sup>28</sup> Gobierno del Estado de México. *Haciendo sumas. Cronología de la acción de gobierno 1992*. 73-74 p.p.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Título, Certificado de Licitud de Contenido, Registro de la Dirección General de Derechos de Autor, Certificado de Periodicidad expedido por la Hemeroteca Nacional y la Tarifa de publicidad.

La publicidad se otorgó a diarios, semanarios o revistas de amplia circulación y cobertura en el ámbito nacional, estatal o municipal, para garantizar que la información respectiva llegara al destino propuesto por las dependencias públicas.

Esta medida se tomó con el fin de evitar dispendios en las arcas municipales y garantizar un mejor manejo del dinero en estas dependencias, como lo señaló en su momento Jorge Luis Vargas Velasco, titular de la Contaduría General de Glosa, al observarse erogaciones altas en este rubro por parte de los 121 municipios que de 1990 a esa fecha había sido mayor a los 50 millones de nuevos pesos, como apuntó el legislador Antonio Domínguez Nájera del Partido Acción Nacional, quien indicó otras de las acciones a seguir como fue el dejar de pagar viáticos, pasajes o gratificaciones especiales a representantes de medios de comunicación, pero sobre todo a personas ajenas a la administración municipal.

Por su parte, en su discurso de toma de posesión, el licenciado Emilio Chuayffet Chemor como gobernador constitucional del Estado de México el 15 de septiembre de 1993 planteó: "En materia de comunicación, el gobierno debe empeñarse en políticas de difusión de su quehacer que hagan efectivo el derecho de todos los ciudadanos a estar informados. Es piedra angular de las demás libertades públicas."<sup>29</sup> Además, planteó la ampliación de la señal de Radio y Televisión Mexiquense.

En el acuerdo del Ejecutivo del Estado, por el que se modificó el diverso por el cual fue creada la Coordinación General de Comunicación Social, publicado en la Gaceta de Gobierno el 6 de enero de 1977, se establecen las facultades de la Coordinación General de Comunicación Social:

"I. Diseñar, planear y desarrollar estrategias de comunicación social para difundir las obras y actividades del Ejecutivo, entre la población del Estado;

---

<sup>29</sup> Discurso pronunciado por el licenciado Emilio Chuayffet Chemor, al rendir su protesta como gobernador constitucional del Estado de México. Pág. 18.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

"II. Planear y coordinar la comunicación social de las dependencias y entidades del Poder Ejecutivo;

"III. Elaborar y aplicar el programa de información que asegure la cobertura de las actividades del Poder Ejecutivo, así como su difusión mediante materiales y servicios informativos;

"IV. Evaluar el grado de aceptación de la acción gubernamental y el impacto de las estrategias de comunicación social;

"V. Planear y desarrollar programas y campañas de difusión de las dependencias y entidades del Ejecutivo, para fortalecer la imagen Gubernamental y la identidad estatal;

"VI. Formular el marco normativo, tanto gráfico como conceptual, de la identidad institucional del Ejecutivo y supervisar su observancia;

"VII. Programar y contratar el uso de medios y servicios de comunicación social para difundir las obras y actividades desarrolladas por el Ejecutivo estatal, sus dependencias y entidades, sujetándose a la normatividad aplicable sobre el manejo de los recursos públicos;

"VIII. Asumir y fortalecer la relación institucional del Ejecutivo estatal con informadores y representantes de medios de comunicación; y

"IX. Las demás que le señalen las disposiciones administrativas."<sup>30</sup>

En el reglamento interno de la mencionada coordinación se establecen las atribuciones para cada una de sus áreas integrantes, teniendo por objetivo general: "Determinar e instrumentar sistemas de comunicación participativa y especializada que permitan difundir en forma adecuada las actividades desarrolladas por el Ejecutivo del Estado y las dependencias que lo conforman, así como aquellos encaminados a captar los requerimientos y demandas de la población, con el fin de manejar la información en forma veraz y oportuna en los diferentes medios masivos de comunicación de cobertura local y nacional."<sup>31</sup>

<sup>30</sup> Gaceta del Gobierno. 24 de Diciembre de 1998. Pág. 4.

<sup>31</sup> Gaceta del Gobierno. Op. Cit. Pág. 7.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

De esta forma, entre los objetivos y funciones de la Coordinación General de Comunicación Social se encuentra la realización de programas de comunicación, así como el establecimiento de sistemas y mecanismos de comunicación para captar información de la población para toma de decisiones, la atención a los medios de comunicación.

Además de la propuesta de programas de difusión acerca del fomento de valores históricos y culturales de identidad estatal, y el establecimiento de convenios de colaboración interinstitucional en materia de comunicación con los gobiernos federal y municipales, instituciones privadas, entidades y organizaciones relacionadas con la actividad de esta coordinación.

En tanto, dentro de las atribuciones del coordinador está el establecimiento de la política general de la citada coordinación, la propuesta al Ejecutivo Estatal referente a proyectos de decreto, acuerdos y convenios de la misma, aprobar los manuales de organización, de procedimientos y de servicios al público, en coordinación con la Secretaría de Administración.

Asimismo, la propuesta al Ejecutivo Estatal de programas, estrategias y políticas de comunicación para informar a la población sobre las acciones gubernamentales, a la vez de captar sus inquietudes y demandas.

Por otra parte, en el Plan de Desarrollo del Estado de México 1993-99 se distinguieron tres retos esenciales el político, económico y social, dentro del primero se incluyó el fortalecimiento de la vida democrática, fortalecimiento municipal, preservación del estado de derecho, y en este último se contempló el programa de comunicación social.

"Se busca mejorar la política y acciones en esta materia a fin de que toda la población del estado conozca y evalúe la obra del gobierno; y proporcionar información suficiente a todos los habitantes de la entidad, con el fin de propiciar su participación en la tarea gubernamental y pueda, así, exigir una administración honesta y eficaz."<sup>32</sup>

En su IV Informe de Gobierno, el entonces gobernador César Camacho Quiroz destacó a la comunicación social como una actividad estratégica y

---

<sup>32</sup> Anda Gutiérrez, Cuauhtémoc. Estado de México. Raíces federalismo y futuro. Pág. 292.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

dentro de un sistema democrático juega un papel importante, ya que ofrece elementos de análisis y opciones para lograr la participación de la población, además de ser un canal abierto a las propuestas y justos reclamos.

El presupuesto de egresos consolidado del Poder Ejecutivo para el ejercicio fiscal 2000 fue de \$ 45,640'067'800.00, mientras las erogaciones previstas para las dependencias, procuraduría, unidades administrativas ascendieron a \$12,525'511,100.00, correspondiendo a la Coordinación de Comunicación Social \$37'577,600.00, los cuales se ejercieron en esta dependencia conforme a los objetivos y metas contemplados en los programas, en términos de los criterios del Plan de Desarrollo del Estado de México 1999-2005, tal como lo establece en su artículo 7°.

El presupuesto de egresos de los organismos auxiliares y fideicomisos sujetos al control del Poder Legislativo tuvo un monto de \$15,811'527,600.00, de los cuales el Sistema de Radio y Televisión Mexiquense contó con un total de \$ 58,545,800.00.

En el presupuesto se siguió una política de racionalización del mismo y se señaló que las dependencias y unidades administrativas en la ejecución de sus presupuestos no podían efectuar en forma directa gastos en materia de publicidad, debiéndose apegar a los lineamientos establecidos por las Secretarías de Finanzas, Administración, Contraloría o la Coordinación de Comunicación Social.

Para el caso de emisión de publicaciones oficiales, las dependencias, procuraduría, unidades administrativas, tribunales administrativos, organismos auxiliares y fideicomisos, requirieron la autorización del Comité Editorial de la Administración Pública Estatal.

Por otro lado, en el Código Financiero del Estado de México y municipios se hace alusión a la difusión de los principios de carácter fiscal, tanto a nivel estatal como municipal, a través del diario oficial.

La actual administración encabezada por el licenciado Arturo Montiel Rojas tiene como visión "Ser un organismo democrático, cercano a la comunidad y con sentido humano, que garantice el estado de derecho y el patrimonio de las personas, la paz social y la justicia, a través de un desarrollo

integral."<sup>33</sup>

Destaca el hecho de respetar las garantías individuales y establecer una comunicación veraz y permanente con la sociedad, fomentando la participación social en la solución de la problemática social, siendo el principio rector la justicia.

Asimismo, el mandatario estatal se ha pronunciado "por entablar con todos los municipios de la entidad una relación institucional cordial, fructífera y que se sujete al imperio de la ley, que innove modos de actuar, pero en forma coordinada y constructiva"<sup>34</sup> a raíz de la toma de posesión de las actuales administraciones municipales buscando la solución a las demandas ciudadanas, en el marco de una relación de igualdad para todos los ayuntamientos.

La Coordinación General de Comunicación Social tiene estas facultades:

"I. Diseñar, planear y desarrollar estrategias de comunicación social para difundir las obras y actividades del Ejecutivo, entre la población del Estado;

- I. Planear y coordinar la comunicación social de las dependencias y entidades del Poder Ejecutivo.
- II. Elaborar y aplicar el programa de información que asegure la cobertura de las actividades del Poder Ejecutivo, así como su difusión mediante materiales y servicios informativos;
- III. Evaluar el grado de aceptación de la acción gubernamental y el impacto de las estrategias de comunicación social;
- IV. Planear y desarrollar programas y campañas de difusión de las dependencias y entidades del Ejecutivo, para fortalecer la imagen Gubernamental y la identidad estatal;
- V. Formular el marco normativo, tanto gráfico como conceptual, de la identidad institucional del Ejecutivo y supervisar su observancia;

<sup>33</sup> [www.gobedomex.gob.mx](http://www.gobedomex.gob.mx).

<sup>34</sup> Comunicado de Prensa No. 1082. Agosto 17 del 2000.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- VI. Programar y contratar el uso de medios y servicios de comunicación social para difundir las obras y actividades desarrolladas por el Ejecutivo estatal, sus dependencias y entidades, sujetándose a la normatividad aplicable sobre el manejo de recursos públicos;
- VII. Asumir y fortalecer la relación institucional del Ejecutivo estatal con informadores y representantes de medios de comunicación; y
- VIII. Las demás que le señalen las disposiciones administrativas."<sup>35</sup>

Por lo que respecta al Poder Legislativo, el 3 de junio de 1999 el Comité de Comunicación Social de la LIII Legislatura de la entidad aprobó el Reglamento de Comunicación Social, en el cual se establece la normatividad aplicable en esta materia, entendiendo las actividades como "aquellas acciones que tengan por objeto difundir las actividades de las dependencias, así como los actos, trabajos u opiniones de los integrantes de la Legislatura que permitan a la sociedad tener los elementos informativos para formarse un juicio objetivo sobre la forma en que los diputados representan sus intereses en las sesiones plenarias, comisiones, comités u alguna otra actividad legislativa en la que estén involucrados."<sup>36</sup>

La Dirección General de Comunicación Social es la encargada de organizar, coordinar y controlar el desarrollo del proceso de comunicación entre la Legislatura, los medios y ciudadanía, estableciendo además los objetivos, políticas y procedimientos, así como la elaboración del presupuesto anual de la dependencia.

Otro punto importante es el relacionado con la obligación de garantizar a la ciudadanía la información generada por este órgano legislativo, la equidad en materia de difusión de los diferentes puntos de vista de los representantes de los partidos políticos, además de evitar la remuneración o apoyo económico a periodistas.

---

<sup>35</sup> Gaceta del Gobierno. Diciembre 24 de 1998. Manual de Organización de la Coordinación General de Comunicación Social. Pág 4

<sup>36</sup> Reglamento de Comunicación Social. LIII Legislatura del Estado de México. Pág. 1.

# **III. EL PAPEL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL.**



- Gobernar es, en gran medida comunicar con responsabilidad: Mario Colín.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

A lo largo del territorio nacional existen 2442 municipios, los cuales representan la célula básica del actual sistema político mexicano, su origen está en el *calpulli* prehispánico, tuvo como autoridad al *Tlatoani* y tras la conquista española fueron sustituidos por ayuntamientos indígenas.

El primer ayuntamiento fue instalado el 10 de julio de 1519 en la Villa Rica de la Veracruz por Hernán Cortés y la integración fue la siguiente: Alcaldes, Alonso Hernández Portocarrero y Francisco de Montejo; Regidores Alonso Dávila, Pedro y Alonso de Alvarado y, Gonzalo de Sandoval; Alguacil Mayor, Juan de Escalona; y, Procurador General, Francisco Álvarez Chico.

"El primer Municipio en México se fundó para satisfacer el requisito legal de tener apoyo político que represente la autoridad del soberano para poder actuar en su nombre y representación."<sup>1</sup>

La Constitución de Cádiz de 1812 reconoció su creación y el establecimiento de procedimientos para la elección de funcionarios municipales.

Contar con municipios autónomos y autosuficientes es la perspectiva actual, por ello se reformó el artículo 115 el 5 de febrero de 1983 durante la administración presidencial de Miguel de la Madrid Hurtado, otorgándole mayores facultades y capacidades, asignándoles personalidad jurídica, atribución en la atención de los servicios públicos, entre otros para atender las demandas sociales.

Además de expedir los Bandos de Policía y Buen Gobierno, así como los Reglamentos, Circulares y Disposiciones administrativas de observancia general dentro de sus jurisdicciones.

Los estudios sobre el tema destacan el hecho de impulsarlos porque "su esencia radica en atender las necesidades y demandas comunitarias más inmediatas para aprvisionar servicios públicos elementales y conservar la tranquilidad y el orden público."<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Robles Martínez, Reynaldo. *El Municipio*. Pág. 78.

<sup>2</sup> Ortega Lomelín, Roberto. *Federalismo y Municipio. Una visión de la modernización de México*. Pág. 15.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Es un ámbito de participación y desarrollo comunitario y regional, al ser un nivel pleno de gobierno, base de la organización política y base de la estructura territorial, política y administrativa.

Por ello las políticas públicas implementadas deben definir los contenidos y la implementación operativa, a fin de hacer frente a situaciones de enfrentamiento de los actores sociales con la política puesta en marcha, que puede desencadenar en protestas sociales o en el uso de los medios de comunicación, por ello es esencial la participación social orientada a la vinculación de las políticas municipales desde la primera "hasta en su última fase pueden medir su pertinencia social y, en consecuencia, su capacidad de consenso."<sup>3</sup>

De ahí la importancia de conocer sus características generales, como son: tamaño de la población, composición étnica, capacidad administrativa, grado de integración a la vida nacional y nivel de desarrollo económico.

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su artículo 26, da especial importancia a la organización de un sistema de planeación democrática para el desarrollo del país, incorporando en planes y programas las aspiraciones y demandas de los sectores sociales de la población, y la Ley de Planeación –publicada el 5 de enero de 1983–, puntualiza el fortalecimiento del municipio libre, además de establecer las normas, principios y lineamientos de planeación democrática del Plan de Desarrollo Municipal y, la Ley Orgánica de la Administración Pública rige la actividad de los municipios del país.

Esta última legislación señala la publicación en el Diario Oficial de la Federación de la adscripción de las unidades administrativas de las dependencias del Gobierno Federal, también señaladas en el reglamento interno de la dependencia en cuestión, donde se establecen sus atribuciones.

Tal como indica su nombre, las administraciones municipales deben concebirse como una administración, en donde se dé "un proceso de planear, coordinar, ejecutar y controlar esfuerzos organizada y sistemáticamente para un fin determinado,"<sup>4</sup> donde cada parte tiene una función que cumplir en un

<sup>3</sup> Merino, Mauricio. "En busca de la democracia municipal. Pág. 129.

<sup>4</sup> Colunga Dávila, Carlos. *La administración en el tercer milenio*. Pág. 23.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

contexto interrelacionado, bajo reglas establecidas, con objeto de lograr la mayor eficiencia en la forma de estructurarla.

Para ello es necesario precisar lo que se quiere lograr, con una investigación y valoración de las condiciones presentes y futuras, estableciendo objetivos, analizando y formulando el problema, evaluar las alternativas, así como los medios e instrumentos para alcanzarlos con alternativas adecuadas para su implementación en un proceso de toma de decisiones.

Después se pasa a la etapa de planeación, o sea, la determinación de un plan de acción, tomando en cuenta las políticas, es decir, los principios que rigen la vida de un municipio; los procedimientos, esto es, la secuencia de operaciones y métodos; los programas, fijando tiempos requeridos para el cumplimiento de cada uno de las metas planteadas a corto, mediano y largo plazo.

La siguiente es la organización estructurada de las relaciones entre las diferentes áreas y responsables de cada nivel, además de las actividades específicas y para ello son de gran utilidad los organigramas, los cuales revelan las funciones de los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y responsabilidad, además de los canales formales de comunicación y las diferentes relaciones en la administración.

Sigue la de dirección, incluyendo la motivación, activación y satisfacción en el trabajo de cada uno de los elementos participantes en la marcha de la administración municipal, tomando en cuenta su reclutamiento, selección, evaluación y desarrollo, lo cual redundará en máximos logros y combina autoridad con responsabilidad.

Finalmente, la etapa de control consiste en realizar una supervisión de los programas implementados para evaluar si están ejecutándose de acuerdo a lo planeado y establecer sistemas estándares para medir los resultados, dándole seguimiento e identificar las desviaciones.

El municipio representa la célula básica del sistema político mexicano y las políticas públicas en este campo deben formularse partiendo del conocimiento de cada problemática, su diagnóstico, solución viable, estrategia

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

a seguir especificando objetivos, los recursos necesarios para su implementación, su posterior ejecución y evaluación en su desarrollo y logro de las metas planteadas.

Otro aspecto importante es identificar las prioridades y necesidades de la región, así como conocer la capacidad financiera de los municipios y características del mismo.

Lo anterior enmarcado en un proceso de planeación, estableciendo metas, definiendo estrategias y políticas para su logro, tomando en cuenta los esfuerzos a realizarse, así cómo, cuándo deben realizarse, quién los llevará a cabo y qué se hará con los resultados.

Además, todos los miembros de la administración deben conocer los objetivos, estrategias y planes operacionales una vez diseñados.

Esto es, diseñar políticas públicas de calidad, donde haya un previo análisis, diseño, decisión y desarrollo de la misma, bajo "condiciones de consenso, corrección y factibilidad en su formación, implementación, importancia y evaluación,"<sup>5</sup> haciendo uso de mecanismos gubernamentales de comunicación y persuasión para obtener el apoyo de los ciudadanos en torno a una política.

Lo cual conlleva a la puesta en marcha de políticas idóneas y gestión eficiente, además de que la pluralidad y el debate de sus enfoques y propuestas despierta nuevas ideas o empresas, esto es, gobernar con sentido público en forma continua y permanente, con uniformidad de medidas y calidad, economía y bajo costo del servicio público, igualdad, comodidad y facilidad.

Así como a dar cumplimiento con dos de sus funciones esenciales: la estabilidad o control y, el servicio para lograr un proceso de desarrollo.

De acuerdo a lo anterior se destaca la importancia de una planeación en la marcha de cada una de las áreas integrantes de una administración municipal, la cual tiene en primer término la atención de las demandas planteadas por la ciudadanía durante una campaña electoral previa, en donde

<sup>5</sup> Aguilar Villanueva, Luis. El estudio de las políticas públicas. Pág. 22.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

también se deben haber identificado las necesidades de la población en todo aspecto.

En los municipios un área de comunicación social inscrita en los términos señalados líneas arriba contribuiría a conducir a las autoridades a una mejor marcha de los procedimientos empleados para lograr esa comunicación con cada uno de los integrantes de la población del territorio y pueden plantearse objetivos ya establecidos de manera implícita en las legislaciones, pero también acordes a los principios, objetivos y metas de los integrantes de la administración municipal, independientemente del partido político que gobierne el municipio, tomando en cuenta que es el primer contacto político de la población con esta forma de organización política.

Toda administración municipal tiene necesidad de informar a la población sobre la marcha de las acciones de gobierno y para ello una unidad administrativa especializada en la difusión contribuye de manera importante para cumplir con esta función y a la de tópicos importantes para el desarrollo del municipio, sin olvidar establecer un canal de retroalimentación, a fin de que el gobierno a este nivel también conozca las diversas manifestaciones de cada uno de los sectores de la población y dar el cauce más apropiado para atender la necesidad de un desarrollo acorde a las perspectivas de la población.

En este punto también es necesario establecer cuáles pueden ser los posibles inconvenientes para lograr esa comunicación, pensando en un bajo nivel educativo de la población en general, así como la apatía y falta de confianza hacia los gobernantes, lo cual está presente en muchas regiones del país.

Para ello, la utilización de diversos medios de fácil acceso, en el primer caso resultaría lo más recomendable, así como una campaña de motivación a la población para invitarlo a participar en la construcción de una nueva etapa de desarrollo.

En el caso de la unidad administrativa relacionada con la comunicación social, ésta debe inscribirse en el organigrama como directamente relacionada con el ayuntamiento, ya que se enfocará básicamente a difundir las acciones desarrolladas por la administración municipal y ser el canal de enlace entre gobierno y población.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Por su parte, Juan Ugarte Cortés, al presentar un anteproyecto de reglamento interno para la administración de autoridades y órganos municipales, enmarcando las principales ramas de la administración municipal, distribuidas por nivel de operación, señalando competencias y responsabilidades de autoridades y órganos, con el objetivo esencial de hacer eficiente la administración municipal propone la siguiente estructura administrativa:

- I. Nivel Legislativo y de determinación a cargo del ayuntamiento.
- II. Nivel Ejecutivo a cargo del presidente municipal.
- III. Nivel de asesor y colaboración.
- IV. Nivel de Operación auxiliar.
- V. Nivel de Operación Auxiliar Interna
- VI. Nivel de Operación Técnica.

En el Nivel de Operación auxiliar interna ubica a Prensa y Relaciones Públicas:

"El Ayuntamiento contará con un departamento de Prensa y Relaciones Públicas, con los siguientes objetivos:

- a) "Canalizar la información del Ayuntamiento y demás órganos municipales, hacia los medios de difusión adecuados.
- b) "Dar a conocer los planes de trabajo y actividades del Ayuntamiento y demás miembros del mismo.
- c) "Realizar los trabajos editoriales del Ayuntamiento.
- d) "Promover las relaciones del Ayuntamiento, con los distintos sectores sociales y con los funcionarios estatales y federales."<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Ugarte Cortés, Juan. La reforma municipal y elementos para una teoría constitucional del municipio. Pág. 272.

### 3.1 LINEAMIENTOS GENERALES, CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS

El proceso administrativo, esto es, "el conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de estructurar y manejar un organismo social"<sup>7</sup> tiene las características de universalidad, especificidad, unidad temporal y unidad jerárquica y debe ser efectivo, eficiente y productivo.

En naciones como Egipto, China, Grecia, Roma, pueblos de la antigüedad y comunidades indígenas se encuentran vestigios de este proceso y Henry Fayol es considerado el padre de la administración contemporánea, delineando una teoría general administrativa, sus principios y elementos, entre ellos menciona el administrativo, subdividido en: previsión y planeación, organización, comando, coordinación y control.

Los autores en esta materia establecen 2 etapas:

**Mecánica o estructural** respondiendo a las interrogantes qué y cómo hacerlo con las etapas:

- 1) Planeación. Fijando objetivos, con el descubrimiento y análisis de los elementos idóneos para consolidarlos y así determinar políticas, procedimientos, métodos, programas y estrategias.

El instrumento más eficaz es un programa de acción, con las características de unidad, continuidad, flexibilidad y precisión.

- 2) Organización. Dotar de los instrumentos necesarios para cómo hacer funcionar al organismo social, estableciendo jerarquías, funciones y obligaciones y, lograr su máxima eficiencia.

**Etapas dinámica u operativa**, abarca la respuesta a cómo se ha realizado el proceso administrativo, evaluarlo y corregirlo y consta de las etapas:

---

<sup>7</sup> Reyes Ponce, Agustín. *Administración de empresas. Teoría y Práctica. Primera Parte.* Pág. 26.

- 3) Dirección. Después de la integración de los elementos -tras su selección, introducción y desarrollo-, es necesario hacer funcionar el organismo social basándose en el impulso, coordinación, comunicación, vigilancia y supervisión de las acciones desarrolladas por cada miembro del mismo, a fin de concretar las metas planteadas en forma efectiva de acuerdo a lo planeado.
- 4) Control. Establecer mecanismos para verificar y corregir, tras la interpretación y valoración de resultados del proceso administrativo, el establecimiento de normas y operación de controles en retroalimentación y saber si se lograron los resultados esperados, corregirlos, mejorarlos y formular nuevos planes.

La gestión municipal presupone el conocimiento de la estructura y función del municipio, estableciendo el número y características de cada unidad administrativa acorde al tipo de municipio, tomando en cuenta su fundamento en bases jurídicas establecidas en la legislación federal, estatal y municipal; así como sus bases programáticas, esto es, los planes de gobierno en los 3 niveles antes mencionados; y, las bases de coordinación, o sea, los convenios que norman su funcionamiento.

Otro punto importante es analizar la situación socioeconómica del municipio, estableciendo la conveniencia de crear áreas que correspondan a las necesidades y demandas planteadas al gobierno municipal y las propias de éste, englobadas en la política a seguir en todo ámbito.

El Instituto Nacional de Administración Pública (INAP), establece la elaboración de programas de trabajo y directrices claras para el buen funcionamiento de la administración municipal, lo cual lleva al diseño, con la consiguiente planeación, organización, programación y ejecución, sin olvidar el seguimiento, control y evaluación, a fin de conocer la marcha de los planes, programas y obras puestas en marcha.

Es importante también el concretar una buena organización en procedimientos y métodos entre las unidades administrativas, para ello es necesario poner en marcha un sistema confiable de información que deberá generarla, darle un tratamiento y sistematización por áreas y dar una interpretación a los flujos de información en el interior de las administraciones

municipales.

“La organización permite determinar con detalle cómo deberá conformarse la institución, así como cada uno de sus departamentos; estructura los elementos que la componen y les da orden y coherencia; precisa las jerarquías, indica y describe las actividades, señalando cómo deben ejecutarse y quien va a realizarlas.

“Para llevar a cabo la estructura de la organización es preciso tomar en consideración seis factores básicos:

“1. La división de funciones o departamentalización.

“2. El tramo de control.

“3. Descripción de puestos.

“4. El organigrama.

“5. El Manual de Organización.

“6. La desconcentración.”<sup>8</sup>

Otro aspecto es el poner en marcha –al interior-, métodos y técnicas que permitan el mejor aprovechamiento de los recursos financieros, técnicos y humanos y el establecimiento de canales efectivos de comunicación con los empleados, haciéndolos partícipes de la marcha de la administración municipal.

Alan Hancock, técnico de la UNESCO, planteó que toda infraestructura de comunicación debe estar vinculada al sistema social, la política de desarrollo y la tecnología.

Las fases básicas son: un periodo de gestación, la formulación de políticas y la planificación operacional y estratégica, implementación y evaluación, además es necesario conocer los métodos para un uso eficaz de la tecnología

---

<sup>8</sup> Arguelles, Antonio y Gómez, José Antonio. Gula metodológica para la desconcentración y modernización de estructuras administrativas, Pág. 17.

en comunicación, así como el análisis de las políticas gubernamentales, en el plano legal, histórico, económico y político social.

El proyecto debe poseer status e influencia, en un tiempo y lugar para ejecutarlo, por ello cuando no existen deben ser creados, deben emerger de una necesidad genuina y sus beneficiarios deben participar en la toma de decisiones.

La metodología a seguir debe reconocer las contribuciones posibles de diferentes sistemas y enfoques, en la consideración que estamos frente a un proceso dinámico, con objetivos bien definidos y formas de evaluación.

Destaca el hecho de que la comunicación debe ser un esfuerzo planeado, planteando objetivos de acuerdo a las necesidades de la población a la cual se dirigen los mensajes, con la posterior ejecución de los planes, establecidos en tiempos precisos y evaluación, siempre con la base de un programa de trabajo donde se defina el nombre del proyecto y sus objetivos y el tiempo para concretarlos.

Por su parte, el periodista Manuel Buendía al plantear un Manual de Comunicación Social estableció cuatro acciones básicas: información, publicidad, propaganda y relaciones públicas, partiendo del hecho de "que antes de emprender ninguna acción, el emisor ubique y estudie perfectamente a su receptor. No sólo debe saber dónde está, sino también cómo es, y por qué es así precisamente y no de otra forma."<sup>9</sup>

Y para lograr lo anterior se cuenta tanto con la palabra escrita como la oral, así como el teléfono, la radio, los equipos de sonido, cartas, volantes, publicación periódica, carteles, así como el cine y los audiovisuales.

En tanto, Felipe Pardinás señala a la comunicación social como "un flujo o intercambio de mensajes y respuestas entre transmisores, personas que emiten el mensaje y receptores, personas que lo reciben,"<sup>10</sup> y establece la necesidad de establecer un flujo de comunicación participante, sólidamente informada para una buena toma de decisiones en el ámbito social.

<sup>9</sup> Buendía, Manuel. Ejercicio Periodístico. Pág. 152.

<sup>10</sup> Pardinás, Felipe. Manual de Comunicación Social. Pág. 26.

En la actualidad, la comunicación organizacional ha tomado auge en México, definida como “El conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar los flujos de los mensajes que se dan en la organización,”<sup>11</sup> o entre la organización y su medio, esto es, cómo hacer que la comunicación y la información lleguen de manera más rápida y a su destino, también tiene la intención de influir en la opinión, la actitud y la conducta de los públicos internos y externos y así tiene una acción persuasiva, al influir o modificar algo, ya sea positivamente o negativamente. Su característica principal es tener la intención de ser productiva.

Así, la comunicación organizacional es aplicada preferentemente en las empresas y organizaciones, las cuales deben contar con estrategias globales de comunicación, donde se complementen y apoyen los procesos de comunicación interna, externa y comercial.

Además desean transmitir mensajes, centrados en proporcionar información sobre personas, objetos, acontecimientos, tanto con un lenguaje escrito, verbal, corporal, de contacto, conductas físicas; indicios verbales como pueden ser las modulaciones de tono, volumen y ritmo de voz; espacio personal, objetos y medio ambiente por medio del tiempo, espacio, arquitectura y artefactos.

Pueden los mensajes estar destinados para un uso interno, esto es, hacia los empleados de la organización, con objeto de contar con la ejecución de un trabajo eficaz en un marco de cooperación que permita la satisfacción del deber cumplido y fomentar el pensamiento colectivo para lograr el funcionamiento uniforme del proceso administrativo, ayudar a la planeación de la organización, asegurar la transmisión de conocimientos y experiencias y permitir el intercambio de opiniones.

También están los mensajes de uso externo en un sistema abierto, enfocando su atención al público y medio ambiente.

En la organización se establecen redes, en donde la comunicación puede ser de tipo ascendente, relacionada con funciones administrativas, de dirección y control, compuesta generalmente por órdenes, instrucciones, avisos,

<sup>11</sup> Video: “La comunicación organizacional en México: el campo actual, presentado por el licenciado José de Jesús González A., presidente de la Asociación Mexicana de Comunicación Organizacional, durante la Semana de la Comunicación Organizacional, desarrollada en la ENEP-Aragón-UNAM del 22 al 24 de mayo del 2000.

políticas, normas, información y sugerencias, indicando la aceptación de toma de decisiones, propiciando la retroalimentación y animando a la presentación de ideas.

Se presenta la comunicación horizontal, utilizada para coordinar actividades, proporcionar información, sugerencias, quejas y solicitudes, donde se da un intercambio lateral de mensajes entre personas del mismo nivel, aquí se permite la retroalimentación, integra a las sugerencias, información, petición y quejas.

Así como la comunicación descendente, donde se dan las instrucciones laborales, se exponen razonadamente los trabajos, procedimientos y el adoctrinamiento de criterios.

Un aspecto en el cual pone énfasis la comunicación organizacional es la conducta de comunicación de las personas que forman la organización, con apoyo de las técnicas de observación, entrevistas, cuestionarios y análisis de contenido en el interior de éstas, además de recolectar datos, a fin de mejorar el funcionamiento de la misma.

Asimismo, las relaciones humanas deben ser amistosas y producir efectos positivos en el desarrollo de la organización y de los individuos, quienes con su actitud, satisfacción y realización propias desarrollan mejor su trabajo, reduciendo los tiempos y sobre todo mejorando la productividad de la organización.

La comunicación organizacional también se ha enfocado a apoyar las actividades de reclutamiento y selección de personal, para ello debe realizarse un diagnóstico de las necesidades, elaboración y evaluación de programas de capacitación, así como programas de inducción, esto para sentar la base de comunicación entre la organización y el personal, reinducción y motivación del personal.

Otro punto es respecto al diseño de los edificios y los colores pueden inhibir o alentar las comunicaciones señala Gerald M. Goldhaber<sup>12</sup> e indica que los colores pueden influir el tipo de interacciones que tengan lugar en ella, así los colores cálidos como amarillo, naranja y rojo estimulan la creatividad y

---

<sup>12</sup> Goldhaber, Gerald M. Comunicación organizacional Pág. 180.

ayudan a que los individuos muestren una conducta más extrovertida; en tanto, los colores fríos como azul, verde y gris estimulan los procesos mentales profundos, aunque pueden inhibir la frecuencia y calidad de las comunicaciones.

Carlos Ramos Padilla<sup>13</sup> enumera las funciones de una gerencia de comunicaciones: planear campañas de publicidad en medios de comunicación; editar, programar, dirigir, distribuir las publicaciones interna y externa de la organización, difundir informaciones periódicas a periódicos y revistas y mantener la existencia de folletos informativos sobre la organización y diferentes áreas de operación.

Además relaciona las responsabilidades del gerente de comunicación, en especial, la planeación, coordinación y control de las actividades de comunicación promovidas por la organización.

El establecimiento de relaciones internas y externas que ayuden sustancialmente al cumplimiento de los objetivos generales de la organización, sugerir programas adecuados de relaciones públicas, supervisar cualquier tipo de presentación por parte de la organización hacia grupos o comunidades externas, esto a nivel general.

Y específicamente el crear y mantener una buena imagen de la organización, entre personal, grupos externos y público en general, estrechar relaciones con los medios de comunicación; planear, producir y controlar las actividades de relaciones públicas y publicidad de la organización; desarrollar sistemas de comunicación de acuerdo a las necesidades de ésta, redactar los discursos que afecten las políticas de imagen de la organización, supervisar las actividades del personal de la gerencia.

Los estudiosos de la comunicación organizacional destacan el hecho de que toda estrategia en materia de comunicación debe satisfacer las necesidades de la organización, además de buscar las formas necesarias para interesar a todos los públicos de manera constante.

Por su parte, Rafael Corona Funes establece la necesidad de la construcción de un sistema de planeación estratégica, esto es, "orientar los

<sup>13</sup> Ramos Padilla, Carlos. La comunicación. Un punto de vista organizacional. Pág. 47.

esfuerzos y recursos empresariales hacia una mejor posición competitiva en el mercado,"<sup>14</sup> basado en cuatro elementos básicos: herramientas de trabajo, un sistema integral de administración, un proceso de desarrollo empresarial y un enfoque de negocio.

Aún cuando el autor canaliza la atención al sector empresarial, se pueden rescatar elementos aplicables a la administración pública, como es el contar con herramientas de trabajo que permitan detectar oportunidades y amenazas, así como fortalezas y debilidades, la eficaz relación establecida entre las personas que colaboran en cada área y la relación sostenida con la comunidad, el definir el rumbo que guiará la organización.

El autor plantea que este sistema proporciona orden a la dirección en cuanto a decisiones y acciones tomadas en la organización, a través de la generación y desarrollo del pensamiento estratégico, integrado por 10 puntos a desarrollar:

- 1) Misión, esto es, los propósitos estratégicos y valores esenciales de la organización, los cuales deben ser conocidos, comprendidos y compartidos por todos sus integrantes.
- 2) Determinación de la visión e ideas a futuro.
- 3) Planteamiento de objetivos estratégicos, como son los planes, programas y proyectos específicos con su consiguiente evaluación.
- 4) Identificación de oportunidades y amenazas.
- 5) Identificación de fortalezas y debilidades cada 6 meses. En este punto hace referencia a un signo de fortaleza a "un manual de organización perfectamente definido y difundido, es una señal de fortaleza. No tenerlo o tenerlo desactualizado, es una señal de debilidad."<sup>15</sup> Asimismo la implementación de un proceso de comunicación interna, porque si los integrantes de la organización no están informados de lo que pasa en su interior es un signo de debilidad. Al igual que el mantener en forma permanente informados a grupos externos de interés propio para la

---

<sup>14</sup> Corona Funes, Rafael. Estrategia. El cambio en la proyección del pensamiento empresarial. Pág. IX.

<sup>15</sup> Corona Funes, Ramón. Op. Cit. Pág. 86.

#### **HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

organización, de sus planes y proyectos estratégicos, lo cual forma parte del proceso de comunicación externa, con base en una información de alto grado de confiabilidad y oportunidad.

- 6) Estrategia de negocios.
- 7) Desarrollo de estrategias operativas.
- 8) Elaboración de plan estratégico.
- 9) Identificación de proyectos específicos.
- 10) Aplicación del proceso de evaluación.

### 3.2 PROCESO DE COMUNICACIÓN INTERNA

En las organizaciones, los medios de comunicación con sus integrantes son de vital importancia para consolidarla en forma productiva y así encontramos varios canales para concretarla y con ello se logra un mejor ritmo de trabajo, haciendo al empleado participe de su desarrollo e identificándolo con la misma, sus valores, principios y políticas, motivándolo para apoyar las actividades de las empresas, lo cual también se puede aplicar al caso de las administraciones gubernamentales, en los tres niveles de gobierno.

Contando con un eficaz proceso de comunicación interno se mejora el proceso de toma de decisiones, se genera un ambiente de trabajo acorde a una política de productividad y permite el conocimiento tanto de la organización como del personal, así como su involucramiento y compromiso con objetivos comunes.

De esta forma, son varios los caminos para concretarla:

1) **Relación interpersonal.** Es la comunicación más directa dada entre los jefes y su personal y juega un papel de primera importancia, ya que representa el primer contacto y desde ahí se puede crear una imagen de la organización.

2) **Manual de Bienvenida.** Representa una introducción al conocimiento de la organización por parte del empleado, teniendo básicamente el fin de incorporarlo a las políticas de la organización o empresa, presentando una historia de la conformación de la misma.

3) **Intranet.** Es la aplicación de las herramientas de Internet en el ámbito de la empresa, esto es, la serie de mensajes e información e investigación en tecnología.

Y una de sus aplicaciones es el correo electrónico, el cual permite a todo miembro de la organización difundir mensajes de su interés para el conocimiento de los otros miembros en forma disponible, rápida y oportuna, lo cual redundará en reducción de costos, disminuye los tiempos de operación, ahorro en consumo de papel, integración de recursos de información con cada una de las áreas de la empresa, desarrollo de base de datos y el establecimiento

de nuevas formas de coordinación y trabajo intra e interorganizacional.

4) **Avisos, circulares en tableros de avisos**, los cuales representan un canal ágil de información que permite un tipo de información oportuna e inmediata.

5) **Revista interna**. Para tener abierto un canal de información formal, garantizando que los mensajes a transmitir lleguen en el momento oportuno.

“Es un medio de comunicación institucional con los empleados, cuyo principal objetivo es difundir la cultura de la organización y contribuir al logro de los objetivos estratégicos de la misma.”<sup>16</sup> Los insumos básicos para su elaboración son la información sobre el desarrollo de la organización, así como sus políticas y lineamientos para proseguir con el proceso de elaboración y la publicación dándole forma y fondo a la edición, además de establecer su periodicidad y número de ejemplares.

En este aspecto, también es importante la puesta en marcha de cuestionarios para conocer las inquietudes de los empleados, así como la aceptación de la revista.

6) **Anuncios (posters)**. Para difundir lemas cortos e impactantes a la vista de todos. Se pueden referir a la productividad en el trabajo, la importancia de la vida.

7) **Volantes de sobres de pago**. A fin de transmitir lemas cortos e impactantes, es un mensaje reducido que llega a todos.

8) **Visita de familiares al lugar de trabajo del familiar**. Es una actividad social, permitiendo la integración de la familia, tras el conocimiento del lugar del trabajo de sus familiares y la labor desempeñada.

9) **Capacitación**. Los programas de capacitación en los diferentes niveles de la organización permiten la actualización constante del personal, además de intercambiar opiniones respecto al proceso de trabajo y permiten la interacción personal.

<sup>16</sup> Arévalo Martínez, Rebeca I. Taller. La revista interna: herramienta de comunicación con los empleados. Pág. 2.

10) **Manuales.** El manual básicamente "es un conjunto de documentos que partiendo de los objetivos fijados y las políticas implementadas para lograrlo, señalan la secuencia lógica y cronológica de una serie de actividades, traducidas a un procedimiento determinado, indicando quien los realizará, qué actividades han de desempeñarse y la justificación de todas y cada una de ellas, en forma tal que constituyen una guía para el personal que ha de realizarlas."<sup>17</sup>

"Un manual es un documento que contiene, en forma ordenada y sistemática, información y/o instrucciones sobre historia, organización, política y/o procedimientos de una empresa, que se consideren necesarios para la mejor ejecución del trabajo."<sup>18</sup>

Básicamente tiene la ventaja de consolidar un plan de organización, con base en su cabal comprensión por parte de los ejecutores de tareas, funciones y responsabilidad, permitiendo su evaluación y realización de modificaciones para un mejor desarrollo de las tareas encomendadas al área ejecutora, permiten la coordinación y reducen costos al incrementar su eficiencia.

En sí, muestran la organización interna de una organización y dependencia, dependiendo de su tamaño se puede formular uno general o por área, conteniendo:

- "- Los objetivos del área y de sus principales departamentos.
- "- Las políticas.
- "- Organigrama que resume en forma gráfica la organización de la institución.
- "- Las normas necesarias para la coordinación.
- "- Definición de la autoridad y responsabilidad de los jefes.
- "- La definición de los puestos de jefatura.

<sup>17</sup> Gómez Ceja, Guillermo. Planeación y organización de empresas. Pág. 382.

<sup>18</sup> Duhalt Krauss, Miguel. Los manuales de procedimiento en las oficinas públicas. Pág. 20.

"- Gráfica de los flujos de operación de los procedimientos más relevantes del área."<sup>19</sup>

De acuerdo a Miguel Duhalt Krauss, los manuales deben contener índice, introducción señalando el objetivo y políticas a seguir y un prólogo firmado por el ejecutivo en forma breve; su tamaño básicamente debe adecuarse a las necesidades de la organización y puede ser desde 16 x 11.5 cm. como folleto hasta 23 x 15, en papel grueso, tipo regular a una cara.

Por su alcance se clasifican en: generales o de aplicación universal; departamentales o de aplicación específica; y, de puestos o de aplicación individual.

"Son de gran utilidad ya que:

- "Uniforman y controlan el cumplimiento de las funciones de la empresa.
- "Delimitan actividades, responsabilidades y funciones.
- "Aumentan la eficiencia de los empleados, ya que indican lo que se debe hacer y cómo se debe hacer.
- "Son una fuente de información, pues muestran la organización de la empresa.
- "Ayudan a la coordinación y evitan la duplicidad y las fugas de responsabilidad.
- "Son una base para el mejoramiento de sistemas.
- "Reducen costos al incrementar la eficiencia."<sup>20</sup>

De acuerdo a contenido se clasifican en:

<sup>19</sup> Arguelles, Antonio y Gómez, José Antonio. Guía metodológica para la desconcentración y modernización de estructuras administrativas. 25-26 p.p.

<sup>20</sup> Munch Galindo, Lourdes y García Martínez, José. Fundamentos de administración. Pág. 135.

a) **Historia de la empresa**, que puede adoptarse como manual de relaciones públicas, destinada a crear una buena imagen de la empresa.

b) **Organización de la empresa**, detallan la estructura administrativa, puestos, jerarquía, grados de autoridad y responsabilidad, estableciendo funciones y actividades de los órganos de la empresa.

c) **Políticas y normas**, es decir, la guía básica para la acción, estableciendo límites para la misma.

d) **Procedimientos o de operación de prácticas estándar**, son una introducción sobre el trabajo, rutinas, trámites y métodos, esto es, la secuencia de etapas para el desarrollo de la labor, fijando responsabilidades.

Y de acuerdo a una función específica o área de actividad, los manuales pueden estar diseñados para las áreas de ventas, producción, finanzas, personal, otras funciones y generales, referidos éstos últimos a 2 o más áreas.

El manual orienta a los empleados, ofreciendo información sobre las actividades y responsabilidades a desarrollar con instrucciones precisas, así como las políticas y procedimientos de la organización.

Sus ventajas son la uniformidad, accesibilidad y reflexión y, contienen 3 secciones:

1) **Texto**. Describiendo el procedimiento, la operación a realizar, quién debe ejecutarla, cómo debe hacerlo, cuándo y dónde, y para qué ejecutarse. Señalar al responsable del procedimiento y el objetivo de la ejecución de las políticas a aplicar. Todo lo anterior en un orden lógico, lenguaje claro y sencillo y es recomendable un trato impersonal y muy directo.

2) **Diagrama de carácter administrativo**, indicando la estructura de la organización y relaciones y son básicamente los organigramas, donde se representa la estructura administrativa, revelando la división de funciones y niveles jerárquicos con líneas de autoridad y responsabilidad y los canales formales de comunicación.

Entre sus características está el exponer con claridad las funciones de cada

puesto, los cuales están representados por un cuadro conteniendo el nombre del área y responsable de la misma y mediante líneas se establecen los canales de autoridad y responsabilidad.

Son de 3 tipos: vertical para evitar la triangulación, horizontales y circulares, de acuerdo a la orientación, se ubica el puesto de mayor responsabilidad.

Además por cada área de la organización se puede diseñar uno propio, donde se especifique su estructura interna.

En este apartado también se contempla la secuencia de las operaciones, de los procedimientos con los fluxogramas y los de tiempos y programas específicos y la relación para el desarrollo de una actividad determinada; y, los estadísticos, en los cuales se expresan datos, hechos o fenómenos comparables generalmente cuantificados y sus relaciones.

3) **Formas o machotes**, es una actividad de carácter administrativo, con el consiguiente diseño, revisión, especificaciones, nomenclatura, numeración, clasificación, aprobación y eliminación, control de existencias y aprovechamiento.

También se encuentran los **Manuales de Planeación** en las empresas, donde se indican los lineamientos básicos para la misma en la empresa, conteniendo la exposición clara de las obligaciones del ejecutivo en jefe, en cuanto a una planeación formal efectiva como un requisito esencial de la dirección, "un glosario de términos clave; una especificación de quien debe proporcionar que tipo de información; un plan de flujo de información y cualquier norma de planeación especial, tal como si la evaluación usada en el proceso se hará sobre una base constante o actual."<sup>21</sup>

Los tipos son los siguientes:

♦ **Manual de Organización.** En el cual "se tiene la tarea de organizar, delegar, supervisar y vitalizar o estimular"<sup>22</sup>, contiene descripción de puestos y reglas de coordinación interdepartamental, incluye en su presentación

<sup>21</sup> Steiner, George A. Planeación estratégica. Lo que todo director debe saber. Pág. 62.

<sup>22</sup> Gómez Ceja, Guillermo. Op. Cit. Pág. 382.

información histórica, expone la estructura de una empresa y la relación existente entre los puestos de acuerdo a su jerarquía, autoridad y responsabilidad.

Incluye nombre oficial del organismo o unidad, título y extensión del mismo, niveles jerárquicos, lugar y fecha de elaboración, unidad responsable de su elaboración y cantidad de ejemplares impresos.

Además de un índice o contenido, prólogo y/o introducción, incluyendo los propósitos básicos a cumplir, el ámbito de aplicación, a quién está dirigido, cómo usarlo, cómo y cuándo se harán las revisiones y actualizaciones.

Directorio, antecedentes históricos, con su origen y desarrollo, marco legal, atribuciones, objetivos, políticas, estructura orgánica con puestos y unidades, las líneas de autoridad, actividad, responsabilidad, niveles jerárquicos, glosario de términos, nombre de áreas, departamentos y puestos, procedimientos de organización, funciones y descripción de actividades.

Al plantear la necesidad de un sistema de planeación estratégica, Rafael Corona destaca la identificación de fortalezas y debilidades en la organización, en donde un manual "de organización perfectamente claro y difundido con funciones precisas para cada puesto, es una señal de fortaleza. No tenerlo o tenerlo desactualizado, es una señal de debilidad."<sup>23</sup>

♦ **Manual Administrativo.** También llamados departamentales, contienen información sobre historia, objetivos, políticas y normas de la empresa en forma general y del departamento correspondiente, funciones, estructuras y especificación de puestos y/o procedimientos de una unidad administrativa.

La carta de organización general y departamental, reglamentación de los aspectos de coordinación interdepartamental, análisis de puestos y gráficas de proceso y de flujo.

Sus ventajas son describir el funcionamiento de un departamento, se emplean para dar instrucciones en el mismo, presentan el flujo de trabajo,

---

<sup>23</sup> Corona Funes, Rafael. *El cambio en la proyección del pensamiento empresarial*. Pág. 86.

delimitan funciones, actividades y responsabilidades y, son una fuente de consulta y un medio de adiestramiento.

♦ **Manual de Procedimiento.** Como su nombre lo indica operaciones a seguir y los lineamientos básicos para lograrlos, funciones de cada miembro, tiempos de ejecución de tareas, un plan de flujo de información y todo tipo de normas para el desarrollo de las funciones de la administración y estimación de prioridades.

Lo anterior permitirá el conocimiento de los empleados en la función asignada y el análisis de sus responsabilidades, incremento en la productividad, análisis y evaluación de los puestos, implementación de sistemas de escalafón, así como una adecuada administración de los recursos humanos y conocer sus necesidades de capacitación y adiestramiento.

Los objetivos planteados deben ser adecuados, mensurables después de cierto tiempo, factibles, aceptables, flexibles, motivadores y entendibles, tomando en cuenta la asignación de presupuesto.

Los manuales de procedimiento son uno de los instrumentos más eficaces entre las técnicas elementales de organización administrativa, al delimitar con precisión funciones, autoridad y responsabilidades.

♦ **Manuales de Política.** También llamados de normas, representa una guía básica para la acción dentro de la empresa, al contar con las directrices para proceder dentro de la empresa y son diseñados para contar con una estructura ideal, en cuanto a claridad y precisión en su contenido. Las políticas pueden ser generales o específicas

♦ **Manuales de Contenido Múltiple.** Incluyen las características de los anteriores y un ejemplo lo representa un manual de técnicas, en el cual se señalan los principios y técnicas de una actividad determinada.

Rafael Corona establece una planeación estratégica que puede también implementarse en el gobierno, no sólo en las empresas, señalando en primer término objetivos nacionales, preparados por una comisión presidencial estrechamente ligada a la Presidencia de la República, la cual establecería metas, no sólo en economía, sino entre todos los sectores interrelacionados,

con una estimación de prioridades.

Se pasaría a una recopilación y análisis de datos relevantes para la planeación e identificación de tendencias y peligros ambientales, después identificar los temas estratégicos y llenar los vacíos de información y una conciencia de planeación para asegurar una amplia participación, en un esfuerzo de planeación nacional.

Los objetivos deberán ser adecuados, mensurables después de cierto tiempo, factibles, aceptables, motivadores, entendibles y con una asignación de presupuesto.

Por otra parte, la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal establece en su artículo 19. Título 2º. De la administración pública centralizada. Capítulo I. De las Secretarías de Estado y los Departamentos Administrativos. Rango y Organización de las Secretarías de Estado y departamentos administrativos, que los titulares de las citadas dependencias expedirán "los manuales de organización, de procedimientos y de servicios al público necesarios para su funcionamiento, los que deberán contener información sobre la estructura orgánica de la dependencia y las funciones de sus unidades administrativas, así como sobre los sistemas de comunicación y coordinación y los principales procedimientos administrativos que se establezcan. Los Manuales y demás instrumentos de apoyo administrativo interno, deberán mantenerse permanentemente actualizados,"<sup>24</sup> además de publicarse en el Diario Oficial de la Federación.

Los Manuales de Organización se encuentran preferentemente en las organizaciones y secretarías de Estado, esencialmente en las más importantes, por ejemplo, en el Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación, expedido el 13 de febrero de 1989 establece en el artículo 5º., Fracción XI, el "Aprobar y ordenar la publicación en el Diario Oficial de la Federación del Manual de Organización General de la Secretaría y aprobar y expedir los manuales de procedimiento y de servicios al público."<sup>25</sup>

El Oficial Mayor de la dependencia vigila el cumplimiento de los lineamientos y formulación del citado manual y demás manuales e instructivos

<sup>24</sup> México. Ley Orgánica de la Administración Pública Federal. 5- 6 p.p.

<sup>25</sup> [www.presidencia.gob.mx](http://www.presidencia.gob.mx).

de organización, procedimientos y servicios al público, mientras la Dirección General de Programación, Organización y Presupuesto, formula, integra y mantiene actualizado el manual de la secretaría.

Un ejemplo lo constituye el Manual de Organización de la dependencia gubernamental citada anteriormente, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 29 de enero de 1999, el cual contiene introducción, antecedentes, marco jurídico, atribuciones, estructura orgánica, organigrama, misión, funciones, trámites y servicios al público.

Se establece el propósito de dar a conocer los objetivos, funciones y responsabilidades de cada uno de los órganos internos de la dependencia y "facilitar la coordinación y comunicación interna entre el personal y las unidades administrativas para el desempeño de sus programas de trabajo, así como la interacción con dependencias y entidades de la Administración Pública Federal o de los diferentes niveles de Gobierno; y proporcionar la orientación básica a los particulares que establezcan o mantienen alguna relación con ella."<sup>26</sup>

Por otra parte, cada área de una secretaría puede elaborar su propio manual de organización, tal es el caso de la Dirección General de Información y Difusión de la dependencia encargada de la política interna del país, en el cual se establecen las funciones encomendadas como la dirección y ejecución de la política de información y difusión, la formulación de programas de información y difusión, coordinación de programas de publicaciones, conducción de la producción de campañas de información y difusión y, la coordinación de realización de sondeos de opinión.

Asimismo, el Poder Legislativo cuenta con un Manual de la Coordinación de Comunicación Social de la LVII Legislatura, de la H. Cámara de Diputados, en cual está basado en un Acuerdo de la Cámara Baja, aprobado en sesión efectuada el 3 de noviembre de 1998, puntualizando el compromiso de la Cámara Baja de "proporcionar información confiable y oportuna al pueblo mexicano, de manera directa y a través de los medios de comunicación."<sup>27</sup>

<sup>26</sup> Diario Oficial de la Federación. Sria. de Gobernación. Manual de Organización de la Secretaría de Gobernación. Pág. 4.

<sup>27</sup> Cámara de Diputados. LVII Legislatura. Marco Jurídico del Congreso de los Estados Unidos Mexicanos. Pág. G3.

Tomando como base el ser un órgano del Estado obligado a garantizar el derecho a la información y la carencia hasta ese momento de un ordenamiento estableciendo los procedimientos y condiciones para brindar la información al público, todo ello con el fin de garantizar una difusión oportuna de las acciones legislativas

En el manual se establecen los objetivos de la Coordinación General de Comunicación Social:

“Garantizar el derecho ciudadano a la información, de conformidad con el artículo 6º. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, proporcionando al pueblo mexicano información confiable y oportuna de manera directa a través de los diversos medios de comunicación.

“Crear en la sociedad nacional la mejor percepción y opinión posible acerca del desempeño de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión.

“Buscar el mayor impacto público de las resoluciones de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, con la finalidad de que la sociedad nacional tenga conocimiento, en beneficio suyo, de los cambios sufridos por el marco jurídico y la vida institucional nacional, en todos sus órdenes.”<sup>28</sup>

Asimismo, las funciones de la citada coordinación, entre las cuales destacan la elaboración y aplicación de un plan de información pública para la cobertura del quehacer legislativo y su posterior difusión, con base en la elaboración y desarrollo de programas y campañas para tal fin.

Además de la evaluación del grado de aceptación del quehacer legislativo en la opinión pública e impacto de las estrategias en materia de comunicación social.

La conducción de las relaciones públicas de la Cámara Baja con periodistas y responsables de medios de comunicación, a quienes se les otorgan las facilidades necesarias para el cumplimiento de su función informativa y el material y servicios informativos, otorgamiento de credenciales, concertación de entrevistas.

<sup>28</sup> Congreso de la Unión. H. Cámara de Diputados. Coordinación General de Comunicación Social. Pág. 1.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

El manual desglosa cada una de las direcciones de la Coordinación General de Comunicación Social, estableciendo su objetivo y funciones, así como las subdivisiones de cada una de ellas y al final se presenta el organigrama, en el cual se muestran las relaciones de cada área perteneciente a la citada coordinación.

Por otra parte, los manuales de política, organización y procedimiento, son parte de los documentos conservados en los archivos porque permiten comprender la organización y funcionamiento de la organización, y por ello están considerados como documentos de valor permanente e histórico, al igual que las actas, minutas, directorios, reglamentos, acuerdos, circulares, entre otros.

### 3.3 PROCESO DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Al transcurrir la vida de una administración municipal, organización o empresa, debe establecer relaciones en el ámbito federal, estatal y municipal y con diferentes sectores de la sociedad y población en general, a fin de establecer y mantener un canal de comunicación que le permitirá conocer su entorno interno y externo.

Enfocando al ámbito de la comunicación y el gobierno, se tienen varias formas de comunicación:

1) **Relaciones Públicas**, técnica cuyo objetivo es promover la buena voluntad, la simpatía hacia una causa, un programa, una idea, un funcionamiento, siendo esencialmente una actividad de apoyo.

Básicamente está relacionada con la creación de una buena imagen, ya sea de la organización o la institución gubernamental, desarrollando una reputación y prestigio en el ámbito de su competencia y a establecer relaciones amistosas y cordiales entre sus públicos internos y externos. Un aspecto en donde pone énfasis es en la capacitación de la forma de conducirse y hablar en público.

2) **Publicidad**. Lo cual en las organizaciones equivale a la función de comercialización, atendiendo aspectos como la promoción, servicio post-venta, mercadotecnia directa, telemarketing, pero en el terreno de la comunicación se refiere esencialmente a la compra de espacios en los medios de comunicación, por medio de inserciones pagadas, en donde un cierto porcentaje de su costo total se da en las empresas periodísticas a los reporteros que concretan esa acción.

3) **Comunicado o boletín de prensa y la conferencia de prensa**, son los canales oficiales para la emisión de información por parte de los tres niveles de gobierno y se ha convertido en un procedimiento operativo estándar y el proceso es decidir cuál es la información a revelarse y los funcionarios encargados para declarar al respecto al asunto tratado siguiendo una ruta precisa.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Lo anterior es en relación con los medios de comunicación, a cuyos representantes también se les proporcionan los discursos oficiales e informes de la actividad desarrollada en diferentes campos, así como carpetas de prensa, cuyo contenido depende del evento a desarrollarse, ya que será diferente en el anuncio de la instrumentación de una nueva medida económica al cambio de un funcionario.

Al respecto de la elaboración de los boletines de prensa se señala el estar escritos a máquina, en hojas tamaño carta, con la identidad del remitente en la parte superior izquierda.

4) **El Diario Oficial de la Federación** permite a la sociedad mantenerse actualizado en el área jurídica, ya que se publican las modificaciones, creación o desaparición de disposiciones legales o normas, acuerdos del gobierno federal; en tanto, el gobierno estatal tiene la Gaceta Estatal; y, las administraciones municipales, la Gaceta Municipal para informar sobre cualquier cambio en su status jurídico.

5) **El gobierno como fuente de información**, ya que al realizar censos, investigaciones, estudios y encuestas puede orientar a un sector específico en el desarrollo de sus actividades, con base en los resultados obtenidos; o bien, en el desarrollo de proyectos en áreas y regiones más viables; y la relación con las organizaciones civiles o cámaras de comercio e industria en el desarrollo de un sector comercial presente en la región donde se desee concretar.

# IV. EL MUNICIPIO Y LA COMUNICACIÓN SOCIAL



Felipe Sánchez Solís

- *“Hay más espíritus irredentos que redimir, que tierras que cultivar: Felipe Sánchez Solís.*

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Cristobal Colón descubrió América el 12 de octubre de 1492, realizando la fundación del Fuerte de Navidad, convirtiéndolo en fortaleza militar y el primer sitio poblado por europeos en el continente americano; después en su segundo viaje "en las Instrucciones entregadas a Colón se apunta la erección del municipio"<sup>1</sup> y así fundó la primera ciudad insular "La Isabela" en la isla "La Española", hoy República Dominicana el 27 de noviembre de 1493.

En tanto el primer municipio de la América Continental fue el de la Villa Rica de la Veracruz fundado por Hernán Cortés el 22 de abril de 1519. "Para esto, se levantaron algunas enramadas simulando casas, se marcó la plaza pública erigiéndose en ella una picota y se instaló una horca en los alrededores.

"Ese día comenzó a funcionar el primer ayuntamiento, en lo que había de llamarse Nueva España y que fuera también el primero de la América continental, al efecto se eligieron 2 alcaldes ordinarios, 4 regidores, un alguacil mayor, un capitán de entrada, un maestro de campo, dos con el cargo de alférez, un escribano y un justicia mayor."<sup>2</sup>

La carta de regimiento tiene fecha del 10 de julio de 1519, mientras el primer ayuntamiento metropolitano fue establecido también por Cortés en Coyoacán, pero no se sabe su fecha exacta de erección, tras la pérdida de los primeros libros de Cabildo.

Así nace la historia del municipio, "la institución política jurídica integrada por una población que comparte identidades culturales, históricas y un idioma común, asentada en un territorio delimitado que se administra por autoridades constituidas en un ayuntamiento electo por sufragio universal y directo, para su progreso y desarrollo."<sup>3</sup>

El municipio tiene tres elementos básicos: población, territorio y gobierno, en este último punto tiene la responsabilidad de planear, conducir, coordinar y orientar las acciones y programas a instrumentar para satisfacer las necesidades y demandas de la población, promoviendo su desarrollo integral e impulsando la participación ciudadana.

<sup>1</sup> Ochoa Campos, Moisés. El municipio y su evolución institucional. Pág. 134.

<sup>2</sup> Ochoa Campos, Moisés. Op. Cit. Pág. 134.

<sup>3</sup> Sría de Gobernación. Gobierno y administración municipal. Pág. 109.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Para concretar lo anterior debe contar con un aparato administrativo dotado de los recursos necesarios y así la administración pública juega un papel importante en el fortalecimiento del municipio.

"Si se considera a la administración pública municipal como un sistema dotado de funciones expresadas en leyes y reglamentos y estructurada conforme a tres grandes subsistemas, tendríamos que se les puede dividir en áreas de regulación o normativas; áreas de operación o sustantivas y áreas de apoyo, sea este técnico o administrativo.

"Las áreas de regulación son aquellas que norman, dirigen, señalan las directrices y las políticas, así como son las encargadas de las funciones de autoridad y ejecutiva. En el caso de la administración municipal este grupo comprende el propio ayuntamiento y la presidencia municipal, así como los apoyos directos a estos órganos ejecutivos. Ellos son: la secretaria particular, la jefatura o unidad de comunicación social y prensa, relaciones públicas y algunos órganos de colaboración ciudadana, así como en algunos casos, las unidades de planeación, informática y contraloría interna, entre otras."<sup>4</sup>

Así el municipio, del latín *municipium* significa el desempeño de una función asumida por sí propia y se complementa como institución, dice Moisés Ochoa Campos, agregando que el "estudiar al municipio como unidad sociopolítica del Estado es acercarse a las entrañas de la Nación y trata de buscar el perfeccionamiento armónico de la comunidad."<sup>5</sup>

Si bien está estructurada la integración de los ayuntamientos en cuanto a forma de gobierno con funciones, facultades, atribuciones y obligaciones, un aspecto implícito es la difusión de las acciones de gobierno, sin embargo no se ha estructurado como un aspecto prioritario a atender por las autoridades municipales, en especial los de carácter rural, en los cuales también se carece de reglamentos para establecer y regular la propia integración y funcionamiento interior del ayuntamiento, su organización administrativa, los servicios públicos municipales y la actividad de los particulares.

La Ley Municipal de 1825, representa en el Estado de México la disposición más antigua donde se establece la organización de los

<sup>4</sup> Sra de Gobernación. Op. Cit. Pág. 198.

<sup>5</sup> Ochoa Campos, Moisés. Op. Cit. Pág. 9.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ayuntamientos y en la actualidad la legislación vigente establece como atribución del presidente municipal el "promulgar y publicar la Gaceta Municipal, el Bando Municipal y ordenar la difusión de las normas de carácter general y reglamentos aprobados por el ayuntamiento."<sup>6</sup>

Pero en los municipios rurales -en especial-, no se desarrolla esta tarea en forma cabal, al carecer de los elementos básicos para instrumentar la difusión de las acciones de gobierno, de ahí la necesidad de contar con planes de trabajo en esta materia y sobre todo concientizar a los funcionarios municipales de la importancia de contar con una unidad administrativa encargada de coordinar los procesos de comunicación tanto al interior como exterior del territorio municipal.

---

<sup>6</sup> Gobierno del Estado de México. Prontuario de Legislación Fiscal 2000. Pág. 99.

#### 4.1 EL CASO DE NEXTLALPAN DE F.S.S.

Toltecas, chichimecas y otomíes fueron algunos de los grupos étnicos que poblaron el hoy territorio del municipio de Nextlalpan de Felipe Sánchez Solís, en el Estado de México y éstos últimos fueron los primeros en establecerse y caracterizándose por la consolidación de un señorío militar y cultural, alcanzando un desarrollo notable y sus orígenes se sitúan a finales del periodo preclásico y principios del clásico entre los años 500 A. de C. y 100 D. de C.

Así inició la historia de este municipio que pasó por diversos pasajes, destacando el reinado de Xaltocan, capital de un gran imperio otomí, el cual posteriormente decayó para convertirse en un pueblo subordinado y difuso y en tiempos de la conquista española, Cortés los describió como montañeses y esclavos de Tenochtitlán, hasta la instalación del primer ayuntamiento constitucional el 31 de julio de 1820, de acuerdo a la Constitución de Cádiz.

Actualmente este territorio mexiquense está gobernado por un ayuntamiento de elección popular, en el cual participan miembros del Partido Revolucionario Institucional -en su mayoría-, Partido Acción Nacional y Partido de la Revolución Democrática, quienes iniciaron ejercicio constitucional el 18 de agosto del 2000.

Nextlalpan es una palabra de origen náhuatl, porque "se ha constatado que la tierra de ese lugar tenía un leve color grisáceo, motivo por el cual los fundadores prehispánicos lo denominaron Nextlalpan, de nextli, ceniza; tlatli, tierra o suelo; y pan, sobre, que en español es: "*Sobre la tierra de cenizas.*"<sup>7</sup>

Es un municipio rural, enclavado en la Cuenca del Valle de México, situado en la parte norte del Estado de México, a 38 kilómetros de la Ciudad de México, en la zona II Zumpango, en el Distrito XX. Limita al norte con Zumpango y Jaltenco; al sur con Tultepec, Tultitlán, Jaltenco y Tecamac; al oriente con Tecamac y Zumpango; y, al poniente con Zumpango, Cuautitlán y Melchor Ocampo.

<sup>7</sup> Begines Juárez, Juan Manuel. *Nextlalpan de Felipe Sánchez Solís. Monografía Municipal.* Pág.13.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Forma parte de la división territorial y de la organización política y administrativa del Estado de México, tiene una superficie de 69.9 Km.2, clima templado, y en antaño contaba con el lago de Xaltocan, por lo que sus habitantes se dedicaron a "la caza de patos, chichicuilotos, agachonas y en la estación de lluvias se mantienen con pescado blanco, juiles, charalitos, mextlapiques y atepocates que se encuentran por donde penetran al vaso las aguas dulces.<sup>8</sup>

De acuerdo a los resultados preliminares del XII Censo General de Vivienda 2000 cuenta con una población 19 mil 755 habitantes,<sup>9</sup> dedicados preferentemente al comercio y maquila de ropa, en especial de mezclilla, en un territorio integrado por una cabecera municipal establecida en el barrio central, 7 barrios y un pueblo.

Se sintonizan todas las estaciones de radio y canales de televisión, incluyendo a Radio y Televisión Mexiquense, siendo las telenovelas, deportes y dibujos animados los programas de mayor auditorio. En relación a los medios escritos, los periódicos más solicitados son: La Prensa, La Jornada, Excélsior, El Universal, Unomásuno, Esto y La Afición, los cuales son adquiridos en el único expendio de publicaciones, ubicado en la cabecera municipal. Los medios locales circulan ocasionalmente.

Las acciones de gobierno de la administración 1997-2000 estuvieron basadas en la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México, el Plan Nacional de Desarrollo 1994-2000 y sus programas sectoriales, así como en el Plan de Desarrollo Municipal Nextlalpan 1997-2000.

Don Felipe Sánchez Solís es el hombre ilustre del municipio, abogado y pedagogo nacido en el barrio de Molonco, fue el primer director del Instituto Científico y Literario de Toluca, ocupó los cargos de diputado federal, secretario de la Suprema Corte de Justicia, fundó la Sociedad Artística Industrial para Artesanos.

En honor a su trayectoria en el Estado de México se otorga anualmente la Presea a la Juventud Felipe Sánchez Solís a los jóvenes sobresalientes en el campo del estudio en el Estado de México.

<sup>8</sup> Rivera Cambas, Manuel. Viaje a través del Estado de México. (1880-1883). Pág. 134.

<sup>9</sup> [www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx).

## 4.2. LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

A lo largo de la historia de este municipio no se registró la existencia de una área de comunicación social; en el 2º. Informe de Gobierno Municipal del C. Margarito Felipe Juárez Hernández, en 1995, mencionó la publicación de un órgano de difusión cultural, cuyo objetivo era la difusión y extensión del quehacer cultural en el municipio de Nextlalpan de F.S.S., sin embargo, este proceso no se concretó.

La administración encabezada por C. Gil Arenas Sánchez, (1997-2000), en el Plan de Desarrollo Municipal ubicó a la Unidad de Comunicación Social, como el “área administrativa que tiene a su cargo la difusión de las acciones de gobierno y la administración municipal, la organización de foros de opinión pública, la expedición de convocatorias para solicitar la participación comanditaria y la organización de actos cívicos.”<sup>10</sup>

El Libro de Sesiones de Cabildo de 1997, asienta con fecha 17 de octubre, la designación de una persona encargada de la difusión de la Feria de la Mezclilla a través de Televisa, sin embargo, no existe ningún acuerdo del ayuntamiento avalando el nombramiento, la designación del titular del área de comunicación, ni de su constitución.

Y en el 1er. Informe de Gobierno de 1997, en el rubro Fomento al Turismo, informó de la participación en la Primera Feria de la Mezclilla Nextlalpan 97, de la Dirección de Comunicación Social del Gobierno del Estado y la Casa de Cultura Municipal, en la elaboración y difusión de trípticos para promocionar el atractivo turístico del municipio.

Mientras en el 2º. Informe de Gobierno de 1998 fueron señaladas las actividades realizadas por la dirección de Comunicación Social del municipio: publicación de dos boletines trimestrales con tiraje de mil ejemplares cada uno y la Gaceta de Gobierno, a fin de difundir las acciones, hechos y obras gubernamentales y, la edición de 4 trípticos como parte de la política de identidad municipal, así como 1 folleto; además de la emisión de boletines de prensa y coordinación en la promoción del evento de la Feria de la Mezclilla.

<sup>10</sup> H. Ayuntamiento de Nextlalpan de F.S.S. Plan de Desarrollo Municipal 1997-2000. Pág. 64.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

El Bando Municipal 99 estableció en el orden administrativo a la Coordinación de Comunicación Social, bajo la dirección de un coordinador, designado por el ayuntamiento, a propuesta del presidente municipal y en el artículo 32 indicó: "cada dependencia conducirá sus actividades en forma programada y con base en las políticas, prioridades y restricciones que, para el logro de los objetivos y metas de los planes de gobierno establezca el presidente municipal."<sup>11</sup>

La estructura de esta coordinación era la siguiente: Un director, con profesión de arquitecto; un auxiliar, con estudios en la licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva; y un fotógrafo, quien en realidad laboraba en la dirección de Obras Públicas, sin ningún título universitario y se le señaló como subdirector.

Desde su creación en febrero de 1998, no existió un plan de trabajo establecido, por ello se elaboró un esquema de actividades a desarrollar, teniendo como objetivo el difundir las acciones de gobierno del ayuntamiento 1997-2000, tanto en el interior del municipio como a nivel estatal y nacional, además de tomar en cuenta los lineamientos de la política gubernamental en toda esfera.

A lo largo de su escaso desarrollo de poco más de un año, al desaparecer el 15 de mayo de 1999 por razones de carácter presupuestal y simplificación administrativa, las actividades realizadas fueron las siguientes:

1) **Cobertura de eventos**, tanto para la emisión de comunicados de prensa como de conocimiento interno de los funcionarios de la administración, tal es el caso de las reuniones con autoridades de otros municipios relacionadas con los problemas de límites territoriales.

2) **Redacción de boletines de prensa**, para ello se estableció un sistema de enlace con los medios de comunicación, principalmente estatales, solicitantes de información sobre los acontecimientos municipales y para ello también se emitieron boletines de prensa, proporcionados sin importar su tendencia, número de ejemplares publicados y distribución. Además, se conformó un directorio de medios de comunicación.

---

<sup>11</sup> Bando Municipal 99. Pág. 17.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Asimismo, se envió la información más relevante a la Dirección de Información de la Dirección General de Comunicación Social del Gobierno del Estado, y toda la emitida a las Coordinaciones Regionales del Valle de México y Oriente -vía fax-, cuyos directores proporcionaron el apoyo necesario para una mayor difusión de los acontecimientos del municipio. Una dependencia gubernamental solicitante de esta información fue la Secretaría de Gobernación, a través de su representante en la región.

El primer boletín de prensa se elaboró con motivo de ser el municipio sede de la Exposición Itinerante de los Símbolos Estatales 1998, con fecha 27 de abril de ese año, el cual se difundió entre la población asistente a la muestra, así como a los representantes de los medios de comunicación, además que formó parte de un informe de actividades rendido por la administración municipal sobre el desarrollo de la exposición al Gobierno del Estado de México.

3) **Emisión de la Gaceta Municipal**, de la cual sólo se emitió un número, lo anterior de acuerdo a los requerimientos legales establecidos en la Ley Orgánica del Estado de México, en donde se dio a conocer el Bando Municipal y reglamentos puestos en marcha por la administración municipal; mientras que del Boletín Municipal, fueron en total 2 números y quedó lista la emisión de un tercero, donde se informaba a la población del municipio acerca de las acciones, hechos y obras gubernamentales. Se editaba trimestralmente y a pesar de contar con información para una publicación normal, no tuvo eco en las autoridades municipales.

4) **Archivo Periodístico**, conteniendo las publicaciones, tanto a nivel estatal como nacional, donde se hacía mención a la actividad desarrollada por la administración municipal o tenía alguna influencia en la vida municipal.

5) **Elaboración del Bando Municipal**, con la correspondiente captura en computadora, corrección de estilo y diseño.

6) **Diseño e impresión de invitaciones** para eventos cívicos y sociales organizados por el municipio, volantes, convocatorias, carteles, anuncios, reconocimientos, diplomas, personificadores.

---

\* Ver Anexo D.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

7) **Elaboración de síntesis informativa** dirigida al presidente municipal, con el objetivo de mantenerlo informado de los acontecimientos más sobresalientes, la cual era archivada por el Secretario del Ayuntamiento.

8) **Redacción de notas aclaratorias dirigidas a medios de comunicación**, con el correspondiente envío a los mismos y su seguimiento hasta su publicación. Tal fue el caso de un periódico nacional: La Jornada y otro estatal: Acontecer.

9) **Elaboración de publicaciones diversas**, con la correspondiente investigación, redacción, diseño e impresión, así como difusión, principalmente entre la población del municipio, en sitios de fácil acceso para la misma, tomando en cuenta principios de identidad municipal. Ejemplo de lo anterior fue un folleto titulado "2 de marzo", realizado con motivo de la conmemoración de la erección del Estado de México, en coordinación con el Cronista Municipal.

Entre los folletos y trípticos editados: Felipe Sánchez Solís, Mpio. de Nextlalpan de F.S.S., México 1810-1998.

10) **Directorio telefónico**, con el fin de eficientar la función pública en el interior de la administración, se proporcionó a la secretaria de la Presidencia, un cuaderno donde anotar todos los mensajes dirigidos a los miembros de la administración municipal, señalando fecha y hora de los mismos, y con datos similares registrar su recepción, lo anterior ante las constantes quejas de funcionarios y directivos municipales de no haber recibido algún tipo de información.

11) **Elaboración de machotes de constancias domiciliarias** -las cuales son muy solicitadas por la población en general-, a computadora, lo cual agilizó este trámite, ya que anteriormente la secretaria de la Presidencia tenía que elaborar a máquina cada una de ellas y después sólo anotaba los datos de la persona solicitante.

12) **Versiones estenográficas** de intervenciones del presidente municipal en eventos diversos.

13) **Difusión de eventos a través de medios de comunicación**, como

#### HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

fue el caso de la Feria de la Mezclilla, a través de Radio Mil y el noticiero Formato 21 de Grupo Radio Centro. Cabe destacar que esta difusión no representó ningún costo para la administración municipal, al contar con el apoyo de los jefes de información de las 2 estaciones radiofónicas para la divulgación de información del evento.

Asimismo, se implementó la difusión a través del Sistema de Transporte Colectivo (Metro), a través de carteles, en estaciones clave de este medio de comunicación, como lo fueron las estaciones de correspondencia.

Lo anterior representó una vía de difusión que redundó en un mayor número de asistentes a este evento organizado por las autoridades municipales, porque la mayoría de la población desconoce la existencia del municipio y la organización de este tipo de eventos, donde los industriales dan a conocer la fabricación de prendas de vestir confeccionadas básicamente a base de mezclilla, además de disfrutar de eventos artísticos diversos. Al interrogar a varias personas, comentaron el haber conocido este evento preferentemente a través de los carteles colocados en el Metro, en los cuales se daba a conocer el programa de actividades de la mencionada feria y el croquis de localización, así como la fecha de realización.

14) **Elaboración del Informe de Gobierno**, correspondiente al año 1998, con la recopilación de información de cada uno de los miembros del ayuntamiento, así como las direcciones de la administración, redacción, selección de fotografías y formato del mismo, lo anterior en coordinación con la Contraloría Municipal.

Ante el inicio de funciones de esta área se hizo necesario un programa de trabajo, delineando metas, el cual quedó estructurado en 1999.\*

De las metas propuestas no todas llegaron a su conclusión o tan sólo a iniciarse, ya que la administración municipal por cuestiones de "simplificación administrativa y presupuestal", la Dirección de Comunicación Social desaparece el 15 de mayo de 1999, a poco más del año de su creación.

---

\* Ver Anexo E.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Se publicó una Gaceta Municipal, 2 boletines trimestrales, trípticos sobre la vida de Felipe Sánchez Solís y folleto sobre la erección del Estado de México.

Al respecto cabe hacer notar que esa administración municipal no tenía una visión sobre la forma de conducir las metas y políticas implementadas a nivel nacional y estatal y una muestra clara es el hecho del cambio de denominación de unidad administrativa, coordinación o dirección de comunicación social.

Otro aspecto fue la falta de apoyo a las actividades realizadas por esta naciente área de comunicación social y el contar al frente de ella con un profesional ajeno al conocimiento de las actividades a desarrollar en el campo de la comunicación en un municipio donde las necesidades en esta materia están presentes.

La relación con los medios de comunicación se estableció proporcionándoles el requerido en materia de información, haciendo frente a sus pretensiones económicas al dotarlos del material emitido en forma de boletines de prensa y publicaciones.

Al respecto es necesario destacar la gran proliferación de publicaciones en el Estado de México dedicadas a sólo acudir a los actos de los gobiernos municipales con el fin de contar con alguna recompensa económica, o de lo contrario, sacan a relucir lo negativo de la administración municipal y esta situación también se enfrentó, aún con el enojo de los representantes de esos mal llamados medios de comunicación, al proporcionarle información periodística.

Por lo que respecta al proceso de comunicación interna dado en esta administración municipal, los medios de información eran los memorandum y oficios dirigidos a los empleados, como fue el caso de checar tarjetas y portación de gafetes de manera obligatoria, sin embargo, para la fecha de emisión del memorandum no se les había entregado a los empleados.

Otro aspecto fueron los mensajes de tipo autoritario emitidos a los empleados para acudir a eventos organizados por la administración municipal, como ejemplo de lo anterior está uno fechado el 8 de mayo de 1999, donde se

señala:

“Por medio del presente me permito comunicarle que el día lunes 10 debe presentarse a laborar como de costumbre y en la noche a las 21:00 horas deberá regresar para el Festival del Día de las Madres, y deberá irse hasta que termine dicho evento.

“Esperando contar con su comprensión y apoyo le reitero mi más sincero agradecimiento.”

En este texto, firmado por el presidente municipal, el mensaje es de tipo autoritario, se hace mención a la responsabilidad y compromiso del empleado con la administración municipal, pero no existe una actitud de correspondencia del munícipe con éstos, porque se utiliza la palabra deber, sin considerar aspectos como la posibilidad del transporte en un horario tarde.

Otras acciones emprendidas por esta administración fue el descontar de los sobres de pago quincenales, una cantidad que por mínima que era -\$10.00, para obras del DIF-, causaba descontento entre los empleados, a quienes no se les tomaba en consideración para otorgar esa colaboración.

Lo anterior provocó un bajo nivel de trabajo de los empleados municipales y falta de interés en la labor encomendada, lo cual redundó en la formación de la imagen de la administración municipal.

Las necesidades en materia de comunicación son palpables en este municipio, sobre todo el establecer la relación del gobierno municipal con la ciudadanía.

Asimismo, está presente el requerimiento de construir una imagen positiva, tanto del ayuntamiento como del personal que labora en la administración municipal, estableciéndose el contar con elementos idóneos para cada ramo de actividad.

Otro aspecto es el deseo de la población de participar en el desarrollo del municipio, en la búsqueda de solución de problemas, pero no se ha canalizado con tal fin.

### **HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Además de un mayor tiraje de las publicaciones emitidas por el gobierno municipal, a fin de que lleguen a manos de la población y conozcan las acciones de la administración municipal.\*

Actualmente, la administración municipal 2000-2003, encabezada por el C. Joel González Cervantes, en el Bando Municipal 2001, Capítulo 3. De las dependencias administrativas, Artículo 30 se indica la existencia de una Coordinación de Comunicación Social, sin embargo no se ha constituido.

---

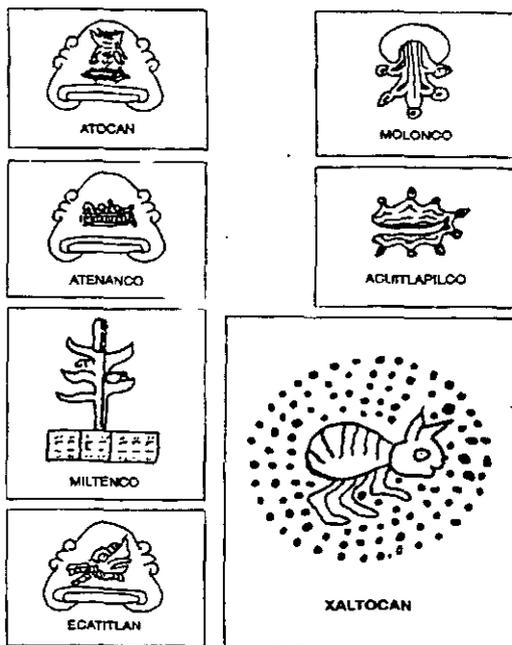
\* Ver Anexo F.

# V. MANUAL DE ORGANIZACIÓN

## COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

### MPIO NEYTLALPÁN DE ESC.

### EDO. DE MÉX.



- *La comunicación social es, por definición, un elemento indispensable para la gestión democrática de las comunidades humanas, es decir de la política: Manuel Buendía.*

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

A continuación se plantea un Manual de Organización para un área de Comunicación Social, en un municipio del Estado de México, tomando en cuenta que en la administración pública se establece la necesidad de contar con un plan de trabajo en cada una de las áreas, sin embargo éstos no se encuentran en los niveles municipales.

Por lo que respecta al municipio de Nextlalpan de F.S.S., Estado de México, el manual se elabora de acuerdo a las líneas de acción establecidas en los textos y la experiencia personal al laborar en esa área de Comunicación Social con una escasa vida, debido principalmente a la falta de conocimiento del presidente municipal acerca de la conducción de una administración municipal.

La planificación del manual está basada en la puesta en marcha de un conjunto de procedimientos tanto internos como externos para desarrollar actividades y acciones coordinadas para concretar las metas y objetivos propuestos, con el uso eficiente de medios y recursos escasos por tratarse de un municipio de tipo rural, el cual depende considerablemente de los recursos estatales y federales.

Se busca establecer un vínculo de enlace entre el gobierno y la población de este municipio, al observarse condiciones propicias para ello, en virtud de necesidades informativas de los ciudadanos por conocer la marcha del municipio.

Lo anterior se logrará con la instrumentación de mecanismos de comunicación interna y externa a lo largo de un trienio y está dirigido tanto a los miembros del ayuntamiento, aparato administrativo, ciudadanía y población en general, así como al establecimiento de relaciones con organismos gubernamentales, tanto estatales como nacionales, medios de comunicación y todas aquellas personas que pudieran establecer algún tipo de relación con la administración municipal.

Esta tarea la realizarán profesionales del área de comunicación social, a fin de contar con recursos humanos capacitados y evitar improvisaciones y permitirá un mejor aprovechamiento de la política instrumentada en materia de comunicación social.

## **HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

De esta forma se presenta la propuesta, la cual tendrá una carátula de identificación del documento conteniendo el escudo y glifo del municipio en cuestión y la administración municipal, en tamaño carta, escrito a una sola cara, tipo normal de 14 puntos.



# MANUAL DE ORGANIZACIÓN

COORDINACIÓN DE  
COMUNICACIÓN SOCIAL

MUNICIPIO DE NEXTLALPAN DE  
F.S.S.

ESTADO DE MÉXICO

ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL  
2000-2003

**CONTENIDO**

	<b><u>PÁG.</u></b>
<b><i>ÍNDICE</i></b> .....	<b>2</b>
<b><i>PRESENTACIÓN</i></b> .....	<b>3</b>
<b><i>ANTECEDENTES</i></b> .....	<b>5</b>
<b><i>MARCO JURÍDICO</i></b> .....	<b>6</b>
<b><i>OBJETIVO</i></b> .....	<b>7</b>
<b><i>FUNCIONES</i></b> .....	<b>9</b>
<b><i>ORGANIGRAMA</i></b> .....	<b>13</b>
<b><i>PERFIL DE PUESTOS</i></b> .....	<b>15</b>
<b><i>GLOSARIO DE TÉRMINOS</i></b> .....	<b>17</b>
<b><i>BIBLIOGRAFÍA</i></b> .....	<b>19</b>

## **PRESENTACIÓN**

El municipio representa la base de la división territorial y de la organización política y administrativa de las entidades federativas, y al ser la célula básica del sistema de gobierno en la República Mexicana debe contar con instrumentos que le permitan el mejor desarrollo de las atribuciones, tal como lo marca la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Es en el municipio donde inicia el proceso de desarrollo de una nación, de ahí la importancia de contar con programas de trabajo, donde se establezcan los objetivos y metas a alcanzar por las administraciones municipales en todo ámbito.

Un punto esencial es dar a conocer a la población las acciones desarrolladas, a fin de mantenerla informada sobre la gestión de gobierno, conocer sus necesidades e inquietudes acerca del desarrollo del lugar donde habitan, esto es, haciéndolos partícipes para concretar la meta de un gobierno democrático y una administración pública eficaz.

En la administración pública en los últimos años, se ha hecho necesaria la creación de una unidad administrativa encargada de la difusión de las acciones gubernamentales, ya que el atender los aspectos de la comunicación social es prioritaria, y representa el puente entre gobierno y los diferentes sectores de la sociedad, para la solución de toda problemática, necesidades, inquietudes y sugerencias de la población.

Una área de Comunicación Social lleva a cabo la tarea mencionada, además de apoyar el proceso de comunicación interna y externa en una administración municipal y, cumplir con la obligación del Estado de dar a conocer lo realizado en un determinado periodo de gobierno por las autoridades elegidas por la población.

La Coordinación de Comunicación Social es la unidad administrativa creada por acuerdo de Cabildo del Ayuntamiento de Nextlalpan de F.S.S., Estado de México, con el objeto de coadyuvar al buen funcionamiento de la administración pública municipal y la eficaz prestación de los servicios de comunicación tanto internos como externos, al establecer un enlace

entre gobierno y sociedad.

Es un área administrativa con función de apoyo directo y relación estrecha con el H. Ayuntamiento, el presidente municipal y las áreas administrativas, fomentando una imagen positiva del gobierno municipal.

## **ANTECEDENTES**

Con el objeto de difundir la principal actividad del municipio de Nextlalpan de F.S.S., Estado de México, fue organizada la Feria de la Mezclilla en el año 1997, y la administración municipal 1997-2000 vio la necesidad de contar con personal encargado de esta tarea y para ello recurrió a una persona quien laboraba en un consorcio televisivo.

Asimismo, en el Plan de Desarrollo Municipal incluyó una unidad administrativa a cargo de “la difusión de las acciones de gobierno y la administración municipal, la organización de foros de opinión pública, la expedición de convocatorias para solicitar la participación comanditaria y la organización de actos cívicos.”<sup>1</sup>

Fue en el mes de abril de 1998 cuando surge la Dirección de Comunicación Social, -sin existir un documento oficial donde se señale su creación-, y desaparece a año y medio de su creación, por razones de carácter presupuestario y simplificación administrativa, tras la realización de acciones de difusión a nivel municipal, estatal y nacional de las acciones municipales.

Por primera vez se contó con una unidad administrativa, cuya tarea esencial era la difusión de las acciones desarrolladas por esa administración municipal, así como la edición de publicaciones oficiales, emisión de boletines de prensa proporcionados a medios de comunicación, en primer término estatales y nacionales, entre las principales actividades.

Además de la edición de publicaciones diversas, elaboración de síntesis informativas, aclaración de notas informativas en medios de comunicación, elaboración del directorio y archivo periodístico, entre otras actividades, así como el auxiliar a las diferentes áreas administrativas para eficientar la labor administrativa municipal en trámites diversos.

---

<sup>1</sup> H. AYUNTAMIENTO DE NEXTLALPAN DE F.S.S. Plan de Desarrollo Municipal 1997-2000 Pág. 90.

## **MARCO JURÍDICO**

El establecer un vínculo entre gobierno y ciudadanía es esencial para todo gobierno, ya que permite conocer, diagnosticar y satisfacer las necesidades propias de la población en cuanto a lo acontecido en el lugar donde habita, además de recibir todas aquellas sugerencias que redunden en el desarrollo vital del municipio.

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en el artículo 7º. establece que el derecho a la información será garantizado por el Estado.

Por ello, corresponde al funcionario público, en primer término, dar cabal cumplimiento a este precepto constitucional, ofreciendo a la población los elementos necesarios para conocer la marcha de la gestión gubernamental, además de respetar lo establecido en el Artículo 6º. de la Carta Magna al establecer la libertad de expresión como una de las garantías individuales básicas, con las limitaciones de ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito o perturbe el orden público.

Asimismo, el artículo 26 de la Ley de Planeación puntualiza el fortalecimiento del municipio libre, y con una población informada en forma oportuna y veraz de las acciones gubernamentales se puede concretar lo anterior.

Todo esto se logrará con la instrumentación de mecanismos de comunicación interna y externa, dirigidos tanto a miembros del ayuntamiento, aparato administrativo, ciudadanía y población en general, así como al establecimiento de relaciones con organismos gubernamentales tanto municipales, estatales y nacionales, medios de comunicación y todas aquellas personas y organizaciones de diversa índole relacionadas de alguna forma con la administración municipal.

La propia Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México y en específico la Ley Organica Municipal señalan la obligatoriedad de emisión de publicaciones oficiales y difusión de las disposiciones, reglamentos y normas a aplicarse en el territorio municipal.

## **OBJETIVO**

La Coordinación de Comunicación Social es la unidad administrativa del municipio de Nextlalpan de F.S.S., Estado de México, cuya tarea esencial es la difusión de las actividades desarrolladas por la administración 2000-2003 a los habitantes de este municipio, dependencias de la administración pública federal y población en general.

Es un área administrativa, creada por acuerdo de Cabildo, la cual tendrá un coordinador, quien será el responsable de establecer una relación directa con los miembros del ayuntamiento y cada una de las áreas de la administración municipal, a fin de establecer un proceso de comunicación interna y con los sectores de la población, siendo un canal abierto entre el gobierno municipal y los diferentes sectores sociales.

El objetivo general es establecer un proceso de comunicación abierto, plural y fluido para concretar el desarrollo municipal en un marco democrático, donde la población sea partícipe activo del desarrollo, exponiendo sus puntos de vista, sugerencias y quejas sobre la marcha de la administración municipal y respondiendo a sus necesidades al captarlas y canalizarlas al ámbito respectivo, todo ello con el fin de contar con ciudadanos informados, evitando distorsiones informativas sobre las acciones gubernamentales y robustecer la confianza y solidaridad de la población, en el marco de un programa de participación ciudadana.

Los objetivos específicos son:

Contar con información oportuna, veraz, objetiva y suficiente y al alcance de todos los habitantes, estableciendo contacto con los diferentes sectores sociales del municipio para hacerlos partícipes del desarrollo de este municipio.

Fomentar los valores de identidad y la difusión de la cultura entre los diferentes sectores sociales, tomando en cuenta las características de ser un municipio rural.

Crear una imagen positiva, tanto de la marcha de la administración

**HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

municipal, como de los integrantes y funcionarios de la misma.

## **FUNCIONES**

1) Aplicar el Manual de Organización de la Coordinación de Comunicación Social del municipio de Nextlalpan de F.S.S., Estado de México, realizando las modificaciones pertinentes en el curso de desarrollo de la administración municipal 2000-2003, así como la correspondiente evaluación en la aplicación de los objetivos planteados.

2) Llevar a cabo el proceso de comunicación interna y externa de la administración municipal.

3) Establecer políticas de difusión e información de la administración municipal, en diferentes ámbitos y eventos desarrollados, tal es el caso de la Feria de la Mezclilla y eventos de carácter cívico-cultural.

4) Coordinar la edición, publicación y difusión de las publicaciones oficiales de acuerdo a los ordenamientos jurídicos y, las no oficiales.

*Folletos y trípticos.* Publicaciones de la administración municipal, sobre eventos históricos desarrollados en el ámbito municipal, a fin de adentrarlos en el conocimiento de sus raíces, para ello se efectuará la correspondiente investigación del tópico a tratar, redacción, diseño e impresión, además de divulgarlas a través de su exposición en el Palacio Municipal, instituciones educativas, bibliotecas, organizaciones civiles y políticas.

De esta forma, se contempla la emisión de un tríptico trimestral, abordando temas como la erección del municipio, nacimiento del hombre ilustre del municipio, erección del estado de México, erección del municipio, en cada una de las fechas conmemorativas.

Además de abordar temas acerca de acontecimientos históricos nacionales, como es la celebración de fechas históricas del país y otros de interés común que tengan incidencia en la vida municipal, como es la ecología.

*Volantes.* Es uno de los medios de difusión para dar a conocer acciones o medidas a implementar por la administración municipal, así como

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

invitaciones a la población en general para acudir a algún evento organizado por el gobierno municipal.

Se enviarán a los delegados municipales para difundirlos entre la población para su conocimiento, además de repartirse en sitios clave para lograr el objetivo de informar a la población del hecho en cuestión.

Estos sitios pueden ser: instituciones educativas, bibliotecas, casa de cultura, museos, entre otros. Asimismo, pueden utilizarse las bardas o mantas, también colocadas en sitios estratégicos.

5) Captar la información publicada en medios de comunicación sobre el municipio, conformando un archivo periodístico y la elaboración diaria de una síntesis informativa del acontecer municipal, estatal y nacional.

Para ello se realizará la adquisición de tres diarios nacionales, el monitoreo en radio y televisión de 3 noticieros transmitidos por estos medios de comunicación, de mayor circulación y cobertura nacional, a fin de contar con una visión general de los acontecimientos del país, y así mantener informado al presidente municipal -en primer término-, de los acontecimientos clave en el desarrollo de la nación.

Además la consultarán cada uno de los miembros del ayuntamiento y posteriormente será archivada para su posterior consulta en caso necesario.

Se efectuará la revisión de todos los medios locales para enriquecer la síntesis y sobre todo conocer lo difundido por los diferentes medios de comunicación acerca de la administración municipal y estar al tanto que ésta sea la correcta y acorde a la realidad, para evitar malas interpretaciones entre la población del municipio y la sociedad en general.

6) Establecer relación con los representantes de los medios de comunicación, proporcionando la información oficial generada por el municipio, además de elaborar un directorio de los medios de comunicación impresos, de radio y televisión, agencias de noticias, así como de los directivos de la Coordinación de Comunicación Social del Gobierno del Estado y de las Direcciones Regionales en la entidad.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

*Comunicados de Prensa.* Redacción del material informativo a difundir de manera periódica a medios de comunicación, el cual se enviará a la Coordinación General de Comunicación Social y a las Direcciones Regionales Valle de México y Oriente, con el fin de darlas a conocer a los medios de comunicación de la entidad, así como a los nacionales y población en general.

Los tópicos a tratar serán cada una de las acciones, eventos acontecidos y medidas a implementar y desarrolladas por la administración municipal, para el conocimiento de la población del municipio, en primer término y para todos aquellos sectores sociales interesados en conocerlas.

Realizar la contratación de publicidad en los mismos, con la correspondiente orden de inserción, emitida por esta coordinación, y previa autorización del ayuntamiento; y, la concertación de entrevistas con los funcionarios municipales.

En el caso de solicitar la publicación de algún boletín de prensa o documento en algún medio de comunicación se les entregará la correspondiente orden de inserción, a fin de llevar a cabo un estricto control de los gastos generados por esta dependencia y la comprobación necesaria ante Glosa del Estado de México.

Sólo se enfocará la publicación a medios de comunicación que cuenten con los registros básicos para su difusión, con el fin de asegurar la difusión del documento en cuestión y evitar proporcionarla a publicaciones carentes de una documentación oficial y por tanto, de confiabilidad y seriedad.

En el formato se especificarán cada uno de ellos, así como el espacio destinado para la publicación y título, teniendo conocimiento previo de las tarifas de los medios de comunicación y sus correspondientes modificaciones a lo largo del periodo de la administración municipal.

Los formatos a utilizar especifican las áreas de la administración municipal que tendrán conocimiento de las acciones de publicidad en medios de comunicación y se conservarán en un archivo para toda consulta de las áreas interesadas de la administración municipal.

Asimismo, deberán estar elaboradas en hojas membretadas de la

**HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
administración municipal y de la Dirección de Comunicación Social.\*

Realizar las aclaraciones pertinentes a todo medio de comunicación sobre información publicada en los mismos, la cual esté fuera de la realidad, con la correspondiente redacción de la aclaración, envío y seguimiento hasta su publicación.

7) Establecer un canal de comunicación e información eficiente con cada una de las direcciones de la administración municipal para un buen desempeño de cada uno de sus integrantes, y con ello una mejor atención a la ciudadanía.

8) Mantener una relación con los órganos de comunicación de las administraciones municipales del Estado de México, Gobierno del Estado de México y de la Federación.

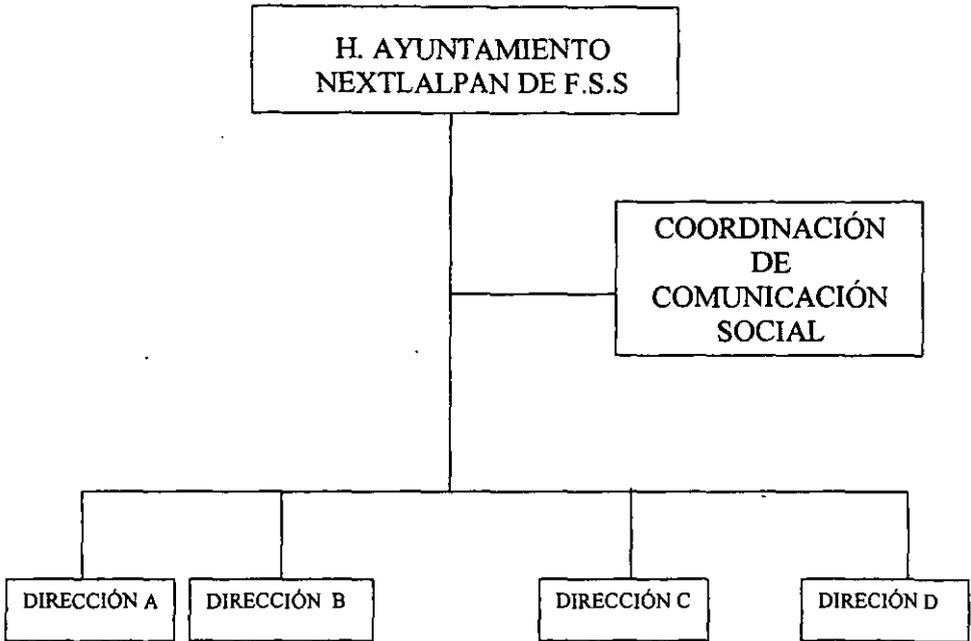
9) Llevar a cabo sondeos de opinión para conocer, evaluar y dar respuesta a las inquietudes de la población en diferentes aspectos.

10) Coordinar la realización de un periódico mural en las instalaciones del Palacio Municipal, para dar a conocer a la población anuncios sobre las acciones desarrolladas por las áreas administrativas, horarios de servicio, trámites diversos, así como manifestaciones artísticas y culturales de la población.

---

\* Ver Anexo G.

**ORGANIGRAMA**



## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La estructura interna de la Coordinación de Comunicación Social es la siguiente:



## ***PERFIL DE PUESTOS***

### **El coordinador de Comunicación social:**

- ❖ Establece la política de comunicación social de la administración municipal 2000-2003, con la constante actualización de los tópicos en la materia y las políticas implementadas en el ámbito federal y estatal.
- ❖ Responsable de la aplicación del Manual de Organización de la coordinación y evaluación anual del mismo para su actualización.
- ❖ Coordina, organiza, planea y dirige el proceso de comunicación interna y externa
- ❖ Supervisa las publicaciones oficiales y no oficiales y vigila su correcta distribución
- ❖ Organiza y apoya los eventos desarrollados por el H. Ayuntamiento.
- ❖ Establece relación con los representantes de los diversos medios de comunicación y enlaces con las áreas de comunicación social del Gobierno del Estado de México y el gobierno federal, para la labor de difusión a través de los mismos y con los miembros de la sociedad en general, buscando la creación de una imagen positiva para la administración municipal.

El puesto será ocupado por un profesional egresado de la Licenciatura de Periodismo y Comunicación.

### **El Jefe de Publicaciones:**

- ❖ Edita y diseña las publicaciones oficiales y de otra índole.
- ❖ Coordina la elaboración del periódico mural y las exposiciones realizadas por la administración municipal.

El perfil de este puesto requiere del conocimiento de personal profesional en diseño gráfico, computación y comunicación.

**El reportero/fotógrafo:**

- ❖ Redacta, investiga y cubre las actividades de la administración municipal para la elaboración del material informativo y fotográfico correspondiente, tanto para difundirse como para el archivo periodístico.
- ❖ Elabora la síntesis informativa diaria.
- ❖ Mantiene actualizado el archivo periodístico y fotográfico de la coordinación.

El cargo lo ocupa un redactor con estudios de comunicación y periodismo.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS

De acuerdo a la Ley Orgánica Municipal del Estado de México, en su artículo 31 establece como atribución de los ayuntamientos la expedición y reforma del Bando Municipal, así como de reglamentos, circulares, disposiciones administrativas, en tanto el presidente municipal el "Promulgar y publicar en la Gaceta Municipal, el Bando Municipal, y ordenar la difusión de las normas de carácter general y reglamentos aprobados por el ayuntamiento."<sup>1</sup>

*Informe de Gobierno.* De acuerdo al artículo 124 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México, el presidente municipal lo debe rendir cada 1º. de agosto sobre el estado que guarda la administración pública y es el "responsable de la comunicación de los ayuntamientos que presiden con los demás ayuntamientos y con el Gobierno del Estado."<sup>2</sup>

Asimismo, la Ley Orgánica Municipal del Estado de México indica que el 15 de diciembre de cada año, el ayuntamiento se constituye en cabildo público, con el objeto de que el presidente municipal informe por escrito su gestión administrativa y aplicación del ejercicio presupuestal y el plan municipal.

Además, el munícipe debe promover el patriotismo, la conciencia cívica, la identidad nacional, estatal y municipal y el aprecio de los valores de la República, el Estado y el Municipio, con la celebración de actividades con tal propósito y el puntual cumplimiento del calendario cívico oficial.

*Gaceta Municipal.* Es el órgano oficial del ayuntamiento, publicado por lo menos un vez al año, siendo el responsable de su publicación el Secretario del Ayuntamiento, y el contenido básicamente es el Informe de Gobierno, rendido por el presidente municipal el 15 de diciembre de cada año; el Plan de Desarrollo Municipal, tal como lo establece el artículo 116 de la Ley Orgánica Municipal del Estado de México en el curso del primer año de la gestión municipal con una difusión extensa; Bando Municipal; y, todas aquellas

<sup>1</sup> Gobierno del Estado de México. Prontuario de Legislación Fiscal 2000. Pág. 99

<sup>2</sup> Gobierno del Estado de México. Op. Cit. Pág. 46.

#### **HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

disposiciones, reglamentos, circulares y normas de carácter general a implementarse en el territorio municipal.

*Bando Municipal.* Los ayuntamientos, de acuerdo al artículo 124 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México expedirán el Bando Municipal, el cual "será promulgado y publicado el 5 de febrero de cada año, y todas las normas necesarias para su organización y funcionamiento, conforme a las previsiones de la Constitución, de la Ley Orgánica Municipal y demás ordenamientos aplicables."<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Gobierno del Estado de México. Op. Cit. Pág. 44.

## ***BIBLIOGRAFÍA***

CALDERÓN Reyes, J. Norberto. Manual de Organización y Planeación. México. Ed. IPN. 1982. 314 p.p.

COLUNGA Dávila, Carlos. Modelos administrativos. Ventajas y limitaciones de las técnicas y los sistemas administrativos más importantes del mundo. México. Ed. Panorama. 1995. 173 p.p.

DUHALT Kraus, Miguel. Los manuales de procedimiento en las oficinas públicas. México. Ed. UNAM. 1977. 243 p.p. 2ª. Ed.

GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO. Prontuario de Legislación Fiscal 2000. México, 2000. 875 p.p.

GÓMEZ Ceja, Guillermo. Planeación y Organización de Empresas. México. Ed. Edicol. 1980. 375 p.p.

RAMOS Padilla, Carlos G. La comunicación. Un punto de vista organizacional. México. Ed. Trillas. 1991. 75 p.p.

REYES Ponce, Agustín. Administración de Empresas. Teoría y Práctica. 1ª. Parte. México. Ed. Limusa. 1993. 189 p.p. 39 Reimp.

REYES Ponce, Agustín. Administración de Empresas. Teoría y Práctica. 2ª. Parte. México. Ed. Limusa. 1994. 392 p.p. 29 Reimp.

STEINER, George A. Planeación estratégica. Lo que todo director debe saber. México. Ed. Cía Editorial Continental. 1996. 366 p.p. 21ª. Reimp.

# CONCLUSIONES

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Siendo el municipio la base de la organización del sistema político imperante en la República Mexicana, deben establecerse los mecanismos idóneos para fortalecerlo en todo aspecto y el de la comunicación social es un imperativo, ya que al no existir una política explícita en la materia por parte del gobierno federal, desde el municipio se pueden establecer los principios bajo los cuales se regirán las acciones a desarrollar en esta área que día a día está cobrando una mayor importancia.

Desde la célula básica pueden y deben establecerse formas de trabajo para consolidar el desarrollo de una región, por más alejada y falta de apoyos presupuestales que tenga, ya que todo dependerá de la responsabilidad, destreza y búsqueda de soluciones de las autoridades municipales por concretar todas esas promesas hechas a la población durante las campañas electorales, con el fin de obtener el voto de la ciudadanía.

Tras ese periodo, las autoridades deben implementar cada una de las acciones a seguir en los tres aspectos básicos: político, económico y social y, de cada uno de ellos desprender los programas prioritarios a atender, con base en proyectos de trabajo bien delineados y sobre todo tendientes a satisfacer las necesidades y demandas de la población, buscando siempre su participación a fin de consolidar el régimen democrático.

Las políticas de comunicación social deben implementarse desde ese nivel de gobierno como una cuestión prioritaria para contar con una población informada acerca de las acciones de gobierno y la marcha de la administración municipal, lo cual favorecerá la toma de decisiones en todo aspecto.

Para concretar lo anterior se requiere el abrir los canales idóneos de expresión y participación de la población, tomando en cuenta las características de la región y población en donde se aplicará tal política y poner en marcha el proceso de comunicación gobierno-ciudadanía.

De tal forma, tal política debe contar con eficaces y eficientes sistemas, medios y mecanismos de información y difusión de las acciones generadas por el Estado en cualquier ámbito, además de estar acorde con el Plan de Desarrollo Municipal y los planes instrumentados a nivel estatal y federal, sin descuidar la legislación en la materia.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Al instrumentar la política se ofrecerán elementos de análisis y opciones para concretar la participación ciudadana y también se convertirá en un canal abierto a las propuestas y reclamos de la población, las cuales también deben canalizarse de la mejor forma de tal forma que no provoquen conflictos, sino la búsqueda de soluciones.

Asimismo, un punto importante es el contar con programas de trabajo en toda área de la administración pública, ya que es común no encontrarlos en las administraciones municipales, lo cual frena el desarrollo de un área de trabajo, al desconocerse los objetivos y metas básicas a alcanzar.

Lo anterior se observa principalmente en los municipios con menor desarrollo, en donde se carecen frecuentemente de los elementos humanos y técnicos suficientes y capaces para el desarrollo pleno de la gestión municipal, sin embargo, se pueden poner en marcha instrumentos tan sencillos como la elaboración de un manual, en donde estén planteados los programas de trabajo de cada área del organigrama del ayuntamiento, sin descuidar el aspecto de dar cumplimiento al Plan de Desarrollo Municipal.

Otro aspecto relevante es la constante evaluación de los programas de trabajo y con ello las modificaciones necesarias acordes a la realidad presente en los manuales donde estén plasmados éstos, lo cual permitirá concretar una gestión pública eficiente, además de generar confianza entre la población sobre el desarrollo de su municipio, su estado y la nación mexicana.

Las políticas públicas en materia de comunicación deben diseñarse de acuerdo a las necesidades en esta materia de la población y acorde a las características de cada región del país, esto es, grado de estudios, nivel poblacional, tipo de municipio: rural o urbano, entre otras, especificando las atribuciones, marco legal, ejecución, evaluación y resultados.

Se coincide en el hecho de que la comunicación social debe convertirse en un servicio público, siendo el Estado la entidad ejemplo en este aspecto, al fortalecer todos los medios a su alcance para concretar ese objetivo de lograr una sociedad democrática, en donde cada uno de sus miembros pueda expresar y manifestar libremente sus ideas y opiniones por los medios más adecuados, dando así cumplimiento a los artículos 6o. y 7o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

## HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La planeación de tal estrategia no deberá descuidar el ámbito de la comunicación interna dentro de esa gran organización que es la administración pública, ya que los resultados se reflejarán al exterior.

Al respecto cabe señalar que no existe una bibliografía especializada sobre cómo organizar una oficina de prensa en un municipio y por supuesto menos sobre cómo diseñar una política de comunicación social, por lo cual se hacen necesarios más estudios al respecto y enfocar la atención hacia la célula básica en este aspecto.

Además, la política de comunicación abarcará los aspectos de la educación y la cultura ampliando el campo de acción y contribuyendo al fortalecimiento de los valores históricos, culturales y de identidad como parte de esa función social de contribuir al desarrollo nacional.

Esto es, fortalecer los principios de unidad, soberanía, identidad e independencia, sin descuidar el de fortalecimiento municipal.

El campo de la comunicación es amplio y en la administración pública se tiene un amplio margen para aplicar métodos y técnicas para concretar una política de comunicación social integral y, así todo ciudadano pueda expresar sus puntos de vista acerca de la gestión pública y el desarrollo de la nación.

Al contar con una información oportuna, suficiente, confiable, directa y actual, además de ser clara, breve, constante se satisficerán las necesidades de una población que requiere del conocimiento del acontecer diario desde el lugar donde habita para poder comprender cómo se da el desarrollo de una nación y poder adentrarse en él para contribuir de la mejor manera.

Además de ser un llamado de atención para las autoridades municipales de la importancia de contar con una unidad administrativa en esta materia, ya que en los municipios de carácter rural se descuida este aspecto prioritario.

Por ello, el interés de enfocar este estudio vinculando al municipio y la comunicación social, ya que es un aspecto al cual no se le ha brindado el apoyo necesario para estudiarlo, desarrollarlo y consolidarlo, con el objetivo de concretar el proceso de comunicación social en la sociedad mexicana.

# ANEXOS

**ANEXO A**

**LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL NUEVO GOBIERNO**

"La política de comunicación social del gobierno de Vicente Fox tiene como base la aplicación de tres principios fundamentales:

1. "El derecho de la sociedad a la información;
2. "El derecho social a la libre expresión;
3. "El derecho ciudadano a participar en las decisiones públicas.

"La gente quiere saber la verdad de lo que hace el gobierno y tiene todo el derecho.

"Un gobierno que aspira a ser democrático no puede limitar, y mucho menos coartar, la libertad de expresión.

"El nuevo gobierno entiende la libre expresión de las ideas como un derecho que todo mexicano tiene desde el momento mismo de su nacimiento, no como una concesión otorgada por los funcionarios públicos.

"La libre expresión de ideas, opiniones y pensamientos incluye la crítica a la autoridad, el debate público, el libre intercambio de ideas y el derecho a la diferencia.

"Una sociedad libre no puede existir sin medios de comunicación libres.

"No habremos de permitir la impunidad, mucho menos la censura.

"Los medios de comunicación seguirán teniendo como función principal la difusión de información, cultura, educación y entretenimiento, reflejando siempre la diversidad de opiniones.

"Tenemos claro que los medios son un negocio. No estamos en contra de su derecho lícito a obtener utilidades. Sin embargo, es claro que los medios también tienen una responsabilidad social.

"Desde esta perspectiva, es preciso que los medios no confundan el interés público con el interés comercial. Debemos procurar, en todo momento, que sean intereses complementarios.

"Estamos seguros de que la libre competencia es un factor esencial para fortalecer el ejercicio honesto de la actividad que llevan a cabo los medios de comunicación.

"Concebimos la información noticiosa difundida por los medios de comunicación como un servicio público, con una clara separación entre la información y la opinión.

"La transición requiere de la participación de todos.

"Por esta razón los mexicanos tenemos el derecho a participar en las decisiones públicas que nos afectan.

"Con información oportuna, clara y suficiente, tendremos la posibilidad de aportar nuestras ideas, opiniones, experiencias y sugerencias para el mejor logro de los grandes objetivos nacionales.

"El gobierno y los medios de comunicación tenemos una meta común: estamos llamados a servir a la sociedad.

"Transparencia: un gobierno de puertas abiertas.

"Un gobierno transparente es aquel que informa, rinde cuentas, escucha y está cerca de los ciudadanos.

"La democracia funciona mejor cuando el ciudadano tiene acceso a la información, pero sobre todo cuando la población en general tiene la posibilidad de ver, analizar y revisar lo que su gobierno hace.

## HACIA UNA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

"Todo ciudadano tiene derecho a solicitar y recibir documentación generada por el gobierno y a participar de las decisiones gubernamentales que le afecten de manera directa. La influencia que puede y que debe tener el ciudadano en el gobierno no debe limitarse al día de la elección.

"La transparencia va mucho más allá. Por este motivo, es preciso abrir todos los canales y medios que el Estado tenga disponibles para hacer que el ciudadano tenga acceso a la información gubernamental y que su voz sea escuchada y atendida.

"La gente tiene el derecho a conocer las acciones que lleva a cabo su gobierno y a usar esa información para influir en aquellas decisiones que le atañen.

"Los ciudadanos también tienen el derecho a participar en el proceso político del país tanto como lo deseen. Y para hacerlo mejor, es necesario que cuenten con la información que les sea necesaria para ser parte activa de dicho proceso.

"La transparencia trae consigo, entre otras muchas cosas, el derecho a saber quiénes forman parte de su gobierno, cuánto tienen, cuál ha sido su trayectoria, qué han hecho y qué piensan hacer los funcionarios de primer nivel.

"El Presidente de la República pondrá el ejemplo.

"De la misma manera, debe quedar claro que el ciudadano y los medios no tienen el derecho de acceder a toda la información que está en manos del gobierno.

"Se hará una detallada evaluación con el gabinete del Presidente de la República para definir la forma en que el ciudadano podrá acceder a la información gubernamental y precisar aquéllas excepciones en las que ésta se tendrá que negar.

"Por el equilibrio de poderes, queda claro que nuestra propuesta no podrá aplicarse a los poderes Judicial y Legislativo.

"Realizaremos también las consultas que sean necesarias con el Congreso, con el Poder Judicial y con la sociedad en general para decidir cuáles de los expedientes se abrirán. Lo que imperará en todos los casos será la razón de Estado.

"Por la facilidad que nos brinda la tecnología, uno de los primeros pasos que harán realidad la transparencia, será el uso eficaz del Internet.

### **Una nueva actitud**

"La nueva actitud implica que todos -instituciones públicas y privadas, medios de comunicación y sociedad en general- estemos:

"1) Abiertos a la crítica.

"2) Tolerantes frente a las discrepancias.

"3) A favor de la información objetiva, de los juicios fundados en hechos y datos, no de los rumores y mucho menos de las mentiras.

"El gobierno federal hará lo propio, y en todo momento procurará informar con franqueza, de manera directa y oportuna.

"Además, pondrá en marcha todas las acciones que sean necesarias para mantenerse siempre cerca de la ciudadanía.

"Relación digna que destierre la corrupción.

"Tenemos muy claro que a lo largo de los años se desarrollaron muchos vicios en la relación entre el gobierno y algunos medios de comunicación y que estas acciones fueron en detrimento de la información democrática, plural y transparente a la que todos los mexicanos teníamos derecho.

"La transparencia está directamente vinculada con la honestidad. En la relación del gobierno con los ciudadanos y los medios que acuden por información, no habrá favoritismos, tratos especiales o actitudes corruptas.

"Todos los ciudadanos y todos los medios tienen para el gobierno la misma importancia, cada uno desde su ámbito específico de acción. Tenemos claro que tanto la prensa escrita como los medios electrónicos van a públicos cada vez más diversos y segmentados, y que nuestro mensaje ha estado mejor diseñado en la medida en que hemos identificado y conocido mejor a cada medio.

"Pero lo que si no marca ninguna diferencia entre ellos es el respeto que medios y ciudadanos se merecen. Por lo tanto, es nuestra convicción que no existen ciudadanos o medios de comunicación ni de primera ni de segunda.

"Al igual que en el resto de la administración, se aplicará todo el peso de la ley contra aquellos funcionarios o servidores públicos que comentan cualquier acto de corrupción en la política de transparencia informativa.

### **"Más garantías a la libertad de expresión.**

"El gobierno federal no limitará en ningún momento, en ningún medio y de ninguna manera la libertad de expresión.

"Acataremos lo dispuesto en la Declaración Universal de los Derechos del Hombre, promulgada por la Organización de las Naciones Unidas.

"Todo individuo tiene el derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y el de recibir informaciones y opiniones y el de difundirlas, sin limitación de fronteras por cualquier medio de expresión."

"El nuevo gobierno está consciente de que el marco legal que regula la libertad de expresión y el derecho a la información es insuficiente y está desfasado.

"Sabemos bien que es preciso y urgente contar con un nuevo marco legal acorde con el cambio que decidieron la mayoría de los mexicanos y con los desafíos que impone el desarrollo tecnológico en un mundo globalizado.

"Pero el proceso de transición a la democracia no se agota en una reforma jurídica. La política de comunicación social del gobierno federal avanzará a

pesar de las limitaciones legales. Esperamos lo mismo de los dueños, directivos y trabajadores de los medios de comunicación.

"Todos los medios de comunicación tendrán independencia política. La prensa tiene una enorme responsabilidad frente a sus lectores y audiencias.

"Los que tenemos la obligación de informar no podemos ni debemos eludir nuestra responsabilidad social. Demostremos, juntos, que podemos estar muy pronto a la altura de las expectativas que los ciudadanos tienen en todos nosotros.

"Para hacer plenamente efectivo el derecho a la información y la libertad de expresión, se llevará a cabo una minuciosa revisión del marco legal vigente, y se harán las consultas que sean necesarias para modernizarlo y adecuarlo a las necesidades del México del siglo XXI.

### **"La obligación de informar**

"Primero, dará todas las facilidades para que los medios de comunicación puedan llevar a cabo sus tareas con eficiencia, responsabilidad y profesionalismo.

"Segundo, dialogará constantemente con los líderes de opinión para conocer de manera directa las opiniones, inquietudes y sugerencias de la sociedad a través de sus líderes.

"Tercero, informará siempre con oportunidad, porque las noticias no pueden esperar.

"Cuarto, los medios contarán permanentemente con información sobre los temas de interés nacional, a través de alguna de las siguientes formas:

"1) La conferencia de prensa diaria que dará la Vocera Oficial de la Presidencia de la República. En ella se informará la posición del Gobierno Federal.

"2) Información proporcionada por los titulares de las secretarías y/o dependencias a través de comunicados, boletines o de su propio vocero.

**"Consideraciones:**

"En temas específicos, se dará información detallada a los medios a través de los canales institucionales, a saber, los propios secretarios, su vocero, a quien ellos designen, o la vocera oficial del Presidente.

"Este esquema de conferencias de Prensa entrará en vigor a partir de la segunda semana de diciembre del 2000. Sin embargo deberá adecuarse en fechas y horarios de acuerdo a la Agenda del Presidente.

"Se evitarán, en la medida de lo posible, las entrevistas de banqueta. Sin embargo, habrá información disponible y en todo momento por alguna de las dos vías expuestas anteriormente.

"En ocasiones, los secretarios o sus voceros acudirán directamente a las oficinas de la Presidencia para ampliar información de interés.

**"Vocero presidencial**

"El Presidente de la República es fuente generadora de información y noticias en todo momento. Los representantes de los medios de comunicación contarán diariamente con información oportuna y organizada.

"El equipo de comunicación del gabinete trabajará en forma coordinada para que la sociedad tenga una visión completa y detallada de lo que hace día a día el gobierno federal.

"La obligación de informar no sólo se limita a dar cuenta de los problemas o aspectos negativos. Se ha dicho que las buenas noticias no son noticias.

"Es preciso contar con un ambiente de confianza social para atraer las inversiones, para dar certidumbre a los procesos políticos y para darle confianza a los ciudadanos en su futuro.

"Haremos un llamado a los medios de comunicación masiva para que se sumen a la creación de "un buen ánimo social", sin menoscabo de sus responsabilidades ni de afectar su libertad.

### "Impulso y promoción de códigos de ética

"En ningún país la ética sustituye a las leyes, sino que es complementaria.

"Independientemente de que se llegue a un consenso para reformar el marco jurídico, el nuevo gobierno sugiere la instauración de códigos de ética para cada medio de comunicación masiva que opere en nuestro país.

"Las experiencias internacionales en esta materia han sido exitosas y se ha demostrado que, antes que limitar la libertad, el código de ética puede consolidar la confianza de la gente en los medios de comunicación.

"De los diversos aspectos que el código puede incluir, sugerimos poner atención sobre:

"1) El derecho de la gente a recibir información veraz.

"2) La responsabilidad social del periodista, sobre todo cuando la información se considera como un bien social y no como una simple mercancía.

"3) El acceso y participación del público, lo que incluye la obligación de corrección, la rectificación y el derecho de réplica (con la responsabilidad de corregir los errores en el mismo espacio en que fueron cometidos).

"4) El respeto a la vida privada y a la dignidad del ser humano.

"5) El respeto a los valores universales y a la diversidad de culturas.

"De igual forma, sugerimos una estrategia conjunta, entre el gobierno y los medios de comunicación, para que los periodistas y líderes de opinión tengan las garantías para salvaguardar su integridad física, el secreto de profesión y la denominada cláusula de conciencia.

"A cambio de ello, la sociedad espera que los informadores actúen con responsabilidad y profesionalismo. Los representantes de los medios no tienen razón para ser rudos o irrespetuosos cuando estén haciendo su trabajo.

"Tampoco deberán ser actores o protagonistas de una noticia, cuando su deber es sólo reportar la noticia.

"En los casos que sea posible, pero sobre todo en los grandes medios de comunicación, es recomendable la incorporación de la figura del ombudsman, que genere confianza en los ciudadanos, que sirva de intermedio en los conflictos y que contribuya a dirimirlos con propuestas de solución."<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> [www.presidencia.gob.mx](http://www.presidencia.gob.mx)

**ANEXO B**

**ACUERDO POR EL QUE SE CREAN LAS COORDINACIONES GENERALES DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DE OPINIÓN PÚBLICA E IMAGEN, AMBAS DE LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA.**

"**Artículo 1.** La Presidencia de la República contará con dos unidades administrativas de comunicación social:

- I. "Coordinación General de Comunicación Social, y
- II. "Coordinación General de Opinión Pública e Imagen.

"**Artículo 2.** La Coordinación General de Comunicación Social tendrá las siguientes funciones:

- I. "Prestar a la ciudadanía y a los medios de comunicación, los servicios informativos de la Presidencia de la República;
- II. "Ser vocero del Titular del Ejecutivo Federal;
- III. "Organizar conferencias de prensa, así como redactar y emitir boletines a que haya lugar;
- IV. "Cubrir y difundir las actividades y eventos en que participe el Titular del Ejecutivo Federal;
- V. "Organizar y coordinar, conjuntamente con el Estado Mayor Presidencial, los eventos en que participe el Titular del Ejecutivo Federal;
- VI. "Realizar la compilación, análisis y evaluación de la información difundida por los medios de comunicación nacionales y extranjeros, referente a los acontecimientos de interés para la Presidencia de la República;

#### HACIA UNA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- VII. "Informar oportunamente sobre las actividades que realiza el Titular del Ejecutivo Federal y proveer a su eficaz divulgación mediante cualquier medio;
- VIII. "Coayudar con la Secretaría de Gobernación, en la elaboración de estrategias de comunicación social de las dependencias de la Administración Pública Federal;
- IX. "Dirigir las relaciones públicas de la Presidencia de la República;
- X. "Coordinar y proporcionar la información oportuna para su publicación en Internet a través de la página oficial de la Presidencia de la República;
- XI. "Coordinar con la Secretaría de Gobernación la difusión de la información generada por la Presidencia de la República a los otros Poderes de la Unión, a las entidades federativas y autoridades municipales;
- XII. "Las demás que le encomienda el Titular del Ejecutivo Federal.

**"Artículo 3.** La Coordinación General de Opinión Pública e Imagen tendrá las siguientes funciones:

- I. "Diseñar y desarrollar las estrategias de comunicación no noticiosa de la Presidencia de la República;
- II. "Planear, desarrollar y elaborar estudios de opinión pública de la Presidencia de la República, del gobierno federal y de los asuntos que la primera estime conveniente;
- III. "Establecer lineamientos de imagen de la Presidencia de la República y, en colaboración la Secretaría de Gobernación, de la Administración Pública Federal;
- IV. "Generar información para la toma de decisiones sobre medios de comunicación y opinión pública;

#### HACIA UNA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- V. "Diseñar, organizar y producir los materiales de información no noticiosa relevante de interés público, relacionada con la Presidencia de la República y, en coadyuvancia con la Secretaría de Gobernación, en lo que corresponde a la Administración Pública Federal;
- VI. "Diseñar y supervisar la edición, actualización y publicación en Internet a través de la página oficial de la Presidencia de la República, de la información que le proporcione la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia de la República;
- VII. "Coordinar el diseño de la estrategia de comunicación no noticiosa de la Presidencia de la República y de la Administración Pública Federal en el extranjero, y
- VIII. "Las demás que le encomiende el Titular del Ejecutivo Federal.

"**Artículo 4.** Los titulares de las Coordinaciones Generales de Comunicación Social y de Opinión Pública e Imagen serán nombrados y removidos libremente por el Presidente de los Estados Unidos Mexicanos."<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Diario Oficial de la Federación. Enero 4 del 2001. Pág. 2-3.

**ANEXO C**

**ACUERDO POR EL QUE SE ESTABLECEN LAS NORMAS Y LINEAMIENTOS GENERALES PARA LAS EROGACIONES DESTINADAS A PUBLICIDAD, PROPAGANDA, PUBLICACIONES OFICIALES Y, EN GENERAL TODAS AQUELLAS REFERENTES A COMUNICACIÓN SOCIAL, PARA EL EJERCICIO FISCAL DEL AÑO 2001.**

**"Artículo Primero.-** El presente ordenamiento tiene por objeto establecer las normas y lineamientos generales para el ejercicio de los recursos presupuestarios destinados a los rubros de publicidad, propaganda, publicaciones y, en general, los relacionados con actividades de comunicación social de las dependencias y entidades que conforman la Administración Pública Federal enunciadas en los artículos 3 y 26 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, incluyendo sus órganos desconcentrados, así como la Procuraduría General de la República, salvo aquéllas expresamente previstas en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos como autónomas, así como las referidas en el artículo 3 de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales.

**"Artículo Segundo.-** Para efectos de este Acuerdo se entenderá por:

"Campaña Institucional: material comunicacional producido por las Dependencias y Entidades, de acuerdo con sus Programas autorizados para su difusión;

"Campaña Institucional Emergente: material comunicacional realizado por las Dependencias y Entidades para su difusión inmediata ante una coyuntura determinada por virtud de la cual peligre o se altere el orden social, la economía, los servicios públicos, la salubridad, la seguridad, o el ambiente de alguna zona o región del país, o que tenga fines exclusivamente militares o para la Armada, o persiga garantizar la seguridad interior de la Nación;

"Dependencias: las dependencias que conforman la Administración Pública Federal, enunciadas en el artículo 26 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, incluyendo sus órganos desconcentrados,

#### HACIA UNA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

quedando incluida en esta definición exclusivamente para los efectos del presente ordenamiento, la Procuraduría General de la República;

"Entidades: las entidades que conforman la Administración Pública Federal enunciadas en el artículo 3 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, salvo aquéllas expresamente previstas en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos como autónomas, así como las referidas en el artículo 3 de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales;

"Dirección General: Dirección General de Comunicación Social Gubernamental, adscrita a la Subsecretaría;

"Erogación: todo Recurso Presupuestario gastado, ejercido, comprometido o contratado por las Dependencias y Entidades, con cualquier prestador de bienes y servicios que sean susceptibles de ser registrados en las partidas de gasto del Concepto 3600;

"Medios Oficiales: medios de comunicación del sector público.

"Programa: instrumento en el que se especifican y justifican las actividades y Recursos Presupuestarios para el ejercicio fiscal del año 2001 en materia de comunicación social de las Dependencias y Entidades;

"Recursos Presupuestarios: aquellos incluidos en el Concepto 3600 "Servicios de Impresión, publicación, difusión e información", de conformidad con el Acuerdo por el que se expide el clasificador por objeto del gasto para la Administración Pública Federal, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 13 de octubre de 2000;

"Secretaría: Secretaría de Gobernación;

"Subsecretaría: Subsecretaría de Comunicación Social, adscrita a la Secretaría, y

"Tiempos Oficiales: tiempos de transmisión asignados, tanto en los medios de difusión del sector público, como en aquellos que por ley otorgan al Estado las empresas de comunicación que operan mediante concesión federal.

**"Artículo Tercero.-** La Erogación de Recursos Presupuestarios de las Dependencias y Entidades requerirá la autorización previa de la Subsecretaría, a través de la Dirección General, la cual se dará mediante la aprobación de los Programas y Campañas Institucionales correspondientes. En el caso de las Entidades, la Erogación se deberá, además, estar debidamente autorizada por el órgano de gobierno respectivo.

**"Artículo Cuarto.-** Para cumplir con lo dispuesto en el artículo tercero de este Acuerdo, los Programas deberán someterse a la aprobación de la Dirección General, a más tardar 30 días naturales después de la publicación del presente Acuerdo.

"La solicitud de aprobación de los Programas deberá incluir los siguientes elementos:

- a) "Estrategia en materia de comunicación social acorde con las funciones y atribuciones de la Dependencia o Entidad.

"Una vez publicado en el **Diario Oficial de la Federación**, el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006, las Dependencias y Entidades deberán ajustar sus Programas a los lineamientos contenidos en el mismo, así como a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales, institucionales, regionales y especiales que de él emanen, siempre y cuando los Programas inicialmente presentados no lo contemplen. Los programas ajustados deberán presentarse ante la Dirección General dentro de los 30 días naturales posteriores a la publicación del Plan;

- b) "Líneas generales de acción a través de las cuales se dará cumplimiento y se garantizará el derecho a la información establecido en el artículo 6º. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, a efecto de difundir entre la población el quehacer gubernamental, en forma suficiente, transparente, congruente, integral, permanente, objetiva, veraz y oportuna;
- c) "Justificación y descripción de las Campañas Institucionales que se pretendan llevar a cabo;

#### HACIA UNA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- d) "Propuesta y justificación de la selección de medios de difusión de acuerdo con el público objetivo definido, cobertura, equilibrio informativo e impacto de los mismos;
- e) "En su caso, descripción y justificación de las publicaciones oficiales comprendidas en el Programa, distintas a las que por ley deban realizarse en el Diario Oficial de la Federación, y
- f) "Proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en el Programa y síntesis del contenido del mismo, de conformidad con los formatos establecidos al efecto por la Dirección General.

"Una vez que el expediente haya quedado debidamente integrado. la Dirección General resolverá lo conducente dentro de los 10 días hábiles siguientes.

"Cualquier modificación al contenido de los Programas o en la Erogación de Recursos Presupuestarios, deberá someterse a la autorización de la Dirección General de Comunicación, la cual resolverá lo conducente, en los 5 días hábiles posteriores a la recepción de la solicitud correspondiente.

**"Artículo Quinto.-** Las erogaciones de Recursos Presupuestarios deberá limitarse al desarrollo de las actividades de difusión, información o promoción comprendidos en los Programas y sujetarse a las disposiciones que, en materia de austeridad y racionalidad del gasto emitan al efecto las autoridades competentes.

"Las Dependencias y Entidades se abstendrán de realizar Erogaciones de Recursos Presupuestarios cuya finalidad consista en la promoción de su imagen institucional.

"En virtud de lo anterior, los materiales que sean difundidos por las Dependencias y Entidades en medios electrónicos e impresos, además de hacer referencia a los bienes o productos que comercializan o a los servicios públicos que prestan. Deberán estar orientados a incidir en el aumento del consumo de los bienes o servicios respectivos; a fomentar el ahorro de los recursos naturales o la actualización tecnológica; a informar de las acciones

#### HACIA UNA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

adoptadas en materia de salud, preservación del medio ambiente, uso eficiente de los recursos naturales y seguridad de la población, entre otros, o a informar y orientar a los consumidores de los bienes y servicios en cuestión; o a informar sobre la ejecución de los planes y programas a cargo de las Dependencias, así como la promoción de la cultura en todas sus expresiones y de los valores cívicos, entre otros.

"Las Dependencias y Entidades no podrán erogar Recursos Presupuestarios en beneficio de candidato alguno de elección popular o partido político alguno, de conformidad con lo establecido en la legislación electoral aplicable.

**"Artículo Sexto.-** La difusión de las Campañas Institucionales requerirá la previa autorización de la Secretaría de Gobernación, a través de la Dirección General.

"La solicitud de autorización a que se refiere el párrafo anterior, deberá incluir lo siguiente:

"a) Una muestra de los materiales respectivos o, en su caso, una descripción de los mismos acompañada de imágenes, tratándose de impresos o audiovisuales y libretos para medios electrónicos, según se trate;

"b) Vigencia de la campaña;

"c) Número, horario (rango) y ubicación (emisoras) de los impactos de radio y televisión solicitados;

"d) Justificación técnica de los elementos a que se refieren los incisos b) y c) anteriores, acordes con la Campaña Institucional y con el Programa respectivo, y

"e) Monto de los recursos monetarios estimados para el desarrollo y difusión de las mismas.

"El requisito establecido en el inciso d) anterior quedará satisfecho, en su caso, mediante la presentación a la Dirección General, de los resultados obtenidos en estudios de mercado, encuestas de opinión, grupos de enfoque o

cualquier otro análisis similar practicado, por las Dependencias o Entidades o por un tercero; esto último siempre y cuando esté previsto en el presupuesto de la Dependencia o Entidad.

"La Dirección General emitirá la resolución correspondiente dentro de los dos días hábiles siguientes a la recepción de la solicitud, siempre y cuando ésta cumpla con los requisitos establecidos en los incisos anteriores y su contenido resulte congruente con los objetivos incorporados en el Programa respectivo, así como con las políticas de comunicación social definidas por la Secretaría de Gobernación en el ámbito de su competencia.

"Cualquier modificación en el contenido de las Campañas Institucionales, deberá también ser sometida a la Dirección General, para su aprobación.

**"Artículo Séptimo.-** Las Campañas Institucionales Emergentes quedan exceptuadas de la autorización a la que se refiere el artículo sexto del presente Acuerdo. Su contenido deberá ser notificado a la Dirección General dentro de los dos días hábiles siguientes a la fecha de inicio de la discusión.

**"Artículo Octavo.-** En la contratación de servicios, las Dependencias y Entidades deberán dar preferencia a los Medios Oficiales respecto de los medios de comunicación privados, siempre y cuando sean en condiciones de servicio, calidad, cobertura y costo de mercado. La contratación de servicios de información, diseño, producción y difusión que ofrecen medios distintos a los Medios Oficiales, se llevará a cabo bajo la estricta responsabilidad de la Dependencia o Entidad de que se trate.

"Para efectos de lo anterior, las órdenes de compra emitidas por las Dependencias y Entidades deberán especificar el concepto, título del anuncio, mensaje, las pautas de difusión tratándose de medios electrónicos, así como la cobertura y circulación certificada del medio en cuestión, siempre que dicha información se encuentre a disposición del público en general.

**"Artículo Noveno.-** Las Dependencias y Entidades únicamente podrán destinar Recursos Presupuestarios para actividades relacionadas con la comunicación social, a través de la radio y la televisión, una vez que hayan agotado los Tiempos Oficiales disponibles, tanto en los medios de difusión del

#### HACIA UNA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

sector público, como en aquellos que por ley otorgan al Estado las empresas de comunicación que operan mediante concesión oficial. Serán exceptuadas de esta disposición las Dependencias y Entidades que por la naturaleza de sus programas, requieran de tiempos y audiencias específicas.

**"Artículo Décimo.-** Los Tiempos Oficiales administrados por la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía serán asignados exclusivamente a las Campañas Institucionales o materiales previamente aprobados por la Dirección General de Comunicación Social Gubernamental exceptuando a los que se refiere el artículo séptimo de este Acuerdo.

"La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía determinará el formato y los requisitos de calidad que deberán cumplir los materiales remitidos por las Dependencias y Entidades solicitantes, así como las pautas de transmisión correspondientes, atendiendo a los requerimientos de tiempo y audiencia necesarios para la consecución de los objetivos de comunicación de la Campaña Institucional de que se trate, y en función de la disponibilidad de Tiempos Oficiales existente durante la vigencia de la misma, de conformidad con las disposiciones aplicables.

**"Artículo Undécimo.-** La Subsecretaría de Comunicación Social, a través de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía deberá llevar a cabo el seguimiento del tiempo de transmisión, distribución, el valor monetario y el uso que se le vaya dando al tiempo que por ley otorgan al Estado las empresas de comunicación que operan mediante concesión federal.

**"Artículo Duodécimo.-** Las Dependencias y Entidades deberán informar mensualmente a la Secretaría de Gobernación sobre las Erogaciones de Recursos Presupuestarios, dentro de los primeros cinco días hábiles del mes siguiente, conforme a los formatos que al efecto establezca la Dirección General de Comunicación Social Gubernamental.

**"Artículo Decimotercero.-** La Subsecretaría de Comunicación Social, a través de la Dirección General de Comunicación Social Gubernamental podrá solicitar a las Dependencias y Entidades información adicional para verificar el cumplimiento de lo establecido en el presente Acuerdo y demás disposiciones aplicables, de conformidad con los formatos establecidos para el

efecto por esta Dirección General. Esta información deberá ser entregada dentro de los 5 días hábiles posteriores a su solicitud.

**"Artículo Decimocuarto.-** La Secretaría de Gobernación deberá informar a la Cámara de Diputados sobre las Erogaciones destinada a los rubros de publicidad, propaganda, publicaciones oficiales y, en general, las relacionadas con actividades de comunicación social, incluyendo el uso de los Tiempos Oficiales, en términos de lo dispuesto por los Artículos 35 y 82 fracción I, del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal del año 2001.

**"Artículo Decimoquinto.-** La Subsecretaría de Comunicación Social, a través de la Dirección General de Comunicación Social Gubernamental, informará trimestralmente a la Secretaría de Contraloría y Desarrollo Administrativo, de los Programas y Campañas Institucionales autorizados de conformidad con el presente Acuerdo.

**"Artículo Decimosexto.-** Las dependencias y Entidades deberán establecer y mantener actualizada una dirección electrónica en Internet incorporando, como mínimo, la siguiente información:

"a) Ley Orgánica, Reglamento Interior, Decreto de creación o estatuto orgánico, según sea el caso;

"b) Marco jurídico aplicable a las actividades u objeto de la Dependencia o Entidad, incluyendo las disposiciones administrativas de carácter general emitidas por la misma;

"c) Manual de organización, incluyendo organigrama.

"d) Directorio y currículum de los principales servidores públicos;

"e) Fragmentos aplicables al Plan Nacional de Desarrollo y Programas Sectoriales.

"f) Programa Anual de Trabajo, incluyendo una breve descripción de las principales actividades que lo integran;

"g) Principales indicadores de gestión, así como las series estadísticas más representativas del sector y subsectores correspondientes;

"h) Servicios públicos que se ofrecen a la comunidad y unidades administrativas responsables de prestarlos, así como horarios, domicilios y números telefónicos de atención;

"i) Boletines y comunicados de prensa, así como la información general emitida por la dependencia o entidad, y

"j) Vínculo con la información de las Campañas Institucionales difundidas en cualquier medio de comunicación masivo que incluya un formato de encuesta de opinión sobre la percepción de cada campaña. Los resultados que se obtengan deberán ser remitidos a la Dirección General de Comunicación Social Gubernamental para su conocimiento y registro.

"Todos los materiales impresos, así como los difundidos a través de la televisión, deberán indicar la dirección electrónica respectiva.

"Las Entidades podrán cumplir con el requisito a que se refiere este artículo, mediante la incorporación de una sección relativa a sus actividades dentro de la dirección electrónica de la coordinadora del sector correspondiente."<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Diario Oficial de la Federación. Enero 23 del 2001. 2-5 p.p.

**ANEXO D**

**BOLETÍN DE PRENSA**

*NEXTLALPAN DE F.S.S., a 27 de abril de 1998.- Al manifestar su satisfacción y orgullo porque el municipio de Nextlalpan de F.S.S., sea la sede de la Exposición de los Símbolos Estatales 1998, el C. Gil Arenas Sánchez, presidente municipal, dijo que esta es una fecha histórica e invitó a la población en general a conocerlos para valorarlos.*

*En el discurso oficial, el C. Juan Manuel Begines Juárez, Cronista Municipal, subrayó que los símbolos son una muestra de identidad y unión de los mexiquenses, en un estado rico por su tradición y cultura.*

*Es una entidad, agregó que tiene una gama de actividades culturales y una capacidad inagotable del hombre, piedra angular del crecimiento y un ejemplo lo representa el licenciado Felipe Sánchez Solís destacado catedrático.*

*Hizo una remembranza histórica de la creación del escudo del Estado de México, adoptado por decreto el 9 de abril de 1941, en el periodo de gobierno de Wenceslao Labra, así como del Himno del Estado de México y sus autores.*

*En la exposición que estará abierta a todo el público hasta el 1º de mayo, se muestran fotografías y biografías de los autores de los símbolos estatales, así como una explicación y representación de los mismos.*

*Se muestran documentos de la Ley Orgánica para el arreglo interior del estado libre e independiente y las diferentes Constituciones de la legislación estatal hasta llegar a la de 1995.*

**COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**ANEXO E**

**PROGRAMA DE TRABAJO 1999.**  
**COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

La Coordinación de Comunicación Social del Ayuntamiento de Nextlalpan de F.S.S., Estado de México, es una dirección de la administración municipal encargada de la difusión —a nivel interno y externo—, de las acciones gubernamentales con el objetivo de informar a la ciudadanía sobre la marcha del desarrollo del municipio.

Para cumplir con este fin se editará un boletín municipal, donde se den a conocer las acciones, obras, anuncios de interés para los habitantes del municipio, a fin de hacerlos participe del curso del desarrollo municipal, además de invitarlos a manifestar sus inquietudes, a fin de que el gobierno municipal los conozca y plantee una solución a cualquier problemática planteada, así como conocer las necesidades de la población en esta materia.

De este forma, se plantea la edición de 4 boletines con tiraje de mil ejemplares cada uno, para lo cual se hará la cobertura informativa de cada uno de los eventos desarrollados en el municipio. Se girará un memorándum a cada miembro del ayuntamiento y director de área, para solicitarle el anuncio previo de todo evento, así como toda información a difundirse en este medio de comunicación interna.

Por otra parte, para cumplir con lo dispuesto por la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México y Ley Orgánica Municipal del Estado de México, se editará la Gaceta Municipal por lo menos una vez al año, con tiraje de 500 ejemplares.

De esta forma, se cumplirá la finalidad de una difusión interna de las acciones gubernamentales y la distribución se hará a lo largo del territorio municipal, a cada miembro del ayuntamiento, direcciones, autoridades auxiliares, instituciones educativas, bibliotecas, Casa de Cultura y museo, así como a toda población solicitante y se enviarán a la Coordinación de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México.

## HACIA UNA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

En otro orden de ideas, se plantea la publicación de trípticos narrando la historia de cada barrio del municipio, para identificar a los habitantes sobre el curso histórico del lugar donde habitan y permitir identificarse y valorar la riqueza histórica y cultural del municipio, continuando de esta forma el trabajo desarrollado el año pasado en materia de identidad municipal.

Para lo anterior se efectuará la correspondiente investigación, redacción, diseño e impresión de los mismos, con un tiraje de 500 ejemplares, contemplando la historia de los barrios: Acuitlapilco, Atenanco, Atocan, Central, Miltenco, Molonco y el pueblo de Xaltocan, tomando en cuenta los siguientes aspectos: económico, político y social, así como el histórico y editando a lo largo del presente año un mínimo de cuatro.

Asimismo, continuar la tarea de rescate de los valores culturales y cívicos, editando trípticos relativos a fechas históricas como la Independencia, Revolución Mexicana, Día de la Bandera, con tiraje de 500 ejemplares, a distribuirse preferentemente entre la población estudiantil, así como otros temas de interés, por ejemplo, educación, deporte, ecología, para apoyar la tarea de los miembros del ayuntamiento y hacer partícipe a la ciudadanía de las acciones a seguir. En este punto se plantea la elaboración de 3 mínimos.

Otro punto importante es la elaboración de un periódico mural, en un lugar visible del edificio del Palacio Municipal, donde se den a conocer anuncios importantes para el conocimiento de la población, como son descuentos en la Tesorería Municipal, sorteo del Servicio Militar y una síntesis informativa al día y en caso necesario mostrar lo publicado en los medios de comunicación y toda propaganda de secretarías y dependencias municipales, como es el caso del Sistema Municipal DIF, también se pueden incluir manifestaciones artísticas y culturales de la ciudadanía.

Al respecto, también se buscarán espacios a lo largo del territorio municipal, con el objetivo esencial de dar a conocer las acciones gubernamentales a la población, evitando su desplazamiento a la cabecera municipal para conocerlas.

## **PRENSA**

La Coordinación de Comunicación Social seguirá elaborando una síntesis informativa diaria de los acontecimientos nacionales de mayor relevancia, con objeto de mantener informado al presidente municipal del acontecer del país y cuente con elementos necesarios para emitir pronunciamientos cuando sea necesario o requerido.

También se continuará la emisión de boletines de prensa dando a conocer los hechos y acciones desarrollados en el municipio, los cuales se enviarán a las Coordinaciones Regionales Valle de México y Oriente de la Dirección General de Comunicación Social del Gobierno del Estado y la Dirección de Difusión, dependencia del Gobierno Estatal que nos han apoyado en su difusión.

Para lo anterior se hará la cobertura informativa de cada evento y ese mismo día se redactará y enviará a las coordinaciones y dirección mencionadas y entregará a todo medio de comunicación solicitante sin ningún compromiso de inserción pagada, excepto en los casos de aprobación por parte del presidente municipal, para lo cual ya se cuenta con el formato en caso de ser requerido, en el cual se establecen los requisitos a cubrir por los medios de comunicación escrita, a fin de comprobar gastos ante Glosa del Estado de México. (Se anexa un original).

Al respecto se cuenta con un directorio de medios de comunicación escritos, radio, televisión y agencias de noticias, tanto nacionales como estatales, así como directivos de la Dirección General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México, a fin de establecer contacto en caso de ser necesario por cualquier motivo, como en desmentido de información, precisión de las mismas o difusión.

Se plantea la necesidad de establecer una relación más estrecha con las coordinaciones y dirección mencionadas, en la búsqueda de apoyos para la realización de los objetivos de trabajo planteados, así como dar a conocer la labor desarrollada por esta coordinación de reciente creación y primera en la historia del municipio.

#### HACIA UNA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Asimismo, se conformará el archivo periodístico 1999 con la información publicada en los medios de comunicación a nuestro alcance, ya que no se cuenta con un presupuesto destinado para la compra de publicaciones y se hará el monitoreo en radio y televisión de igual forma, para tenerlo actualizada la información difundida, y en el caso de entrevistas de prensa, se contará con la versión estenográfica.

De cada una de las actividades desarrolladas se rendirá un informe al término de 1999.

**ANEXO F**

La encuesta se aplicó a una muestra de 200 personas, entre estudiantes de los diferentes niveles escolares, a fin de conocer las necesidades informativas de la población de Nextlalpan de F.S.S., Estado de México, en un tiempo de cambio de administración municipal, con el objeto de detectar si al final de las mismas existe un conocimiento de las autoridades municipales y, al inicio de funciones de otra.

El 76.5% no conoce la conformación del ayuntamiento, o bien, propocionó datos incorrectos, además la mayoría sólo hace mención a la figura del presidente municipal actual, del cual dieron datos incorrectos de sus apellidos, por lo cual se hace necesaria la divulgación de los integrantes del ayuntamiento con las comisiones respectivas, a fin de que la población conozca con quien acudir para resolver cualquier problemática.

En cuanto a la forma de establecer comunicación entre autoridades y población, el 63% indicó no haberse realizado este proceso, y quienes indicaron una respuesta positiva fue en el hecho de reuniones, asambleas y visitas domiciliarias.

Asimismo, se desconocen las obras realizadas por la administración en un porcentaje del 56.50%; sin embargo, un 84% respondió a la interrogante sobre los principales problemas existentes a lo largo del territorio municipal, siendo la inseguridad pública el más mencionado, siguiendo la necesidad de contar con servicios públicos como la dotación de agua potable, pavimentación, alumbrado público, drenaje, así como el evitar el robo de energía eléctrica, la necesidad de contar con mayores y mejores servicios de salud y educación, basura, creación de fuentes de empleo, servicios de transporte e instalación de un mercado.

En cuanto a los datos históricos del municipio se observa un gran desconocimiento, en específico de las siglas del hombre ilustre del lugar, la fecha de erección y, la conformación del territorio municipal, en porcentajes del 65.5%, 97% y 75%, respectivamente, de ahí la importancia de una divulgación de los mismos.

#### HACIA UNA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

En lo referente a la atención del personal de la administración municipal hacia la población el 83.5% respondió calificándola de pésima, descortés y déspota, principalmente, siguiendo la calificada como regular, normal y buena y en menor porcentaje la señalada como atenta y amable.

Al respecto hacen mención a actitudes observadas en los empleados, como es el comer en horas de trabajo, no atender ya que se encuentran platicando y, señalar a la ciudadanía el acudir otro día sin tomar nota del asunto a tratar.

Otro aspecto relevante es el relacionado con el no acudir a las oficinas del Palacio Municipal y en caso de acudir sólo dirigirse al presidente municipal en turno, para ser escuchada su demanda o petición, por ello es importante el conocimiento de la estructura administrativa, además del ayuntamiento.

Coincidieron en el hecho de considerar valiosa la participación ciudadana, ya que el 77.5% respondió afirmativamente y solo el 22.5% no la consideró necesaria para la solución de la problemática regional.

Por último, el 90.52% señaló su falta de conocimiento de las publicaciones realizadas por la administración municipal 1997-2000.



**ANEXO G**

COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ORDEN DE INSERCIÓN

MEDIO: \_\_\_\_\_

NOMBRE: \_\_\_\_\_

GUIA: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

ESPACIO: \_\_\_\_\_

FECHA DE PUBLICACIÓN: \_\_\_\_\_

OBSERVACIONES: \_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_

ATENTAMENTE

NOMBRE

Coordinador de Comunicación Social

C.c.p. C. Nombre, Presidente Municipal.

C.c.p. C. Nombre, Tesorero Municipal.

C.c.p. Archivo

COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MEDIO DE COMUNICACIÓN: \_\_\_\_\_

R.F.C.: \_\_\_\_\_

ESPACIO: \_\_\_\_\_

FECHA DE PUBLICACIÓN: \_\_\_\_\_

DÍAS PUBLICADOS: \_\_\_\_\_

OBSERVACIONES: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_

COSTO DE LA INSERCIÓN:

Subtotal: \$ \_\_\_\_\_

I.V.A.: \$ \_\_\_\_\_

TOTAL: \$ \_\_\_\_\_

**ATENTAMENTE**

NOMBRE  
Presidente Municipal

NOMBRE  
Coordinador de Comunicación Social

C.c.p. C. Nombre, Presidente Municipal.  
C.c.p. C. Nombre, Tesorero Municipal.  
C.c.p. Archivo

COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- ( ) REGISTRO FEDERAL DE CONTRIBUYENTES EXPEDIDO POR LA SECRETARÍA DE HACIENDA.
- ( ) CERTIFICADO DE LICITUD DE TÍTULO. EXPEDIDO POR LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN.
- ( ) CERTIFICADO DE LICITUD DE CONTENIDO. EXPEDIDO POR LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN.
- ( ) REGISTRO DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHO DE AUTOR. EXPEDIDO POR LA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA.
- ( ) CERTIFICADO DE PERIODICIDAD EXPEDIDO POR LA HEMEROTECA NACIONAL.
- ( ) TARIFA DE PUBLICIDAD.

Nota: Se enviará a la Tesorería Municipal una copia de los documentos antes señalados y la publicación respectiva para el pago de la orden de inserción.

C.c.p. C. Nombre, Presidente Municipal.  
C.c.p. C. Nombre, Tesorero Municipal.  
C.c.p. Archivo.

# GLOSARIO

## **HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

En la actualidad el término comunicación social ha sido incluido en el léxico de esta disciplina de las ciencias sociales, sin embargo, no se encuentra una definición relacionada a las políticas implementadas en este ámbito, ya que están enfocadas principalmente a los medios de comunicación: prensa, radio, televisión.

Ante todo una política de comunicación social tiene que concebirse como un servicio público, una estrategia con objetivos, metas a alcanzar estableciendo para ello líneas de acción y trabajo, enmarcadas en una política de planificación, con la función primordial de informar sobre lo acontecido en el municipio y ofrecer elementos de análisis y opciones para concretar la participación para convertirse así en un canal abierto a las propuestas y reclamos de la población.

Gustavo Esteva amplía: “Para que la comunicación social del Estado lo sea realmente, tiene que ser producto de la reflexión, el conocimiento y la responsabilidad pública. Es preciso que se sistematice y constituya para informar de manera suficiente y confiable sobre los hechos; que los evalúe de acuerdo con normas, criterios y procedimientos explícitos y precisos de documentación e información; que explique lo esencial de un problema; que argumente racionalmente; que su información sea directa y actual; que recapitule y permita la síntesis; que exprese juicios que acepten la diferencia.

“La comunicación social del Estado necesita ser constante, pero no por ello única o permanente. Necesita ser clara, breve, concreta. Ha de ser ante todo necesaria. Con ella se trata de servir, no de vender una imagen-ficción. Se trata de demostrar y comprobar, como forma de suscitar el análisis y la participación, por lo cual no puede concebirse como una presencia del gobernante que implique una ausencia del gobernado.”<sup>2</sup>

**MUNICIPIO.**- Es “la asociación de personas residentes en una circunscripción territorial, con capacidad económica para realizar la satisfacción de sus intereses comunes, a través de órganos políticos propios.”<sup>3</sup>

**PLANIFICACIÓN.**- “La planificación de la comunicación parte de dos ejes fundamentales: la política de desarrollo y las infraestructuras del

<sup>2</sup> Esteva, Gustavo. Políticas estatales alternativas en comunicación y cultura en América Latina, en Arriaga, Patricia et-al. Estado y comunicación social. Pág. 93.

<sup>3</sup> Salazar Medina, Julian. Elementos básicos de la administración municipal. Pág. 25.

## **HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

sistema de comunicación; se preocupa del potencial de la comunicación como fuerza movilizadora e integradora dentro del sistema social, pero es, a su vez, condicionada y catalizada por la tecnología' (Hancock)."<sup>4</sup>

**ADMINISTRACIÓN.-** "Proceso de planear, coordinar, ejecutar y controlar esfuerzos organizados y sistemáticamente para un fin determinado."<sup>5</sup>

**COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.-** "Flujo de mensajes de la organización relacionados directamente con los objetivos, las funciones y la estructura de la organización."<sup>6</sup>

"La ordenación de sistemas de comunicación, el manejo de conocimientos bajo normas racionales, para obtención y logro de objetivos previstos, se le conoce como comunicación organizacional."<sup>7</sup>

**RELACIONES PÚBLICAS.-** "La comunicación planificada y persuasiva destinada a influir sobre un público considerable."<sup>8</sup>

En 1998 se adoptó la Declaración México y se definió a las relaciones públicas como "la práctica de las relaciones públicas es el arte y la ciencia social de analizar las tendencias, predecir sus consecuencias, asesorar a los líderes de organizaciones y poner en práctica programas planificados de acción que servirán a los intereses de la organización y del público."<sup>9</sup>

<sup>4</sup> Díaz Bardenave, Juan y Martins de Carvalho, Horacio. Planificación y comunicación. Pág. 237. Citan a Alan Hancock, técnico de la UNESCO.

<sup>5</sup> Colunga, Carlos. La administración del tercer milenio. Pág. 23.

<sup>6</sup> op. Cit. P.72

<sup>7</sup> Ramos Padilla, Carlos. La comunicación. Un punto de vista organizacional. Pág.15.

<sup>8</sup> Marston, Jhon. Relaciones públicas modernas. Pág. 3.

<sup>9</sup> Simon, Raymond. Relaciones públicas. 19-20 p.p.

# FUENTES

**BIBLIOGRÁFICAS**

AGUILAR Villanueva, Luis F. El estudio de las políticas públicas. México. Ed. Porrúa. 1996. 281 p.p.

ANDA Gutiérrez, Cuauhtémoc. Estado de México. Raíces, federalismo y futuro. México. Ed. Gobierno del Estado e Instituto Mexiquense de Cultura. 1998. 440 p.p.

ARCHIVO GENERAL DE LA NACIÓN. Exposición Documental. El municipio en México. México. 1996. 32 p.p.

ARCHIVO GENERAL DE LA NACIÓN. La determinación del valor permanente de los documentos. Comité Técnico Consultivo de Unidades de Correspondencia y archivo. México. 1978. 4 p.p.

ARGUDÍN, Yolanda. Historia del periodismo en México. Desde el Virreinato hasta nuestros días. México. Ed. Panorama. 1987. 173 p.p.

ARRIAGA, Patricia; Baldivia, José y otros. Estado y comunicación social. México. Ed. (CEESTEM)-Nueva Imagen. 1984. 225 p.p.

BARANDA, Marta y García, Lía. Compiladoras. Estado de México. México. Ed. Gobierno del Estado de México-Instituto Mora. 1987. 584 p.p. Volumen I.

BARANDA, Marta y García, Lía. Compiladoras. Estado de México. México. Ed. Gobierno del Estado de México-Instituto Mora. 1987. 780 p.p. Volumen II.

BARANDA, Marta y García, Lía. Compiladoras. Estado de México, una historia compartida. México. Ed. Gobierno del Estado de México-Instituto Mora. 1987. 390 p.p.

BEGINES Juárez, Juan. Nextlalpan de Felipe Sánchez Solís. Monografía Municipal. México. Ed. Gobierno del Estado de México-Instituto Mexiquense de Cultura-Asociación Mexiquense de Cronistas Municipales A.C. 1999. 197 p.p.

BLANCARTE, Roberto. Coe. Estado de México, perspectivas para la década de los 90's. México. Ed. Instituto Mexiquense de Cultura y Colegio Mexiquense. 1994. 705 p.p.

BRINGAS, Martha I. Et-al. Un siglo de noticias del Estado de México. México. Ed. Gobierno del Estado de México-Coordinación de Comunicación Social. 1991. 129 p.p. Tomo I.

HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

BRINGAS, Martha I. Et-al. Un siglo de noticias del Estado de México. México. Ed. Gobierno del Estado de México-Coordinación de Comunicación Social. 1991. 149 p.p. Tomo II.

BUENDIA, Manuel. Ejercicio Periodístico. México. Ed. Océano-Fundación Manuel Buendía. 1985. 206 p.p.

CALDERÓN Reyes, J. Norberto. Manual de Organización y Planeación. México. Ed. IPN. 1982. 314 p.p.

CAMARA DE DIPUTADOS. LVII Legislatura. Marco Jurídico del Congreso de los Estados Unidos Mexicanos. México. 2000. 9 p.p.

CENTRO NACIONAL DE DESARROLLO MUNICIPAL. Gobierno y Administración Municipal. México. 1983. 569 p.p.

CHÁVEZ, Loera y PENICHE, Margarita. Polvos de aquellos tiempos. México. Ed. LIII Legislatura del Estado de México y Asociación Mexiquense de Cronistas Municipales. 1996. 138 p.p.

CÓDICE CHIMALPOPOCA. Anales de Cuauhtilan y leyenda de los soles. México. Ed. UNAM-Instituto de Investigaciones Históricas. 1975. 161 p.p. 2ª. Ed.

COLÍN, Mario. Comentarios de política mexicana. México, 1973. 348 p.p. Cuadernos del Estado de México No. 54.

COLÍN, Mario. Guía de Documentos Impresos del Estado de México (1824-1835). México. Ed. Gobierno del Estado de México. 1976. 440 p.p. Tomo I. Biblioteca Enciclopédica del Estado de México.

COLUNGA Dávila, Carlos. La administración del tercer milenio. Diccionario Temático. México. 1996. Ed. Panorama. 1996. 297 p.p.

COLUNGA Dávila, Carlos. Modelos administrativos. Ventajas y limitaciones de las técnicas y los sistemas administrativos más importantes del mundo. México. Ed. Panorama. 1995. 173 p.p.

COMISIÓN INTERNACIONAL SOBRE PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN. Un solo mundo, voces múltiples. México. Ed. F.C.E. México-UNESCO. 1980. 508 p.p.

CONGRESO DE LA UNIÓN. H. CÁMARA DE DIPUTADOS. Manual de Organización. Coordinación General de Comunicación Social. México. 17 p.p. Nota: No tiene año de edición.

CONTRERAS, Cruz, Sergio. Historia. Teoría y Praxis Municipal. México. Ed. Gobierno del Estado de México. 1993. 148 p.p.

COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL. Presidencia de la República. Políticas y sistemas nacionales de comunicación social. México. 1981. 143 p.p. Colección Aportes de Comunicación Social 1.

HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CORONA FUNES, Rafael. El cambio en la proyección del pensamiento empresarial. México. Ed. Edisiaco. 1998. 177 p.p.

CREMOUX, Raúl. La legislación mexicana en radio y televisión. México. Ed. UAM-Xochimilco. 1982. 191 p.p.

DE LA TORRE VILLAR, Ernesto. Et-al. Historia Documental de México. México. Ed. UNAM. 1984. 678 p.p. Tomo II. 3ª. Ed.

DÍAZ Bordenave, Juan y Martins de Carvalho. Planificación y comunicación. Ecuador. Ed. Juan Bosco. 1978. 307 p.p.

DUHALT Kraus, Miguel. Los manuales de procedimiento en las oficinas públicas. México. Ed. UNAM. 1977. 243 p.p. 2ª. Ed.

EL DÍA. II Foro Internacional de Comunicación. México. 1988. 358 p.p.

FÁBILA, Gilberto. Un gobernador. Crítica de su actuación. México. Ed. Talleres Gráficos de la Nación. 1952. 304 p.p.

FERNÁNDEZ Arena, José Antonio. Introducción a la Administración. México. Ed. UNAM. 1972. 277 p.p. 3ª. Ed.

FERNÁNDEZ Arena, José Antonio. El proceso administrativo. México. Ed. Diana. 1996. 305 p.p. 3ª. Reimp.

FERNÁNDEZ Christlieb, Fátima. Los medios de difusión masiva en México. México. Ed. Juan Pablos Editor. 1985. 330 p.p.

FERNÁNDEZ Collado, Carlos. Co. La comunicación en las organizaciones. México. Ed. Trillas. 1995. 368 p.p. 1ª. Reimp.

FORO DE CONSULTA POPULAR DE COMUNICACIÓN SOCIAL. Comunicación Social 1. Ed. Talleres Gráficos de la Nación. México. 1983. 238 p.p.

FORO DE CONSULTA POPULAR DE COMUNICACIÓN SOCIAL. Comunicación Social 4. Ed. Talleres Gráficos de la Nación. México. 1983. 434 p.p.

FORO DE CONSULTA POPULAR DE COMUNICACIÓN SOCIAL. Comunicación Social 8. Ed. Talleres Gráficos de la Nación. México. 1983. 370 p.p.

FORO DE CONSULTA POPULAR DE COMUNICACIÓN SOCIAL. Comunicación Social 10. Ed. Talleres Gráficos de la Nación. México. 1983. 335 p.p.

GANNON, Martín J. Administración por resultados. México. Ed. Cía Editorial Continental. 1996. 685 p.p. 1ª. Reimp.

GIBSON, Charles. Los aztecas bajo el dominio español 1519-1810. México. Ed. Siglo XXI. 1984. 532 p.p. 8ª. Ed. Colección América nuestra.

HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO. Estado de México: Su historia y sus personajes célebres. México. Ed. Instituto Mexiquense de Cultura. 1997. 50 p.p.

GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO. H. Ayuntamiento de Sultepec. Sultepec. Datos históricos. México. 1989. 27 p.p.

GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO. Haciendo sumas. Cronología de la acción de gobierno 1992. Poder Ejecutivo. 220 p.p.

GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO. La magnitud y la integración de la administración pública en el Estado de México. México. Ed. INAP-Gobierno del Estado de México-IAPEM. 1989. 139 p.p.

GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO. Memoria. Primer Simposium de Editores y Depositarios de Publicaciones oficiales, estatales y municipales. México. 1993. 124 p.p.

GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO. Prontuario de Legislación Fiscal 2000. México. 2000. 875 p.p.

GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO. Monografía del Municipio de Nextlalpan. México. 1974. 48 p.p.

GOBIERNO DEL ESTADO DE MÉXICO. Sría de Economía. Dirección General de Estudios Económicos. Proyecto de programa de gobierno del Estado de México. México. 1958. 520 p.p.

GODED, Jaime. 100 Puntos sobre la comunicación de masas en México. México. Ed. Universidad Autónoma de Sinaloa. 1979. 179 p.p.

GOLDHABER, Gerald M. Comunicación organizacional. México. Ed. Diana. 1994. 423 p.p. 6ª. Reimp.

GÓMEZ Ceja, Guillermo. Planeación y Organización de Empresas. México. Ed. Edicol. 1980. 375 p.p.

H. AYUNTAMIENTO DE NEXTLALPAN DE F.S.S., Estado de México. Bando Municipal 2001. México. 2001. 36 p.p.

H. AYUNTAMIENTO DE NEXTLALPAN DE F.S.S., Estado de México. Plan de Desarrollo Municipal Nextlalpan 1997-2000. México. 1997. 90 p.p.

H. AYUNTAMIENTO DE NEXTLALPAN DE F.S.S., Estado de México. Primer Informe de Gobierno Municipal. México. 1998. 47 p.p.

H. AYUNTAMIENTO DE NEXTLALPAN DE F.S.S., Estado de México. Primer Informe de Gobierno Municipal. México. 1999. 32 p.p.

H. AYUNTAMIENTO DE NEXTLALPAN DE F.S.S., Estado de México. Segundo Informe de Gobierno Municipal. México. 1995. 61 p.p.

HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

HESTER, Albert y L. Wai Lan Jto. Manual para periodistas del Tercer Mundo. México. Ed. Trillas. 1990. 205 p.p.

INEGI. Anuario de Estadísticas por entidad federativa. México. 1997. 560 p.p.

LIV LEGISLATURA DE LA CÁMARA DE DIPUTADOS. Consulta pública en materia de comunicación social. Primera etapa: Relatoría Foros Regionales de Consulta (Versión preliminar). México. Comisión Especial de Comunicación Social. 1995. 232 p.p.

LVII LEGISLATURA DE LA CÁMARA DE DIPUTADOS. El derecho de la información en el marco de la reforma del Estado en México. México. 2000. 478 p.p. 2ª. Ed.

LVII LEGISLATURA DE LA CÁMARA DE DIPUTADOS. Legislación en Comunicación. México. 2000. 179 p.p.

LVII LEGISLATURA DE LA CÁMARA DE DIPUTADOS. Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México. México. 2000. 504 p.p. 2ª. Ed.

LVII LEGISLATURA DE LA CÁMARA DE DIPUTADOS. Iniciativa de Ley Federal de Comunicación Social. México. 2000. 49 p.p.

LVII LEGISLATURA DE LA CÁMARA DE DIPUTADOS. Medios de comunicación y procesos electorales. Un compromiso con el futuro. México. 2000. 338 p.p.

MALETZKE, Gerhard. Sociología de la comunicación social. Ecuador. Ed. CIESPAL. 1976. 307 p.p. 4ª. Ed.

MARSTON, Jhon E. Relaciones públicas modernas. México. Ed. Mc Graw Hill. 1990. 449 p.p.

MARTÍNEZ Cabañas, Gustavo. La administración estatal y municipal en México. Ed. INAP. México. 1992. 212 p.p. 2ª. Ed.

MASSÉ Narvaez, Carlos E. y Sandoval Forero, Eduardo Andrés. Cooperativas públicas y desarrollo municipal. México. Ed. El Colegio Mexiquense/UAEM. 1995. 421 p.p.

MEJÍA Lira, José. Comp. Problemática y desarrollo municipal. México. Ed. Universidad Iberoamericana y Plaza y Valdes. 1994. 243 p.p.

MENA Vargas, Apolinar. La administración pública del Estado de México durante la Primera República Federal (1824-1835). México. Ed. Universidad Autónoma del Estado de México-Instituto de Administración Pública del Estado de México. 1989. 262 p.p.

MENÉNDEZ, Antonio. Comunicación social y desarrollo. México. Ed. UNAM. 1972. 210 p.p.

#### HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- MERINO, Mauricio. En busca de la democracia municipal. México. Ed. Colegio de México. 1995. 300 p.p.
- MÉXICO. Plan Nacional de Desarrollo 1983-88. México. Ed. S.P.P. 1983. 412 p.p.
- MÉXICO. Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000. México. Ed. Secretaría de Hacienda y Crédito Público. 1995. 177 p.p.
- MIKLOS, Tomás y Tello, Ma. Elena. Planeación prospectiva: Una estrategia para el diseño del futuro. México. Ed. Centro de Estudios Prospectivos de la Fundación Javier Barrios, Sierra A.C./Limusa/Noriega Editores. 1995. 204 p.p. 5ª. Reimp.
- MONTAÑO, Agustín. Manual de administración municipal. México. Ed. Trillas. 1981. 196 p.p. 1ª. Reimp.
- MUNCH Galindo, Lourdes y García Martínez, José. Fundamentos de administración. México, Ed. Trillas. 1998. 240 p.p.
- MUNOZ Garduño, Jaime. Introducción a la administración. México, Ed. Diana. 1994. 239 p.p. 2ª. Reimp.
- NAIME, Alexander. Et-al. Periodismo regional en el Estado de México. México. Ed. Gobierno del Estado de México-Coordinación de Comunicación Social. 1992. 191 p.p.
- NOTIMEX, S.A. DE C.V. Manual de Organización. 1991. México. 1991. 186 p.p.
- OCHOA Campos, Moisés. El municipio y su evolución institucional. México. Ed. Banobras. 1987. 260 p.p. 1ª. Reimp.
- OCHOA Campos, Moisés. Juan Ignacio María de Castorena. Primer Periodista Mexicano. México. Ed. SEP. 1968. 59 p.p. Cuadernos de Lectura Popular No. 170.
- ORTEGA Lomelín, Roberto. Federalismo y municipio. Una visión de la modernización de México. México. Ed. F.C.E. 1994. 203 p.p.
- PARDINAS, Felipe. Manual de Comunicación Social. México. Ed. Edicol. 1978. 386 p.p.
- PEÑA Y PEÑA, Alvaro. Estado de México. Méx. Ed. S.E.P. 1968. 77 p.p. Cuadernos de lectura popular. Serie Monografías de México.
- PINTO Mazal, Jorge. Régimen Legal de los Medios de Comunicación en México. México. UNAM. 1977. 405 p.p. Serie Lecturas 5.
- POMPA y Pompa, Antonio. 450 años de la imprenta tipográfica en México. México. Ed. Asociación Nacional de Libreros. 1988. 114 p.p.
- PYE, Lucian W. Selección. Evolución política y comunicación de masas. Argentina. Ed. Troquel. 1969. 444 p.p.

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. Coordinación General de Estudios Administrativos. Manual de Administración Municipal. México. 1981. 86 p.p.

RABASA, Emilio O. y Caballero, Gloria. Mexicano: Esta es tu CONSTITUCIÓN. México. Ed. LIII Legislatura. 1988. 468 p.p.

RAMIRO Beltrán, Luis y Fox de Cardona, Elizabeth. Comunicación dominada. Estados Unidos en los medios de América Latina. México. Ed. ILET-Nueva Imagen. 1991. 176 p.p. 2ª. Ed.

RAMOS Padilla, Carlos G. La comunicación. Un punto de vista organizacional. México. Ed. Trillas. 1991. 75 p.p.

REYES Mata, Fernando. Editor. La información en el nuevo orden internacional. México. ILET. 1977. 260 p.p.

REYES Ponce, Agustín. Administración de Empresas. Teoría y Práctica. 1ª. Parte. México. Ed. Limusa. 1993. 189 p.p. 39 reimp.

REYES Ponce, Agustín. Administración de Empresas. Teoría y Práctica. 2ª. Parte. México. Ed. Limusa. 1994. 392 p.p. 29 reimp.

RIOS Zaley, Jorge. Relaciones públicas. Su administración en las organizaciones. México. Ed. Trillas. 210 p.p.

RIVERA Cambas, Manuel. Viaje a través del Estado de México. (1880-1833). México. Ed. Biblioteca Enciclopédica del Estado de México. 1972. 294 p.p.

ROBLES Martínez, Reynaldo. El Municipio. México. Ed. Porrúa. 2000. 381 p.p. 4ª. Ed.

RODRÍGUEZ Castañeda, Rafael. Prensa vendida. Los periodistas y los presidentes. México. Ed. Grijalbo. 1993. 386 p.p.

RUIZ CASTAÑEDA, María del Carmen. Et-al. El periodismo en México. 450 años de historia. México. Ed. Tradición. 1974. 380 p.p.

SALAZAR Medina, Julian. Elementos básicos de la administración municipal. México. Ed. UAEM e Instituto de Administración Pública del Estado de México. 1992. 262 p.p.

SALINAS, Sandoval, María del Carmen. Política y Sociedad en los Municipios del Estado de México 1825-1880. México. Ed. El Colegio Mexiquense. 1996. 340 p.p.

SÁNCHEZ Colin, Salvador. Estado de México. Su historia. Su ambiente. Sus recursos. México. Ed. Facsímil. 1993. 532 p.p.

SÁNCHEZ García, Alfonso. Historia del Estado de México. México. Ed. Dir. De Prensa y Relaciones Públicas-Gob. del Estado de México. México. 1982. 120 p.p.

HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN. Informe de Ejecución del Plan Nacional de Desarrollo 1984. México. 1984. 52 p.p.

SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN. Informe de Ejecución del Plan Nacional de Desarrollo 1985. México. 1985. 176 p.p.

SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN. Manual de Organización de la Dirección General de Información. México. 1986. 34 p.p.

SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN. Reglamento para las impresiones del gobierno. México. 1852. 13 p.p.

SELSER, Gregorio y Roncagliolo, Rafael. Trampas de la información y neocolonialismo. Las agencias de noticias frente a los países no alineados. México. Ed. ILET. 1979. 211 p.p.

SIGAL, León V. Reporteros y funcionarios. La organización y las normas de elaboración de noticias. México. Ed. Gernika. 1991. 240 p.p.

SIMON, Raymond. Relaciones Públicas. México. Ed. Limusa. 1990. 510 p.p. 1ª. Reimp.

SIMPSON Grinberg, Máximo. Comunicación alternativa y cambio social. I. América Latina. México. Ed. UNAM. 1981. 328 p.p. FCPyS. Serie Estudios 63. .

STEINER, George A. Planeación estratégica. Lo que todo director debe saber. México. Ed. Cia Editorial Continental. 1996. 366 p.p. 21ª. Reimp.

TAUFIC, Camilo. Periodismo y lucha de clases. La información como forma de poder político. México. Ed. Nueva Imagen. 1981. 215 p.p. 7ª. Ed.

TENA Ramírez, Felipe. Leyes fundamentales de México 1808-1978. México. Ed. Porrúa. 1978. 1,025 p.p. 8ª. Ed.

UGARTE, Cortés, Juan. La Reforma municipal y elementos para una teoría constitucional del municipio. México. Ed. Porrúa. 281 p.p.

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA. Seminario de comunicación social. México. Ed. UAM-Azcapotzalco-AMIC. 1983. 136 p.p. (Colección Ensayos No. 10).

VAILLANT, George. La civilización azteca. México. Ed. F.C.E. 1983. 316 p.p.

## HEMEROGRÁFICAS

ARCHIVO GENERAL DE LA NACIÓN. Secretaría de Gobernación. Decretos y Circulares. Gob. Sec. s/s C. 596 E 4.

ARCHIVO GENERAL DE LA NACIÓN. Secretaría de Gobernación. Impresos oficiales 1822. Sección s/s. C. 137 E.1.

ARCHIVO GENERAL DE LA NACIÓN. Secretaría de Gobernación. Imprenta oficial. Sección s/s. C 19. E 14.

ARCHIVO GENERAL DE LA NACIÓN. Gobernación. Sección s/s Ley Orgánica del Gobierno interior del estado. Estado de México. Decretos y Circulares. C 69. E 11.

ARCHIVO HISTÓRICO DEL MUNICIPIO DE NEXTLALPAN DE F.S.S., Estado de México. Sección Hemeroteca. Vol. 1. Expediente 1. Año 1827.

APONTE, David y Martínez, Néstor. "El embute, signo y efecto de una relación viciada." Periódico La Jornada. Enero 26 de 1993. Pág. 1.

APONTE, David y Martínez, Néstor. "Podría ir a la cárcel quien entregue dádivas a periodistas." Periódico La Jornada. 28 de enero de 1993. Pág. 1.

CASTAÑEDA, Salvador. "Necesaria, una clara política de comunicación que erradique prácticas como el embute: AMIC." Periódico El Financiero. Septiembre 23 de 1992. Pág. 37.

CHÁVEZ, Víctor. "Fin a complicidades: Fox." Periódico El Financiero. Octubre 7 del 2000. Pág. 1.

Corresponsalia. "Control al gasto de comunicación social en las alcaldías del Estado de México." Excélsior. Enero 14 de 1993. Pág. 1. Sección E.

Editorial. "Prensa y Estado: transparencia y desafíos." Periódico Uno más uno. Diciembre 22 de 1992. Pág. 1.

ELIZALDE, Triunfo. "Reducirán 50% los recursos de las oficinas públicas de comunicación." Periódico La Jornada. Diciembre 18 de 1992. Pág. 13.

ENEP ARAGÓN. Boletín Aragón. No. 134. Sept. 2000. Pág. 9.

ESPINOSA, Jorge Luis. "Ante la lógica comercial de los medios, es necesario concebir la comunicación como servicio." Periódico Unomásuno. Febrero 19 de 1993. Pág. 29.

HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

GACETA DEL GOBIERNO. Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de México. Toluca de Lerdo., Méx., jueves 24 de diciembre de 1998. "Manual de Organización de la Coordinación General de Comunicación Social".

GALLEGOS, Elena y Venegas, Juan Manuel. "Sahagún: el trato con medios se limpiará la casa si fuera el caso". Periódico La Jornada. 31 de Julio del 2000. 8-9 p.p.

GARDUNO, Roberto. "La libertad de expresión no es regulable, advierte CIRT a Fox." Periódico La Jornada. Octubre 7 del 2000. Pág. 3.

Gazeta de México (Enero a Agosto de 1784). Ed. Facsimilar. México. Ed. Rolston Bain. 1983 136 p.p.

GONZÁLEZ Garrido, Patrocinio. "Incompatibles. control de la información y régimen de libertades". Periódico El Nacional. Junio 6 de 1993. Pág. 11.

LIII Legislatura del Estado de México. Dirección General de Comunicación Social. "Reglamento de Comunicación Social". 7 p.p.

LÓPEZ Doriga, Joaquín. "Miguel de la Madrid. De cara al futuro. Versión taquigráfica". Novedades. Diciembre de 1984. 32.p.p

MARES, Marco A. "Instruyen a los directores de Comunicación Social sobre los gastos para la publicidad". Periódico Unomásuno. Enero 13 de 1993. Pág. 3.

MARÍN, Carlos. "La libertad de prensa, entre la torpeza oficial y la docilidad de los medios". Proceso No. 396. Junio 4 de 1984. 6-11 p.p.

MARÍN, Carlos y Rodríguez Castañeda. "Las oficinas de prensa, centros de corrupción y control periodístico". Proceso No. 342. Mayo 23 de 1983. 20-23 p.p.

MEDINA Viedas, Jorge. "Medios y Estado: Cultura de la confianza". Suplemento Especial del XXXI Aniversario. Periódico El Día. Junio de 1993. 14 y 15 p.p.

MÉXICO. Diario Oficial de la Federación. Lunes 31 de enero de 1983. 2-3 p.p.

MÉXICO. Diario Oficial de la Federación. "Manual de Organización. Secretaría de Gobernación". Enero 29 de 1999. 2ª. Sección.

MÉXICO. Diario Oficial de la Federación. Lunes 31 de enero del 2000. Poder Ejecutivo. Sría. de Gobernación. Tomo DLVI No. 21.

MÉXICO. Diario Oficial de la Federación. Jueves 4 de enero del 2001. Poder Ejecutivo. Sría. de Gobernación. Tomo DLXVIII No. 8. 2-3 p.p.

#### HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MÉXICO. Diario Oficial de la Federación. Martes 23 de enero del 2001. Poder Ejecutivo. Sría. de Gobernación. Tomo DLXVIII No. 16. 2-5 p.p.

Nota informativa. "Se retracta el PAN de pasar Notimex a SEP." Periódico El Día. Viernes 10 de noviembre del 2000. Pág. 3.

Quehacer parlamentario. H. Cámara de Diputados. Surge una asociación de comunicadores sociales. La Jornada. Lunes 21 de agosto del 2000. Pág. 20.

Revista Urbana. Vinculación Metropolitana del Estado de México. Año 1. No. 1. Abril 1998. 32 p.p.

SÁNCHEZ Márquez, Fernando. "Urge un código de comunicación: Trejo". Periódico El Nacional. Lunes 24 de Agosto de 1992. Pág. 6.

SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN. Reglamento Provisional de la Libertad de Imprenta. México, 1855 4 p.p.

Texto del discurso de Miguel de la Madrid al asumir la Presidencia de México. Periódico Unomásuno. Jueves 2 de diciembre de 1982. 4 p.p.

Texto íntegro del comunicado de prensa No. 798, emitido por la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República. Periódico El Día. Septiembre 18 de 1992. Pág. 3.

#### *Folletos y Trípticos:*

Coordinación de Comunicación Social-H. Ayuntamiento de Sultepec. Sultepec. "Datos Históricos". México. 27 p.p.

Dirección General de Comunicación Social. Gran Comisión de la H. LIII Legislatura del Estado de México. "El Estado de México y el Poder Legislativo".

Gobierno del Estado de México. "Ilustrador Nacional. 187 Aniversario de la 1ª. Ed". Abril 11 de 1999. Edo. de Méx. Coordinación General de Comunicación Social.

Gobierno del Estado de México. "Personajes que dan nombre a las Preseas Estado de México". México. 1997. 26 p.p.

Gobierno del Estado de México. "Estado de México. Unidad que da orgullo, identidad orgullosamente mexiquense". 2 de Marzo de 1998. 174 aniversario. México. 1998. 36 p.p.

Sistema Internet de la Presidencia SIP.

## ***RADIOFÓNICAS Y TELEVISIVAS***

Nota informativa "Función social, libertad de expresión, derecho de replica y la creación de una defensoría del auditorio". Noticiero Pulso de Radio Educación XEEP 1060 Khz. Agosto 3 del 2000. Autor: Verónica Martínez.

Comentario de Jorge Meléndez. Noticiero Pulso de Radio Educación XEPP 1060 Khz. Agosto 14 del 2000.

Entrevista a Vicente Fox Quesada por Javier Alatorre en Noticiero Hechos. Canal 13 de Televisión Azteca. Julio 3 del 2000.

Transmisión en vivo a través del Noticiero de Radio Mil 1,000 Khz. Julio 17 del 2000, al anunciarse la integración del equipo de transferencia del presidente electo.

**OTRAS FUENTES**

Apuntes personales de la materia: Organización de empresas de Comunicación I, de la Carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva. Ciclo escolar 1981-82.

Comunicado de Prensa No. 1082. Coordinación General de Comunicación Social. Gobierno del Estado de México. Agosto 17 del 2000.

Discurso pronunciado por el licenciado Emilio Chuayffet Chemor, al rendir su protesta como gobernador constitucional del Estado de México. 38 p-p.

Información periodística. Estado de México. Información básica. 15 p.p.

Libro de Sesiones de Cabildo 1997. Municipio de Nextlalpan de F.S.S., Estado de México. 1997.

Oficio dirigido al C. Antonio Silva Beltrán, por el H. Poder Legislativo. Contaduría General de Glosa, fechado en la Ciudad de Toluca, Estado de México, el 11 de enero de 1993

Palabras pronunciadas por Javier Wimer, subsecretario de Gobernación, en la sesión plenaria del Foro de Consulta Popular de Comunicación Social, celebrada el 13 de mayo de 1983.

Palabras del Dr. Fernando Pérez Correa, subsecretario de Gobernación, durante la entrega de Premios del Primer Concurso Nacional de Guiones de Radio y el Primer Concurso Nacional de Guiones de televisión. Febrero 13 de 1985.

Ponencia presentada por el Dr. Fernando Pérez Correa, Subsecretario de Gobernación, en el III Congreso Nacional de Doctores en Derecho. Dic. 7 de 1985.

Ponencia presentada por Arq. Ligia González García de Alba, Directora general de Desarrollo Urbano de SEDESOL, durante la clausura del diplomado "Planeación y programación de la municipalidad en México". Septiembre 30 de 1999.

Semana de la Comunicación Organizacional, desarrollada en la Escuela Nacional de Estudios Profesionales, Campus Aragón de la Universidad Nacional Autónoma de México, del 22 al 24 de mayo del 2000.

Seminario El Periodismo en la Independencia Política y Económica de América Latina. Estado de México. Abril 1989.

Versión estenográfica del diputado José Luis Torres Ortega, durante la Relatoría de los Foros Regionales de la Consulta Pública en Materia de

**HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Comunicación Social, realizada en el "Salón Verde" del Palacio Legislativo de San Lázaro. México, D.F., Octubre 25 de 1995.

HACIA UNA POLÍTICA MUNICIPAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
**INFORMÁTICAS**

[www.edomexico.gob.mx](http://www.edomexico.gob.mx)

[www.gobernacion.gob.mx](http://www.gobernacion.gob.mx)

[www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)

[www.presidencia.gob.mx](http://www.presidencia.gob.mx)