



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

## “LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL AYUNTAMIENTO DE TIXTLA DE GUERRERO, GRO.”

### T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE  
LA COMUNICACIÓN  
P R E S E N T A :  
OBED DE JESÚS BASILIO MINOR.



*ASESOR DE TESIS :  
PROF. CARLOS CASTAÑO ASMITLA*

MÉXICO, D.F.

2005



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



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

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

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

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

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Obel de J. Basilio Minor

FECHA: 19 Enero 2005

FIRMA: [Firma manuscrita]

## **AGRADECIMIENTOS**

**MELINA POR TU AMOR, INSPIRACIÓN Y APOYO  
MELIED PORQUE ILUMINAS MI VIDA  
USTEDES HACEN QUE MI EXISTENCIA PASE DE LO NORMAL A LO  
SUBLIME.**

**A MIS PADRES A QUIENES AMO, ADMIRO Y RESPETO. MIS GUÍAS**

**A MIS HERMANOS ISAID, HASSIBI Y HANNANI. A QUIENES SIEMPRE  
TENGO PRESENTE.**

**A MI ABUELITA ELVIRA, PORQUE LA AMO. POR TU VALOR Y TERNURA**

<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>1.- EL MUNICIPIO DE TIXTLA DE GRO, GRO.</b>	<b>4</b>
<b>1.1 HISTORIA DE TIXTLA</b>	<b>4</b>
Decreto por el que se Constituyó Tixtla en Ciudad	
<b>1.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y MEDIO FÍSICO</b>	<b>13</b>
Clima- Hidrografía- Orografía- Clasificación del suelo- Flora y fauna	
<b>1.3. ELEMENTOS DEL DESARROLLO URBANO</b>	<b>18</b>
Estructura urbana- Imagen urbana- Usos del suelo- Medio ambiente. <b>INFRAESTRUCTURA.-</b> Agua potable- Drenaje y alcantarillado- Vialidad- Camino- Vivienda. <b>EQUIPAMIENTO URBANO-</b> Salud- Educación- Comercialización y Abasto. <b>SERVICIOS PÚBLICOS.-</b> Alumbrado público- Limpia- Cementerios- Gasolinera- Transporte público- Comunicaciones- Seguridad pública.	
<b>1.4 ASPECTO, ECONÓMICO, SOCIAL Y CULTURAL</b>	<b>35</b>
Población total del municipio- Estructura de la población por edad- Población urbana y rural- Población económicamente activa- Ocupación de la población- Población indígena- Grado de marginación- Migración- Agricultura- Ganadería- Industria- Turismo- Comercio- Cultura educativa- Recreación- Deporte.	
<b>2.- DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL AYUNTAMIENTO     DE TIXTLA DE GRO, GRO.</b>	<b>44</b>
<b>2.1 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA DEL AYUNTAMIENTO</b>	<b>44</b>
Facultades y obligaciones de ediles y funcionarios municipales- Comisiones- Desarrollo municipal- Servicios públicos municipales- Órganos auxiliares- Comisarias y delegaciones municipales- Consejos de colaboración municipal- Cronista municipal	
<b>2.2 COMUNICACIÓN SOCIAL</b>	<b>68</b>
Comunicación- Comunicación social- Comunicación de masas- Medios masivos- Comunicación política- Principales actividades de la comunicación masiva- La sociedad de masas- Publicidad- Relaciones públicas- Propaganda- Opinión pública- Líder de opinión- Encuesta.	
<b>2.3 DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL</b>	<b>78</b>
<b>3.- PROPUESTA DE UNA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL</b>	<b>89</b>
Políticas públicas de comunicación- Recursos humanos- Perfil profesional- Recursos materiales- Marco contextual.- Fundamentación- Objetivos.- Actividades (medios, técnicas y estrategias)- Prensa escrita, Gaceta Municipal- Radio- Televisión- Producción en medios electrónicos.- Publicidad oficial directa.- Publicidad exterior- Estrategias en comunidades rurales- Calendarización de la propuesta- Cobertura- Beneficiarios- Recursos.	
<b>CONCLUSIÓN</b>	<b>121</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>124</b>

## INTRODUCCIÓN

En el municipio de Tixtla de Guerrero los servicios comunicativos y en específico el trabajo de comunicación social en áreas en que la administración municipal ha denominado Dirección de Comunicación Social, se incluyen en el organigrama operativo-administrativo, pero dista mucho de la realidad por su estructura, por su manera de trabajar y por la falta de profesionalismo en el ramo.

Sin embargo esto no quiere decir que no pueda plantearse una nueva propuesta que profesionalice y dignifique la labor del comunicador en esa área tan importante de la administración municipal. Todo ello con el objeto de eficientar el trabajo, aprovechar los recursos destinados para el ejercicio del gasto del área, promoviendo una cultura de ahorro, lo que significa gastar menos que las administraciones pasadas. Al tiempo de participar con voz y voto en las políticas públicas de comunicación que establezca, posicione e identifique al gobierno municipal con sus gobernados .

De entrada este documento, en el primer capítulo comprende un vistazo historiográfico, consideración mínima de reconocimiento y estudio en todo ejercicio efectivo de comunicación en cualquiera de los más de 2400 municipios de nuestro país, así como la fundación del pueblo y su transformación en ciudad.

En este apartado se podrá encontrar el significado del vocablo Tixtla y sus diferentes interpretaciones por estudiosos y hablantes del dialecto náhuatl, el cual ha sufrido algunos cambios a través de los siglos. En ese sentido se remonta a los diferentes periodos históricos y la fundación del pueblo que abarca desde la época prehispánica, la época colonial, el México independentista, los tiempos revolucionarios y la era contemporánea.

De ahí parte con un panorama amplio, total y general del municipio de Tixtla; comenzando con la ubicación geográfica, sus colindancias con otros municipios, sus características físicas como el clima, hidrografía, orografía, clasificación del suelo, flora y fauna.

De igual forma en el plano que conforma la ciudad se describen elementos del desarrollo urbano, estructura urbana, imagen urbana, tenencia de la tierra, superficie de predios urbanos y medio ambiente.

Incluye una radiografía de la problemática actual en la infraestructura de la ciudad en lo que se refiere a servicios públicos como el agua potable, el drenaje y alcantarillado, la vialidad, caminos y vivienda.

En cuanto a equipamiento urbano se explican las generalidades más importantes de la situación que impera en los sectores de salud, educación,

comercialización y abastos, además de servicios como el alumbrado público, el sistema de limpia, cementerios, gasolinera, transporte público y seguridad pública.

También se toca el aspecto económico, social y cultural del municipio tixtleco en el que se expone información de la población total urbana y rural, población económicamente activa, ocupación de la población, migración, población indígena y grado de marginación.

En cuanto a las actividades productivas se habla de la situación que priva en la agricultura, ganadería, industria, turismo, comercio, cultura, recreación y deporte.

Todo ello en el marco del desarrollo del pueblo, su cultura y de los hombres ilustres que le dieron vida y un sentido glorioso a lo que hoy se considera como una tierra con una gran historia que va de la mano con las tradiciones, costumbres, mitos y leyendas propias de la región. Hasta llegar al decreto que constituye al pueblo de Tixtla en la ciudad de Tixtla de Guerrero, Guerrero. En honor al consumidor de la independencia nacional Vicente Guerrero Saldaña, nacido en esta prodigiosa tierra en la que también vio la luz por primera vez uno de los más grandes pensadores del siglo XIX, poeta, escritor y maestro por excelencia, Ignacio Manuel Altamirano.

En el segundo capítulo se introduce a la estructura orgánica y administrativa del Ayuntamiento en el que se proporcionan datos generales, organigramas, algunas gráficas y la posición que ocupa el área de comunicación social.

También se describen las facultades, responsabilidades y obligaciones del presidente municipal, síndico procurador, regidores y funcionarios públicos municipales

De esta manera se explica el ejercicio del poder y gestión por parte de los regidores a quienes se les encomienda el trabajo en los rubros de hacienda, de seguridad pública, urbanismo, obras públicas, planeación y presupuesto, comercio y abasto popular, ecología, educación, cultura, recreación, espectáculos, salud pública y asistencia social, desarrollo rural y la participación social de la mujer.

Se toca el tema de desarrollo municipal, servicios públicos municipales, órganos auxiliares, comisarías y delegaciones municipales, consejos de colaboración municipal, todo ello en el marco y bajo los lineamientos que establece la Ley Orgánica del Municipio Libre del Estado de Guerrero, en la Constitución General del Estado de Guerrero y en la Constitución de la República en su artículo 115, en donde se establece la legalidad de los municipios que dan forma a la federación.

Luego de conocer brevemente la estructura orgánica y administrativa municipal dentro del mismo capítulo entramos en materia con los objetivos de lo

que se denomina Dirección de Comunicación Social. Y en el que además se incluye un breve análisis del trabajo que desarrollaron las administraciones que comprendieron los años de 1996 al 2002.

Se explica brevemente sobre el trabajo que desarrollaron las pasadas administraciones en materia de comunicación social. Además de plantear la nueva organización operativa, sus funciones, sus atribuciones, los recursos humanos y el perfil profesional de los que laboran en dicha unidad. Los materiales de papelería y cámaras que serán la herramienta imprescindible de los comunicadores y las políticas públicas de comunicación.

En este mismo apartado se presentan definiciones y posturas sobre tópicos como comunicación social, comunicación de masas, medios masivos, comunicación política, sociedad de masas, publicidad, relaciones públicas, propaganda, opinión pública, etc. Temas imprescindibles en la teoría y el ejercicio del comunicador.

En el tercer capítulo se plasma la nueva propuesta general en el esquema de trabajo de la Unidad de Comunicación Social en el Ayuntamiento Tixtleco, la cual se basa en un plan diseñado y adecuado a las necesidades comunicativas al interior y al exterior del gobierno municipal, el cual mantiene como principal objetivo la difusión de la información, el mejoramiento de la imagen y la promoción de logros en la administración.

Se expone un marco contextual, la fundamentación, los objetivos generales y particulares de la propuesta, las actividades, medios, técnicas y estrategias de medios como; la prensa escrita, la publicación de la gaceta municipal, publicidad y producción en medios electrónicos como radio y televisión. Incluye una labor de difusión a través del uso de técnicas de publicidad directa y exterior.

El trabajo no solo cubre la oferta informativa en la ciudad sino que se extiende a lo largo y ancho del territorio municipal, que incluye las 17 comunidades rurales que conforman el municipio y que también serán beneficiadas con la recepción de información objetiva, veraz y precisa sobre el desempeño de la administración municipal.



# 1.- EL MUNICIPIO DE TIXTLA DE GRO, GRO.

## 1.1 HISTORIA DE TIXTLA

“La paradoja de la globalización, es que lo global acentúa lo local”, parafraseando la expresión de Román Gubern Dadever, podemos interpretar en el contexto del presente trabajo que este postulado aplicado a la realidad nos indica que la paradoja o los efectos del ejercicio del poder federal acentúa el gobierno de los estados y este a su vez influye determinadamente en la administración municipal.

Entre las diversas tribus que poblaron el continente Americano las cuales existieron poco antes de la llegada de los españoles en la conquista de México, había varias de ellas en diversas zonas del estado de Guerrero; pudiendo observarse aún en las que están situadas al oriente del mismo, los descendientes de la raza Otomí, Mixteca y Zapoteca; en el poniente a los Tarascos y las del centro a los Tlahuicas, a la cual pertenecieron los primeros pobladores de Tixtla que en aquel entonces se llamaba Teoixtla, “en un valle extenso y circundado de una cordillera que acusan haber estado en ese tiempo pobladas de espesas arboledas y que en cuyos cóncavos tenían su madriguera las panteras”<sup>1</sup>

De entrada con las definiciones y traducciones de la significación del nombre de la ciudad, Teoixtla, según opinión del Barón Alexander Von Humbolt, se traduce por “espejo de los dioses”, significado que según muchos autores no se fundamenta debido a que el vocablo espejo es importación de Europa y se supone que esa palabra no se conocía en el idioma Azteca, que era el que hablaban los Tlahuicas.

Sobre el tema aseguran los que conocen ese dialecto, supone alguna adulteración en la palabra que, según ellos, debió ser, “Tehuixtla”, que quiere decir Espinal o Cahuatera, lo cual esta más con la costumbre de los indígenas de poner nombre a los lugares según son sus propiedades, sea por la vegetación, por las producciones minerales, por la configuración del terreno o por la existencia de animales.

Hay que mencionar que el autor de los manuscritos, Don Pedro Taide, no cita las fuentes en la que atribuye al Barón de Humbolt la mencionada traducción del vocablo Tixtla. Tampoco especifica la fecha probable en que se fundó con el nombre de San Martín Tixtla.

Por otra parte Don Norberto García Jiménez, acucioso investigador y laureado poeta tixtleco, menciona en la página 4 de la *Revista Tixtla*, en su año 1,

---

<sup>1</sup>“HISTORIA DE TIXTLA”, TAIDE, ASTUDILLO PEDRO, MANUSCRITOS, TIXTLA, GRO. pag 23

Núm. 2, del mes de abril de 1954; dice que la significación que le dio el ilustre tixtleco y maestro de México, Ignacio Manuel Altamirano: es Tixtla, Espejo de los dioses.

En el mismo artículo de García Jiménez aparece una nota relacionada con la información de un libro del Dr. Alejandro Sánchez Castro, serio investigador, ensayista y biógrafo, en la cual asienta en relación con el vocablo Tixtla: el nombre antiguo de Tixtla era Teoixtla, que se deriva de estas dos raíces, Teotl, que significa Dios e Ixtla, en presencia de. Así es que tomando estas dos raíces, Teoixtla quiere decir en presencia de Dios.

Sobre el tema la Secretaría de Educación Pública editó, en el estado de Guerrero, en 1987, un libro titulado, "Guerrero sur amate de mar y montaña" y en la sección titulada setenta y cinco municipios, presenta un cuadro en el que consigna sus nombres su cabecera y su toponimia. En la correspondiente a Tixtla, especifican: del náhuatl, masa de maíz o masa para tortillas.

Por último, en lo que refiere a la etimología del vocablo Tixtla, cabe hacer mención la opinión de la maestra bilingüe Alberta Moreno, que domina el nahuatl popular actual, quien se inclina por las acepciones tiztlal o tixtlal o tistal, y le da una significación de bola o volumen de masa para hacer tortillas, término que es vigente entre las personas que hablan esta lengua y que aún tomean o golpean la masa para hacer tortillas o memelas.

A consideración de muchos autores la palabra Tixtla y sus expresiones son degeneraciones del nahuatl —como pasa con otras lenguas—.

Por lo anterior es del conocimiento general que, a la fecha, seguramente no existe, en el mundo, un solo idioma que se conserve puro desde su creación. Y no es de extrañar esta afirmación ya que, por razón natural se ocasionan modificaciones, así como adiciones, bien sea con base en el mismo idioma o en vocablos extranjeros, por modismos, por la creación de términos técnicos o porque van desapareciendo los vocablos paulatinamente por la falta de uso del mismo.

Existen motivos para suponer que mucho antes de la conquista, Tixtla era población de gran dimensión de la raza Tlahuica, gente de carácter apacible consagrada a las labores agrícolas, la cacería y a la pesca, la religión que profesaban era la misma que las de los Aztecas, el idioma y los sacrificios de los mismos, pues aunque no hay datos de que hayan tenido templos para el culto de sus divinidades, es de suponerse que los haya habido, porque en la cuadrilla de Tejalzingo (actualmente barrio de Santiago) fueron encontradas algunas deidades o ídolos de piedra, de más de un metro de altura, bien figurados y teniendo ornamentos de Huitzilopochtli de los Aztecas. Se tienen datos de que algunos no fueron examinados ya que se trasladaron a la ciudad de Chilpancingo por el entonces gobernador del estado, Francisco O. Arce y que actualmente se encuentran olvidados.

Por el año de 1885 Pedro Taide Astudillo describe en sus manuscritos que junto con su hermano Pablo inspeccionaron diversas cuevas en los alrededores de la ciudad. Durante el primer recorrido en una cueva a 5 kilómetros al noroeste de Tixtla, conocida con el nombre de Tzinaca (Casa de Murcielagos). Al comenzar la expedición en una de ellas, se encontró en el fondo, a una profundidad de 100m, por el lado norte de la misma, un espacio en forma de altar decorada por varios objetos de barro en forma de macetas, jarrones, máscaras de tigre y de otros animales, así como también algunos utensilios de cocina, todo de barro, muy bien pulido con colores subidos y finos.

Al frente del altar observaron una meseta formada de piedra y lodo a la cual también rodeaban objetos de barro en forma de animales, que no fueron posibles ser extraídos de la espesa capa de lodo que se había formado con las filtraciones de la bóveda, los cuales estaban reblandecidos por la humedad y que se fracturaban al tratar de ser extraídas.

Se deduce que pudo haber sido un sitio de sacrificios, ya que cuando examinaron los objetos se notó una pasta sanguinolenta, lo que hizo suponer el derrame de la sangre de los sacrificados.

Durante la misma exploración al lado sur de la gruta, observaron una enorme profundidad. De esta profundidad hay una versión en la que afirman que los indígenas de aquel tiempo sacaban pescados frescos de ese lugar.

No se ha podido comprobar la verdad de lo dicho anteriormente, sin embargo, la profundidad general de la gruta puede tener relación con la altura del cerro que circunde a su entrada y la profundidad de la parte inexplorada con el nivel del agua de la laguna de la comunidad de Omeapa.

Dicha laguna durante el temporal de lluvias, eleva la profundidad en el centro de la misma, y aseguran los vecinos de la comunidad, que se han dado casos en que han brotado bayas de ocote en el centro

Referente a lo anterior concluyeron que la corriente de agua que se escucha en la profundidad de la gruta, así como la laguna de Omeapa, son respiraderos de una corriente subterránea de gran caudal, e hipotéticamente podría asegurarse que los indígenas de aquel tiempo sacaban pescado de la profundidad de la gruta, dado que haya sido accesible en aquel tiempo.

Por otra parte al noroeste de Tixtla, en la cordillera de cerros que existe en ese rumbo, hay una prominencia sobresaliente que se eleva a unos 1500 metros sobre el nivel del mar, la cual es conocida como del Xomihlo, en cuyo declive sur se manifiesta una abertura a manera de portezuela bastante amplia, que revela el efecto destructor de una manga de agua, la cual, desbarató una parte del cerro en tajo que precipitó la corriente sobre la parte sudeste del mismo, formando un ancho caudal que hoy se conoce como la barranca de Coxtlapa y desemboca en el llano norte e inmediato a la población.

Describen algunos historiadores que el devastador suceso sorprendió a los habitantes entre las 7 u 8 de la noche, pudiendo una parte de ellos huir a las alturas más inmediatas a cada una de los diversos barrios de que se forma, pero la mayoría, exceptuando a los del barrio del Calvario, perecieron en la inundación.

Se concluye que el desastre fue a esa hora porque en varias excavaciones que encontraron cadáveres en posición de estar cenando, sentados en el suelo con trastes por delante.

El conocimiento que se tiene de la costumbre de los indígenas de acostarse después de la puesta de sol y levantarse a los primeros albos del día, hace suponer con fundamento que el cataclismo, comenzó a desarrollarse por la tarde y la inundación de la población tuvo lugar entre las siete u ocho de la noche.

A más de 300 mts del sudeste de la población, se practicaron también excavaciones y fueron encontrados cadáveres en diferentes posiciones que se cree fueron arrastrados por la corriente ocasionada por el desastre natural.

Además se llevaron a cabo excavaciones en la casa que perteneció al Gral. Juan Álvarez, en la casa de un tal Francisco García González, otra más que en plazuela que se llamó San Juan, y otra en la que fuera casa de Jesús, E. Alcaraz, y que hoy en día la habita una familia apellidada Basilio.

En estas excavaciones se encontró en una profundidad de tres metros, arena y piedras de cantera verde o rosa. Por ello se entiende que todo el destrozo que causó el cataclismo en el cerro referido, se esparció por toda la población.

Además es del dominio público que en ese cerro están yacimientos de cantera, mismas que fueron esparcidas en gran cantidad por la inundación que devastó a la población indígena.

Referente al mítico cataclismo los ancianos de la ciudad cuentan una leyenda que ha prevalecido a través de los siglos gracias a la transmisión verbal de generación tras generación la cual dice que: "Existe en el cerro de Xomihilo una laguna encantada y un anciano igualmente encantado, cuya ocupación es construir xoxoloxtlis o xinepales (lasos gruesos de palma) para asegurar con ellos la compuerta de la laguna; pero el día que el viejo sea desencantado y falten los nuevos xinepales para sustituir los viejos, será el tiempo que llegará a abrirse la compuerta de la laguna y se desbordará esta sobre la población, causando una gran inundación".<sup>2</sup>

Sin embargo como otras pruebas de la existencia de la mencionada corriente tenemos los manantiales permanentes de Los Ojitos de Agua, Los Pochotes, Loma de sabinos, Texhuitzila, La Pastora y otros de menor importancia, pero que nunca se agotan, todos ellos enclavados en la misma zona

---

<sup>2</sup> IBIDEM pag. 37.

La raza Tlahuica no fue de hábitos guerreros, por eso es que cuando los españoles invadieron estas tierras, no se encontraron registros de hechos que hayan significado el derramamiento de sangre a causa de una guerra. Por ello los conquistadores pudieron adueñarse de las tierras sin ninguna resistencia por parte de los indígenas.

Esta raza indígena se sujetó a la dominación aceptando la religión de los frailes españoles, quienes asignaron a cada una de las cuadrillas con que contaba la población en aquel entonces un santo que debían tener como su patrón. Y que actualmente continúan con el mismo nombre los barrios que componen la ciudad y a quienes año tras año se les celebra su fiesta pagano religiosa. El nombre de los barrios es: Santiago, San Lucas, Santa Cruz, San Agustín, San Juan Bautista, Virgen de la Natividad (Santuario) y San Martín.

No se sabe con precisión la fecha en que se inició la construcción del Templo central en honor a San Martín, pero sí el de su terminación que fue en 1791, por lo cual suponen que pudieron iniciar con su edificación en el último tercio del siglo XVII o a principios del XVIII, en cuyas fechas las cuadrillas diseminadas debieron de estar ya concentradas en una población más céntrica la cual fue fundada con el nombre de San Martín Tixtlan (lugar que produce masa), en memoria del acaudalado español, Martín de Armendáriz. Algunos españoles fijaron su residencia en esta ciudad, quienes junto con los mestizos fueron los que se aprovecharon de los terrenos de la comunidad indígena.

En referencia a lo anterior uno de los españoles que se establecieron aquí fue precisamente Don Martín de Armendáriz, propietario de terrenos que se ubican en el paraje de Ayotzinapa, en donde fundó una hacienda en donde sembraban trigo.

Martín de Armendáriz solicitó al virreinato que las cuadrillas diseminadas en el gran valle se concentraran, solicitud que fue concebida y la concentración de la población se llevó a cabo, acto que no fue del agrado de los indígenas de la cuadrilla del Jazmín, quienes al no aceptar esa disposición se fueron con su santo patrón San Agustín a una planicie que fundaron con el nombre de Petaquillas y que en la actualidad es una localidad anexa a la ciudad de Chilpancingo.

De igual forma con la cuadrilla de la Natividad una parte se fue rumbo a la costa y fundaron su asentamiento con el nombre de Tixtlanzingo, que quiere decir, Tixtla chiquito. Actualmente este lugar es una localidad del municipio de Coyuca de Benítez que se ubica en la costa grande de Guerrero.

El resto de las cuadrillas se concentraron juntas y de esta época data la fundación de Tixtla, que se calcula fue durante el siglo XVII, según los manuscritos de Pedro Taide Astudillo.

Estos aseguran que el mismo Martín de Armendáriz dispuso que la nueva población tuviera como santo patrón al Santo de su nombre, por tanto encargó

hacer la escultura en la ciudad de Roma. Cuando la imagen llegó a México el propio Armendáriz fue por el Santo y a su regreso fue la multitud de gente al encuentro de él y su familia, quien a su llegada obsequió a todos los pobladores regalos.

Es por ello que tradicionalmente año con año el 11 de noviembre en la fiesta de San Martín de Tours, durante un encuentro o desfile en el que participan las danzas tradicionales del municipio, recorriendo la calle principal de la ciudad, en un carro alegórico que se presenta al final, en el cual van niños de diversas edades, vestidos de ángeles y santos, quienes a su vez avientan dulces a lo largo del recorrido, emulando la entrada que realizara en el siglo XVII Martín de Armendáriz y la fundación del pueblo.

Cuando falleció Martín de Armendáriz dejó anotado en su testamento que los terrenos de la hacienda de Ayotzinapa fueran distribuidos entre la gente más pobre de la población, y para llegar a esta disposición se estableció una junta, primero con el párroco de la población y algunos vecinos de notoria honradez; después la formaron el mismo párroco, el juez de primera instancia, el prefecto y el presidente municipal, cuando ya había estos funcionarios por haberse efectuado la erección del estado de Guerrero.

Así permaneció la junta distribuyendo los productos hasta el año de 1870, que siendo Gobernador del Estado Don Francisco O. Arce y presidente de Tixtla, Don Agapito Torreblanca, concedió éste al gobernador Arce que dispusiera de esos productos que los arrendatarios del terreno entregaban en efectivo por importe de arrendamientos, para que fueran invertidos en los gastos que ocasionaba el sostenimiento del Instituto Literario que fundó aquí el gobernante.

Desde entonces ese predio estuvo indebidamente en poder del gobierno del Estado, y cuantas diligencias emprendieron los vecinos y autoridades de Tixtla para recuperar la propiedad, fracasaban por el informe de la Secretaria del mismo gobierno, que maliciosamente mando extraer del Juzgado de Primera Instancia una copia de la disposición del testador que existía en el protocolo.

Otra copia anduvo en manos de las hermanas de la caridad y deseando recuperarla en beneficio de los pobres de la población, así como el predio y sus productos, encomendaron al Lic. Silvano Saavedra esa gestión, entregándole la copia de la cual jamás volvió a saberse su paradero.

Por fin al tiempo de la revolución maderista, el Congreso del Estado a noción del Diputado, Don Laureano Astudillo, decretó la devolución del referido predio<sup>3</sup>

Para el año de 1926 pasó a ser propiedad de la Secretaría de Educación Pública para fundarse allí la Escuela Normal Rural de Ayotzinapa.

<sup>3</sup> IBIDEM pag 45.

Continuando con los orígenes de Tixtla, nadie sabe de su fundación, pero los manuscritos de Pedro Taide dicen que en una de las leyendas que aparece en los manuscritos dice que el lugar fue habitado por individuos de estatura gigante, de acuerdo con el hallazgo de un fémur humano encontrado en los terrenos situados al sur de la población en 1923 y que estuvo exhibiéndose en el Ayuntamiento municipal.

Se cree que esa raza gigante murió con las erupciones volcánicas que cubrieron con lavas el actual barrio de San Agustín.

En la misma época prehispánica el emperador Ilhuicamina ordenó que se fundara en terrenos del Barrio del Fortín un puesto de avanzada que en forma permanente vigilara la incursión de tarascos y mixtecos que venían a estas regiones para robar, más tarde llegaron a establecerse familias aztecas, dada la fertilidad de las tierras quienes formaron el primer indicio de población, al cual le pusieron Teoixtlan, en la que levantaron un adoratorio situado en lo que ahora se llama plazuela de Tlatelolco y en donde estuvo el gran Cuauhtémoc, cuando fue teocatecutli del imperio Azteca.

Se cuenta que la población vio llegar a los conquistadores y fue el capitán Martín el primer encomendero que recibió en premio a sus servicios estas tierras y sus hombres para los trabajos de la minería, a la muerte de este hombre nuevos encomenderos siguieron al frente, sin nada digno de comentar y no es sino a fines del siglo XVIII, cuando se hizo cargo de estas tierras el barón D. Armendáriz quien al darse cuenta de la magnificencia y posibilidades agrícolas del valle, realizó una campaña de convencimiento pacífico y cordial entre los habitantes de los siete poblados indígenas situados sobre las montañas que rodean el Valle y con la valiosa ayuda de los Frailes Agustinos; Juan Francisco, Ignacio Alejandro y Vidal que vinieron en 1782, logró destituir los ídolos que adoraban los aztecas, sustituyéndoles por cruces que colocaron, la primea bajo los ahuehuetes del lugar que ocupa actualmente la iglesia del Santuario y otras en el lugar que ocupa la alberca, esta fue construida en tiempo de los conquistadores, así como también un reloj de piedra y la iglesia parroquial del centro, la cual se terminó de construir en 1791.

Recapitulando la llegada de San Martín de Armendáriz fue con el objeto de repartir las tierras de Atliaca y Mochitlan, continuamente disputadas. Se dice que en el año de 1772 que aquellos que abandonaron sus lugares y que quedaron a la orilla izquierda de la laguna donde se formó la nueva población, anexándose a los grupos que habitaban el Fortín y en el Calvario, tomando el nombre de Tixtla integrado por el barrio de Santiago, antes Tejalcingo; barrio de San Lucas, antes cuadrilla de Cuatepancintla; barrio de Cantarranas, antes cuadrilla de Santra Rosa y el Xilozúchitl; Barrio del Santuario, antes cuadrilla de Xaltepetla.

Los barrios que no obedecieron al señor Armendáriz, fueron la que estaba en Temantla que se fue a radicar a Tecoanapa y Teticatzin y parte de Xaltepetla

se fueron a radicar a Tixtlancingo y la cuadrilla de Ayacatlán y Hahuihuilco que radicaron cerca de lo que es hoy Chilapa.

Durante el siglo XVIII Tixtla recibió una corriente migratoria de raza negra procedente de la costa chica, asentándose en el actual barrio del Santuario y mezclándose con el resto de la población.

En ese entonces se ampliaron las calles principales se construyó el mercado por los señores F. Atilano Alcaraz y Prudencio Campos (1890); se introdujo el agua y se construyeron los principales edificios. El santo fue traído y obsequiado por Martín de Armendáriz, considerado el fundador de la ciudad.

El 9 de agosto de 1782 nació en esta ciudad el gran patriota y consumidor de la independencia de México "Vicente Guerrero Saldaña", quien peleará con otro independentista José María Morelos y Pavón.



MURAL QUE SE ENCUENTRA EN LOS PASILLOS DEL AYUNTAMIENTO MUNICIPAL.

La ciudad de Tixtla ha sido testigo de acontecimientos históricos dignos de mencionar, tales como **La Toma de Tixtla**, por el Generalísimo Morelos, quien explorando el Fortín, dijo aquellas célebres palabras: "A las doce comeremos en Tixtla".

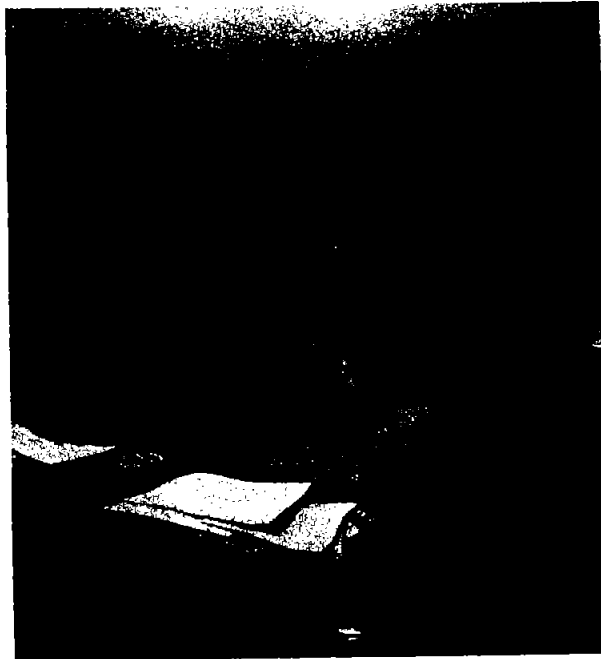
"Se cuenta también que en esta acción, una admirable mujer, Doña Antonia Nava de Catalán, al recibir la noticia de la muerte de uno de sus hijos, lejos de irrupir en llanto, contestó al caudillo diciéndole, "él ha muerto cumpliendo con su deber, aquí le presento a mis tres hijos, dos podrán apagar el fuego del enemigo y el otro recibirá un tambor con el cual redoble el triunfo de nuestra causa"<sup>4</sup>

Tixtla ha sido cuna de varios hombres ilustres como Vicente Guerrero Saldaña, Ignacio Manuel Altamirano, Antonia Nava de Catalán, Vicente Jiménez Bello, y recientemente de los profesores Adolfo Cienfuegos y Camus, Beatriz

<sup>4</sup> IBÍDEM pag 59.



Hernández García, Plácido García Reynoso y Alejandro Sánchez Castro, entre otros.



HOMBRES ILUSTRES DE TIXTLA.

### DECRETO POR EL QUE SE CONSTITUYÓ EL PUEBLO DE TIXTLA EN CIUDAD

Melchor Múzquiz gobernador del Estado Libre y Soberano de México, a sus habitantes sabed: Que por la Secretaría del Congreso del Estado, se me ha dirigido el decreto que sigue: decreto del 17 de septiembre de 1824 sobre se conceda a Tixtla el título de ciudad. El Congreso Constituyente del Estado de México ha decretado lo siguiente: se concede al pueblo de Tixtla el título de Ciudad Guerrero. Lo tendrá entendido el Gobernador del Estado y dispondrá su cumplimiento, haciéndolo imprimir, publicar y circular .- Dado en México a 17 de septiembre de 1824.- José Domingo Lazo de la Vega, Presidente.- Joaquín Villa, Diputado Srio.- Baltazar Pérez, Diputado Srio.- Por tanto mando se imprima, publique y circule y se le dé el debido cumplimiento.- México, septiembre 18 de 1824.- Melchor Múzquiz.- Rubricados.

## **1.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y MEDIO FÍSICO**

El estado de Guerrero se encuentra dividido en seis regiones geoculturales que se distinguen una de la otra, por sus propias condiciones relacionadas con los climas, con el relieve de sus suelos, su gastronomía, su música y su folclor, entre otras peculiaridades que han originado esta división.

Dicha conformación geocultural se encuentra dividida de la siguiente manera; la región norte, integrada por 16 municipios; Tierra Caliente, con 9; Centro, con 10; la Montaña, conformada por 19; Costa grande, con 9 y la Costa Chica con 14, haciendo un total de 77 municipalidades que integran la entidad federativa denominada Guerrero.

El municipio de Tixtla de Guerrero se encuentra dentro de la región centro, se localiza entre los paralelos 17° 20' y 17° 43' de latitud norte, y los 99° 15' y 99° 28' de longitud oeste respecto al meridiano de Greenwich.

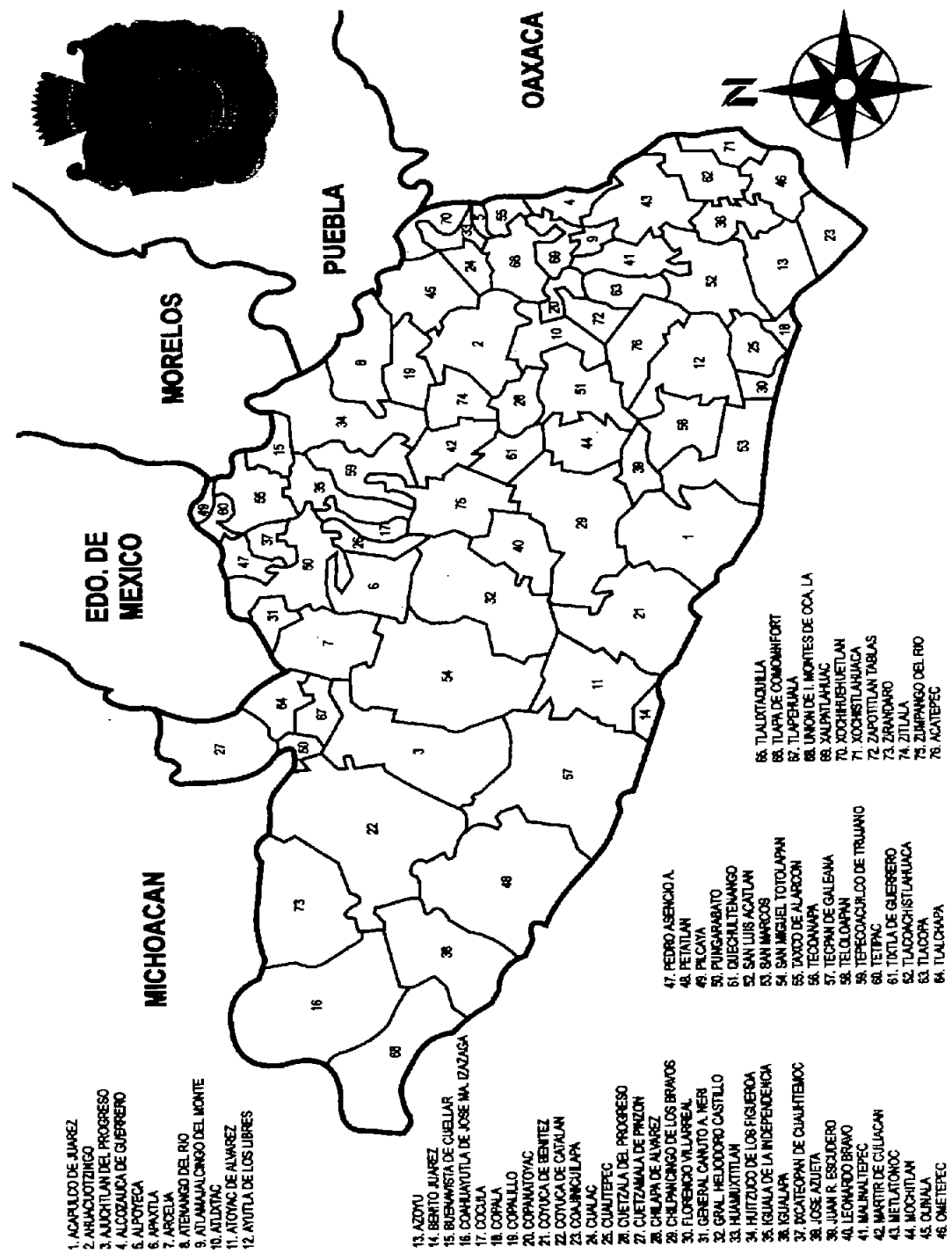
Su relieve forma parte de la Sierra Madre del Sur, en la región que se estrecha en las costas del pacífico y la depresión del Río Balsas en este macizo montañoso, con alturas variables que alcanzan los 2000 mts de altura sobre el nivel del mar. Encontramos dos planicies: una con mas de 8 km<sup>2</sup> que corresponden al valle de Tixtla y la otra situada al norte que corresponde a la comunidad de Atliaca.

La ciudad de Tixtla de Guerrero, se encuentra en una pequeña cuenca cerrada, formada por la combinación de fallas y la disolución de rocas calcáreas, dicha depresión esta llena de aguas y arena arcillosa, debido a que se encuentra en contacto con la caliza de Morelos y la formación Mezcala.

El gran valle de Tixtla se ubica al oriente de Chilpancingo, teniendo una forma geométrica alargada, ligeramente más ancha en la parte sur del mismo y con una orientación noroeste-suroeste. Se encuentra la mayor parte del año inundada debido a las condiciones antes mencionadas

Las colindancias geográficas municipales son: al norte, con el municipio de Mártir de Cuilapan (Apango) y Eduardo Neri (Zumpango); al sur, con los municipios de Chilpancingo y Mochitlan; al este, con los municipios de Chilapa y de Zitlala y al oeste con los municipios de Chilpancingo y Eduardo Neri.

La mayor parte de los límites del municipio son convencionales, sirviendo de lomerios o bien de pequeños manantiales. Solamente con los municipios de Zumpango, Chilapa y Chilpancingo, existen desde siempre algunas mahoneras para determinar la jurisdicción municipal y distrital.



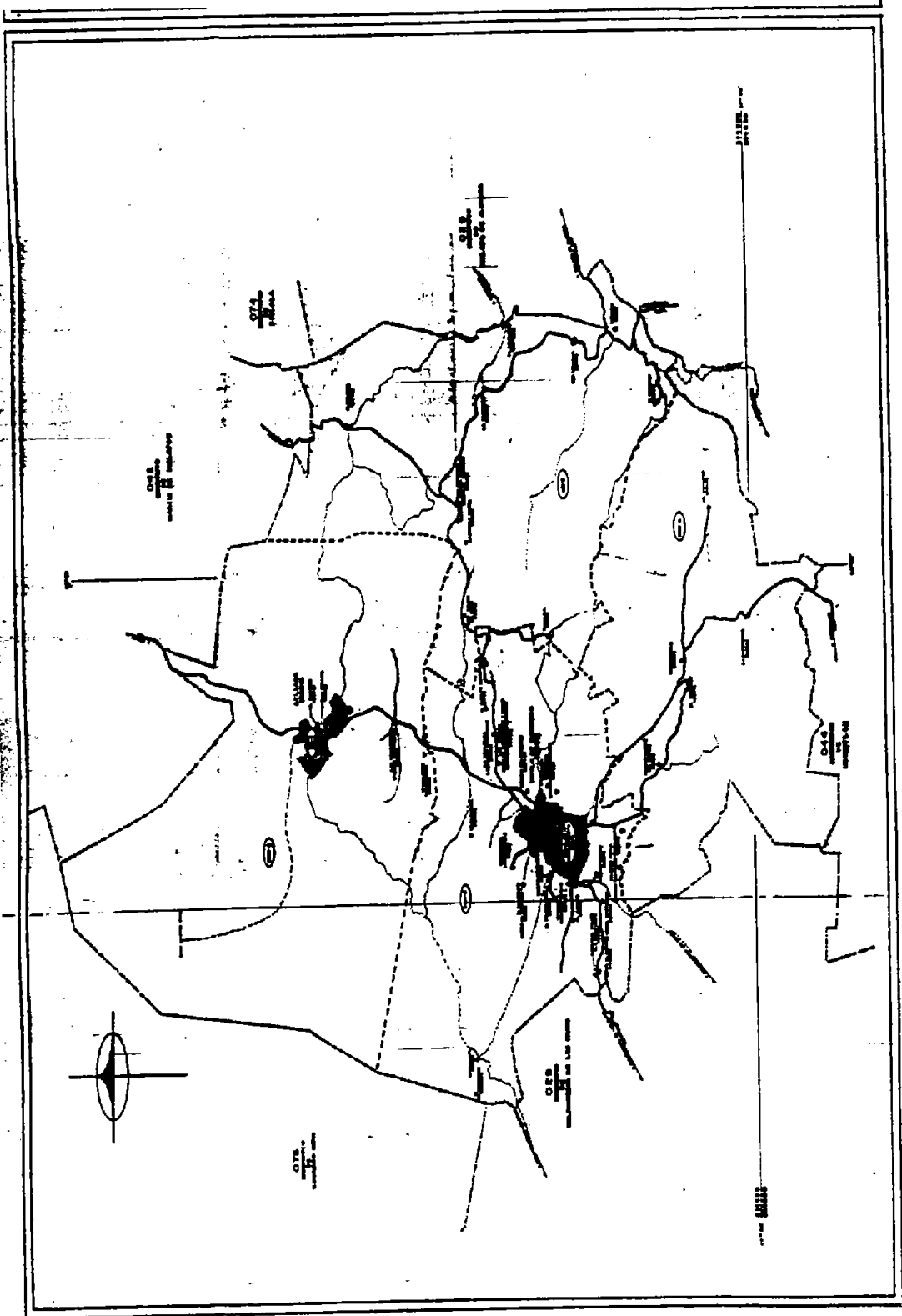
- 1. ACARILCO DE JUAREZ
- 2. ANAQUOTZINGO
- 3. ADOXTUANI DEL PROGRESO
- 4. ALCOZAUCA DE GUERRERO
- 5. ALPUTECA
- 6. APAXTLA
- 7. ARCELA
- 8. ATENANGO DEL RIO
- 9. ATLAMAALCINGO DEL MONTE
- 10. ATLIXTAC
- 11. ATYAC DE ALVAREZ
- 12. AVITLA DE LOS LIBRES

- 13. AZOYU
- 14. BENTO JUAREZ
- 15. BUENAVISTA DE CUELLAR
- 16. COAHUILTUTA DE JOSE M. DIAZACA
- 17. COCULA
- 18. COPALA
- 19. COPALILLO
- 20. COPANATOYAC
- 21. COYUCA DE BENITEZ
- 22. COYUCA DE CATLAN
- 23. COAHUILTILAPA
- 24. CUAJUAC
- 25. CUAUTEREC
- 26. CUETZALA DEL PROGRESO
- 27. CUETZAMA DE PINZON
- 28. CHILAPA DE ALVAREZ
- 29. CHILPANCIAGO DE LOS BRANOS
- 30. FLORENCIO VILLARREAL
- 31. GENERAL CANTUTO A. NERI
- 32. GRAL. HELIODORO CASTILLO
- 33. HUAMANTITLAN
- 34. HUITZILCO DE LOS FIGUEROA
- 35. IGUALA DE LA INDEPENDENCIA
- 36. IGUALA
- 37. IXCATEopan DE CUAUTEMOC
- 38. JOSE AZUETA
- 39. JUAN R. ESCUDERO
- 40. LEONARDO BRAVO
- 41. MALINALTEPEC
- 42. MARTIN DE GILICHAH
- 43. METLATONOC
- 44. MOCHITLAN
- 45. OAJUALA
- 46. OMETEPEC

- 47. PEDRO ASENCIO A.
- 48. PEÑITLAN
- 49. PILCAYA
- 50. PUNGARABATO
- 51. QUIECHULTEMANGO
- 52. SAN LUIS ACATLAN
- 53. SAN MARCOS
- 54. SAN MIGUEL TOTOLAPAN
- 55. TACCO DE ALARCON
- 56. TECOMANPA
- 57. TECPAN DE GALEANA
- 58. TELOLOAPAN
- 59. TEPECOACUILCO DE TRUJANO
- 60. TETIAC
- 61. TETITLA DE GUERRERO
- 62. TLACACHISTLANHUACA
- 63. TLACOPPA
- 64. TLAUSHAPA

- 65. TLAHUACUILLA
- 66. TLAUPA DE COMANFORT
- 67. TLAPEHUALA
- 68. UNION DE LOS MONTES DE OCA LA
- 69. XALPATLANHUAC
- 70. XICHIRIHUIETLAN
- 71. XICHISTLANHUACA
- 72. ZAPOTITLAN TABLAS
- 73. ZARANDIARO
- 74. ZITILUA
- 75. ZUMPANGO DEL RIO
- 76. ZACATEPEC

DIVISION POLITICA DEL EDO. DE GUERRERO



CROQUIS MUNICIPAL

El municipio esta conformado por la cabecera municipal que es la ciudad de Tixtla de Guerrero y las siguientes 17 comunidades: Atliaca, Acatempa, Almolonga, El Troncón, El Potrero, El Ahuejote, El Durazno, Chilacachapa, Plan de Guerrero, Matlalapa, La Estacada, Ojitos de Agua, Omeapa, Zacatzonapa, Los Terreros, Zoquiapa y Tecotzintla .

Tixtla de Guerrero es cabecera del municipio y del distrito judicial de Guerrero, que esta integrada por los municipios de Mártir de Cuilapa (Apango) y Tixtla exclusivamente. También es cabecera del distrito segundo electoral el cual esta integrado por los municipios de Quechultenango y Mártir de Cuilapa.

Ya ubicado el municipio dentro del panorama estatal, la ciudad de Tixtla de Guerrero se sitúa un poco al suroeste, siendo como ya se dijo, un valle cerrado, sin salida de agua, con una altitud de 1460 metros sobre el nivel del mar, cuenta con una superficie de 290 km<sup>2</sup> representando el 2.8 % de la superficie regional y el 0.5 de la superficie estatal.

**Clima.-** El clima en la localidad y en el resto del municipio es de tipo sub-húmedo, semi-cálido, con la particularidad de que en los meses de diciembre y enero se presentan bajas temperaturas, alcanzándose en algunos casos hasta 18° centígrados, la temperatura media anual alcanza los 25° centígrados.

Con respecto a las lluvias, estas se presentan en verano durante los meses de junio a septiembre con un precipitación media anual que oscila entre los 730 y 950 mm.

El comportamiento y dirección de los vientos, en los periodos de primavera, otoño e invierno presentan las siguientes variaciones de sur a este, de sur a oeste, y de este a sur; en verano de sur a norte y de norte a sur; predominando durante el año los que se dirigen de sur a norte.

El área se encuentra localizada en la zona de sismos frecuentes del país, a 40 km al suroeste del foco No. 63, pasando por la falla del pacífico por la ciudad de Chilpancingo, Gro.

"Foco No. 63. Se registró por primera vez en enero de 1902, con una magnitud de 7.7° en la escala de Richter y desde 1927 a la fecha se ha movido 5 veces; se presenta con mucha actividad en el estado de Guerrero"<sup>5</sup>.

"Falla del Pacífico. Siguiendo la línea de la costa chica se inicia al suroeste de la Islas Marías, pasando por la bahía de banderas, en los estados de Nayarit y Jalisco, por Colima y Chilpancingo en el estado de Guerrero, hasta el istmo de Tehuantepec en Oaxaca, presentando en su trazo numerosos focos sísmicos

---

<sup>5</sup> "ANTOLOGIA DE TIXTLA", pag 10.

activos. Esta falla es el origen de los frecuentes movimientos telúricos que se sienten en el estado y particularmente en la ciudad de México<sup>6</sup>.

En ese sentido podemos afirmar que en general el estado de Guerrero presenta una actividad sísmica constante y de consideración, principalmente en las costas, sin embargo eso no significa que en el centro del estado y específicamente en el municipio de Tixtla no se registre sismicidad.

Por ello en la propuesta de trabajo de comunicación social, se plantea un trabajo de difusión e información en coordinación con el área de protección civil municipal y estatal para mantener prevenida a la población y con ello sepan como deberán actuar en este tipo de contingencias. En ese sentido se daría a conocer con oportunidad el Plan Municipal de Protección Civil.

**Hidrografía.** Los recursos hidrológicos municipales, están integrados básicamente por las lagunas de Almolonga, Omeapa, Ojitos de Agua, El Durazno, Zoquiapa y Tixtla: siendo esta última la más importante.

Además en la cabecera municipal se cuenta con la presa "Juan Catalán Berbera", el manantial del Zapote y la presa Jaltipan que sirve como fuente de abastecimiento de agua a la ciudad.

**Orografía.** La orografía de Tixtla presenta tres tipos de relieve, el primero esta integrado en 8 % por zonas accidentadas, el segundo corresponde a las zonas semiplanas que ocupan un 10% de la superficie, y el tercero esta formado por zonas planas que abarcan el 82%. Entre sus elevaciones destacan los cerros de Chilacachapa, Ahuexotitlan, el Durazno y Amoxtepec los cuales alcanzan alturas de 2200 mts sobre el nivel del mar.

**Clasificación del suelo.** Siendo el suelo uno de los recursos no renovables, es de vital importancia su conservación, la mayor parte de la superficie cultivable con que cuenta este municipio corresponde a suelos ligeros y algunas pendientes que día a día son erosionadas por falta de conciencia del productor al realizar prácticas inadecuadas al momento de preparar la tierra.

Se encuentran algunos valles de suelos profundos, como es el caso del valle de Tixtla, Atliaca y Almolonga, la mayor parte de suelos con que se cuenta son de textura arcillo - arenosa, arcillo -limosa, destacando los colores negro, rojizo y café.

Los suelos predominantes son: Chernozem o negro, estepa prairie o pradera con descalcificación y podzol podzólicos. El primero considerado apto para la agricultura y el segundo para la explotación ganadera.

---

<sup>6</sup> IBÍDEM pag 10.

**Flora y Fauna.** La vegetación esta compuesta fundamentalmente por la selva baja caducifolia, el 80% corresponde a praderas y el 20% son llanuras, sobresalen en mínimas proporciones árboles de encino, pino y ayacahuite.

Dentro de la fauna hay especies como el venado, conejo, zorrillo, tlacuache, tejón, víbora de cascabel, armadillos, mapaches y distintas clases de aves.

### 1.3 ELEMENTOS DEL DESARROLLO URBANO

**Estructura urbana.** La conformación de la estructura urbana de Tixtla es de forma reticular asentada en un pequeño valle, con una parte de traza que se extiende por el lado poniente y noroeste de la ciudad, siendo esta zona de variables rangos topográficos, que hacen a la traza urbana irregular y de indefinición de alineamiento continuo de calles, dado a estas características la estructura urbana esta rodeada de lomeríos y estribaciones montañosas .

La ciudad esta integrada por los siguientes barrios: el Fortín, San José, Santiago, San Lucas, Cantarranas, Tlatelolco, Santuario, San Agustín, San Antonio, San Isidro y las colonias Burócratas, Vicente Guerrero 2000, Jardines de Tixtla, Antonia Nava de Catalán, Adolfo López Mateos, Niños Héroes, Vicente Guerrero Saldaña y la Villita, además; se considera dentro de la estructura urbana a los asentamientos humanos dispersos que son, Xichilpa, cerro Texcaltzin, Hotel Rancho, Internado Adolfo Cienfuegos y Camus y el lugar y los alrededores que ocupa la normal Raúl Isidro Burgos de Ayotzinapa.

Cabe destacar que en la zona centro, que es el primer cuadro de la ciudad se tiene la concentración de actividades comerciales y administrativas.



VISTA PANORÁMICA DE LA CIUDAD

**Imagen urbana.** La imagen urbana es el aspecto o impresión visual que presentan las características especiales de la localidad, tomando en cuenta los elementos urbanos, históricos, arquitectónicos, culturales y socioeconómicos.

Con referencia a la imagen urbana de la zona centro y los centros de barrio, se consideran de aspecto agradable, entre los que destacan los edificios religiosos, el lugar que ocupa el palacio municipal, con excepción del mercado municipal, que también se ubica en el primer cuadro de la ciudad y que solo muestra un desorden que existe en sus locales, así como la invasión de puestos de metal semi-fijos que se encuentran en lo que fuera un parque central, el cual además se encuentra en condiciones higiénicas deplorables.

Por su parte, los barrios de la ciudad mantienen una imagen agradable y que va de la mano con las casas que rodean las plazuelas. En cuanto a la tipología de la vivienda, hay casas con muros de adobe con techos de dos aguas de teja que resaltan las construcciones típicas del lugar.

Otro sitio visualmente agradable es la zona agrícola, la cual proporciona a este poblado un hermoso paisaje que armoniza con las casas tradicionales.

**Usos del suelo. Intraurbanos.-** El área urbana que actualmente es ocupada por este centro de población es de 253.31 hectáreas. De las cuales el uso del suelo predominantemente es el habitacional y representa aproximadamente el 76.18% de dicha área urbana, incluidas las vialidades.

El resto de la superficie se reparte de la siguiente manera: en baldíos y áreas verdes se tiene un 9.19%, un 1.55% en áreas ocupadas con equipamiento urbano, en servicios del 10.76% y áreas agrícolas dentro de la mancha urbana en la actualidad se tiene el 2.32.%.

Cabe señalar que dentro de las áreas verdes se contemplan las alamedas y los jardines localizados en los diferentes barrios de la ciudad, de igual forma a los patios con vegetación dentro de las viviendas.

**Extraurbanos.-** El uso del suelo se da en el municipio y en el entorno del área urbana actual, teniendo como principal actividad la agricultura y el pastoreo, por el lado sur de la ciudad se practican las labores agrícolas por el sistema de riego y por el lado oriente junto a la laguna el temporal de siembra es por humedad.

**Tenencia de la tierra.-** El centro de población y su entorno regional tiene dos regímenes de propiedad, siendo estas el régimen ejidal y la pequeña propiedad y de ellas la más predominante es la pequeña propiedad, misma que contempla a toda el área urbana actual, la zona agrícola de temporal y de humedad, así como la zona agrícola de riego.



Las zonas ejidales se localizan al sur de la ciudad y en la zona ocupada por la Escuela Normal Rural de Ayotzinapa (considerándose una porción que queda incluida en la zona agrícola de riego) y en el resto de las comunidades.

**Superficie de predios urbanos.-** Los predios urbanos que comprenden la traza urbana de Tixtla, en su mayoría presentan diversos tamaños, entre ellos se tiene un promedio de 150 y hasta 500 m<sup>2</sup>, esto se debió a que la traza urbana se fue conformando de acuerdo a las necesidades de los primeros pobladores de esta ciudad, quienes no aplicaron ningún método de planificación urbana.

En la actualidad y dentro del crecimiento urbano que ha experimentado la ciudad en décadas, se observa un anarquismo surgido principalmente por el establecimiento de nuevas colonias, las cuales han adoptado como padrón de dimensionamiento predial una superficie de 120 a 200 m<sup>2</sup>. Dicha traza es el resultado de la falta de previsión, control y aplicación de las leyes, normas, técnicas y reglamentos por parte de la autoridad municipal, quien es la institución responsable del descontrol existente y el crecimiento desordenado de la mancha urbana

**Medio ambiente.** En lo que refiere al medio ambiente, debido al crecimiento acelerado y desordenado en los últimos años, la irresponsabilidad, la falta de educación ambiental e ignorancia de la población, han provocado una serie de alteraciones en la estabilidad del medio natural que se traduce de manera concreta en contaminación a las aguas de las barrancas y a los terrenos de usos agrícolas, lo que en consecuencia ha derivado en erosiones del suelo y subsuelo.

Por otra parte la tala inmoderada de árboles y la contaminación del aire por humo y olores desagradables provocados por la descomposición e incineración de la basura en la calle y en los patios de las casas, es otro problema que cada vez se hace mas frecuente y que genera un tipo de contaminación que aparentemente no es de consideración, sin embargo comienza a ser una costumbre entre la población de escasos recursos, que habita en las zonas limítrofes de la ciudad y en donde no tiene ruta el servicio recolector de basura .

Además se agrega la falta de drenaje sanitario, obra anhelada por todos los habitantes de la ciudad y que ha servido de plataforma política para que presidentes municipales inicien y terminen sus administraciones sin poder terminar un proyecto adecuado para las condiciones geográficas de la ciudad, pues el presupuesto destinado por el gobierno estatal para dicha obra fue retenido por el gobierno del Estado, de esta manera no lograron alcanzar las metas trazadas, del alcalde perredista saliente que gobernó durante el periodo que comprendió los años de 1999 al 2002.

Dentro de la vertiente ecológica, el Plan de Desarrollo Municipal (PDM) 2002 – 2005 proyecto que para el 2003 la meta es plantar un millón de árboles en mil

hectáreas. Y el proyecto mediato 2004 – 2005 será plantar dos millones de árboles en dos mil hectáreas.

## **INFRAESTRUCTURA**

**Agua potable.** Tixtla cuenta con una planta de agua potable que se localiza en la parte alta del barrio del Fortín, al poniente de la población: dicha planta ha sido rehabilitada en numerosas ocasiones para distribuir el vital líquido debidamente potabilizado para el consumo de la población.

En la actualidad resulta insuficiente debido a que se proyecta para satisfacer la demanda de 10 mil habitantes, cifra por demás superada a la fecha pues actualmente suman más de 20 mil las personas que habitan la ciudad de Tixtla.

El sistema de abastecimiento de agua potable para la población se alimenta de tres fuentes de captación como son las presas de Jaltipan y dos manantiales identificados como Conexintla y el Mamey.

Las fuentes de captación se localizan al poniente de la ciudad a 1.5 km de la población, el líquido es transportado mediante el sistema de gravedad, mismo que permite el llenado de los dos tanques de almacenamiento; uno se localiza en la colonia Jardines de Tixtla con una capacidad de 140 m<sup>3</sup>. El otro se encuentra en la parte alta del cerro del Fortín, y tiene una capacidad de 600m<sup>3</sup>.

El sistema de agua potable distribuye a 4578 tomas domiciliarias, sin embargo el flujo y la distribución es insuficiente para una población de más de 20 mil habitantes. Este es un severo problema en cuanto a la dotación y distribución de agua, tomando en cuenta algunos datos, se obtuvo un déficit actual y se espera que la demanda en la actualidad supere en gran medida la oferta del vital líquido.

Tixtla se encuentra dentro del rango de los 15 mil a 30 mil habitantes y de acuerdo a su clima templado se considera una dotación de 0.15 m<sup>3</sup> /hab/día = 150 lt/hab/día.

Sin embargo la cifra anterior dista mucho de la realidad actual que impera en la histórica ciudad, ya que hay zonas, principalmente en las partes bajas y alejadas de la urbanidad en donde los domicilios no han sido abastecidos de agua en varios meses y ocasionalmente llega a caer agua en sus llaves, la cual se percibe de muy mala calidad, con un olor fétido y más que agua parece lodo, y para comprobar lo dicho se puede dejar reposando el agua en un recipiente en el cual se puede observar como se asienta en el fondo la tierra que trae consigo durante la distribución del líquido. Esta problemática se presentó durante el trienio 1999 – 2002.

Por lo anterior la administración que actualmente gobierna (2002 – 2005) ha sabido responder al llamado urgente de la población y resolvió parcialmente el problema de la escasez y distribución del vital líquido, mediante un programa de rehabilitación de la red de agua potable y de la planta potabilizadora de agua. Y para las partes en donde el flujo del agua es débil o no llega la presión con fuerza, o para quienes no cuentan con este servicio, se les distribuye agua por medio de pipas.

**Drenaje y alcantarillado.** El drenaje sanitario y el alcantarillado pluvial son los problemas más críticos, severos y urgentes que enfrenta la ciudad y los habitantes de Tixtla, debido a que no se cuenta con este servicio tan indispensable para el saneamiento de la ciudad.

En 1991 se hizo un intento de establecer una red sanitaria que no fue adecuada por la topografía y características físicas del suelo de la ciudad, además de que dicho proyecto estuvo mal drenado y con pendientes inadecuadas en las zonas planas.

Actualmente en algunas casas y dado que la población no cuenta con un sistema de drenaje sanitario, las descargas domiciliarias o sistemas parciales de drenaje de aguas negras, se vierten directamente en las barrancas y en algunos casos en las vialidades, mismas que diariamente permanecen con escurrimientos a la intemperie en casi todos los barrios y colonias de la ciudad, en consecuencia da un mal aspecto y se descubren como focos de infección para la población.

Un ejemplo de lo anterior es que por el lado poniente (parte alta) de la ciudad la mayoría de las vialidades están pavimentadas con concreto hidráulico, estas vialidades al centro de su arroyo tienen un canal de 10 cm de ancho. Mismo que hace intersección con los canales de los domicilios y su función es recolectar las aguas residuales domiciliarias.

Estos desechos se unen con los de las zonas bajas y descargan sobre el lado oriente, directamente a terrenos agrícolas de riego y en la laguna de Tixtla, que ha sido contaminada severamente por las aguas sucias.



CANALETAS DE AGUAS GRISES EN LAS CALLE

La zona centro se encuentra servida en un 90% por un drenaje sin salida o que descarga en la laguna. Y otra zona servida con descargas domiciliarias de drenaje y que se vierte de manera directa en barrancas es de un 20% distribuido en los márgenes de los escurrimientos, las mencionadas descargas generan un alto grado de contaminación ambiental.

Como consecuencia de la falta de un sistema de drenaje sanitario en la ciudad, la población ha adoptado como sistema principal, la construcción de fosas sépticas, con este sistema cuenta aproximadamente un 70% de la población.

Por otra parte, la ciudad presenta otra serie de problemas en el temporal de lluvias, debido a que el nivel freático del agua aumenta y provoca inundaciones, azolves y contaminación por desechos que contienen las fosas sépticas, los cuales afloran a la superficie natural, esto se da principalmente en las zonas bajas.

En las zonas periféricas, lugar que habitan y viven familias de escasos recursos es donde nunca se ha proyectado el servicio de drenaje, por ello al no contar con drenaje u otro servicio sanitario en estas zonas, se genera un grave problema de contaminación ambiental, debido a que los habitantes defecan al aire libre en los patios de sus viviendas, en los terrenos baldíos y en las barrancas.

Estos desechos son transportados por el viento y arrastres pluviales que dañan más el medio ambiente de la ciudad, contaminando los mantos acuíferos y terrenos agrícolas.

Aunado a lo anterior, la ciudad no cuenta con un alcantarillado pluvial, esto provoca que en época de lluvias las calles de terrecería y pavimentadas, sobre todo en la parte alta del sector poniente de la ciudad, se presenten problemas de deslaves, provocando azolves e inundaciones en varios sectores de la traza urbana.

Las inundaciones se generan por el aumento del nivel freático de las aguas del subsuelo y del nivel del agua de la laguna, mismo que no permiten ni facilitan los escurrimientos, ni filtraciones de las aguas; las vialidades que siempre sufren de inundaciones son: José María Morelos y Pavón, Av Insurgentes, Porfirio Díaz, Montes de Oca, David Prospero, Hermenegildo Galena, Avilés Rodríguez, Juan Álvarez, Sor Juana Inés de la Cruz y el lado oriente de la zona agrícola.

Por lo anterior es prioritario brindarle la atención necesaria a la falta de drenaje sanitario y al alcantarillado pluvial para evitar la contaminación ambiental que enfrenta esta ciudad histórica y que con el paso del tiempo seguramente se convertirá en una situación de extrema emergencia sanitaria.

**Vialidad.** Sus vialidades más importantes son, por una parte la carretera federal Chilpancingo –Tlapa, que comunica el centro del estado con la montaña baja y alta de la entidad, la cual cruza la periferia de la ciudad del lado poniente, así como la Av Insurgentes en intersección con la calle Vicente Guerrero Saldaña y Altamirano que cruzan el centro histórico de la ciudad, misma que forman actualmente un corredor vial, comercial y urbano.

En cuanto a calles pavimentadas, actualmente la vialidad que conforma la traza urbana de la ciudad de Tixtla cuenta con cuatro tipos de pavimento, además la de terracería, su clasificación es la siguiente: pavimento asfáltico, pavimento de concreto, pavimento hidráulico, empedrado y adoquinado.

Con pavimento asfáltico se encuentran un 4% del total de las vialidades que conforman la estructura urbana y se tienen en una de las arterias vehiculares más importantes de la ciudad, siendo esta la avenida Insurgentes.

Con pavimento de concreto hidráulico se presenta un 40% de las vialidades de la mancha urbana de la ciudad, entre las más importantes y de mayor afluencia vehicular y peatonal se tienen de los diversos barrios colonias y calles como: Mártir de Cuilapan, Martín de Arméndariz, Juan Montaña, Avilés Rodríguez, Josefa Ortiz de Domínguez, Policarpo González, Lázaro Cárdenas, Hermenegildo Galeana, Ignacio Ramírez, Manuel Negrete y Sor Juana Inés de la Cruz entre muchas otras.

Las vialidades empedradas o adoquinadas representan el 1% de la vialidad urbana y entre ellas se encuentran las calles de: Gerardo Murillo, Martín Pinzón, los accesos de las plazuelas de los barrios, así como el jardín central "Ignacio Manuel Altamirano y el jardín "General Vicente Guerrero".

En lo que se refiere a las calles de terracería se encuentran el 55% de las vialidades de la traza que conforma la ciudad, generalmente son las vialidades que se localizan en los barrios y colonias de la periferia.

**Caminos.** Las vías terrestres de comunicación representan uno de los aspectos mas importantes para el desarrollo de la sociedad y del municipio en todos los

aspectos. El municipio de Tixtla cuenta con 40 km de carreteras pavimentadas y 12.4 km de carreteras revestidas, además de diversos caminos rurales y brechas.

Sin embargo es insuficiente la red carretera que abarca 4 rutas:

Tixtla – Potrero (12 km. de brecha)

Tixtla – Atliaca (10 km. Pavimentados)

Tixtla – Almolonga (10 km de Pavimento y 3 km de brecha)

Tixtla – Durazno (18 km de pavimento y 5 km de brecha), así como varios tramos de camino saca – cosecha.

Con respecto a la ciudad, al sur se encuentra el acceso principal que entronca con la carretera Chilpancingo-Chilapa, que entra con una desviación en la avenida Insurgentes que es el acceso vehicular principal para entrar a la ciudad.

Al norte cuenta con un acceso secundario que permite la entrada a vehículos que circulan por la carretera federal Chilpancingo - Chilapa.

Además la ciudad cuenta con carreteras y caminos rurales con dirección a las diversas comunidades que conforman el municipio. Y como ya se dijo al sur se encuentra la carretera federal que comunica con la ciudad de Chilpancingo y que a su vez comunica con las vías de acceso al puerto de Acapulco y todo el circuito Río Azul y al norte las vialidades que conducen a municipios como Zumpango, Chichihualco y la Ciudad de México.

**Vivienda.** El movimiento demográfico se da principalmente en la cabecera municipal, donde la emigración ha propiciado el asentamiento de núcleos de población irregular (colonias) creando con esto nuevas necesidades de equipamiento urbano y de servicios, la vivienda es uno de ellos y todavía representa una de las muchas carencias que padece la mayoría de la población.

En el medio rural la vivienda se caracteriza por ser rústica, generalmente de adobe o de bajareque sin revocar, techos de palma, láminas de cartón o lámina galvanizada ,piso de tierra en la mayoría.

Cabe hacer mención que la aplicación de programas estatales en coordinación con el Ayuntamiento como lo es "Pisos y Techos", la vivienda rural se ha visto levemente apoyada y mejorada. En el medio urbano la vivienda se ha diversificado en cuanto a los materiales de construcción y a la superficie construida.

En cuanto a datos estadísticos retomados por el Plan de Desarrollo Municipal de la actual administración (2002 – 2005) y estos a su vez consultados en el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) especifican que el total de viviendas es de 7073, de los cuales 7045 corresponden a la vivienda particular y 28 a otros.

En cuanto al material de vivienda de particulares se presenta el siguiente cuadro:

TIPO DE VIVIENDA	NÚMERO DE VIVIENDAS
Techo de material de desecho	18
Techo de lámina de cartón	821
Techo de lámina de asbesto y metal	1519
Techo de palma, tesamil o madera	374
Techo de teja	1446
Techo de losa	2758
Material no especificado	53
<b>TOTAL</b>	<b>7045</b>

PDM 2002-2006

NÚMERO DE CUARTOS	
Vivienda con un solo cuarto	1080
Viviendas con dos cuartos incluyendo la cocina	2179
Viviendas con 2 a 5 cuartos	3786

PDM 2002-2006

De acuerdo al conteo de población y vivienda del 2000, se contabilizó un promedio de 5.2 ocupantes por vivienda.

### EQUIPAMIENTO URBANO

**Salud.** La salud es indispensable para el desarrollo del ser humano, pero sobre todo para el desarrollo de un pueblo. El índice de enfermedades continua siendo elevado, siendo los niños y los ancianos los grupos mas vulnerables, en el que predominan las enfermedades de tipo infeccioso.

En este rubro la ciudad cuenta con una Unidad de Primer Contacto que son los consultorios particulares que suman 15 y que se ubican en diferentes puntos de la localidad.

El municipio cuenta con dos instituciones de gobierno en el sector salud, estas son: el Centro de Salud del S.S.A. y la clínica del I.S.S.S.T.E.

Ambos centros de acuerdo a su equipamiento clínico-quirúrgico, atienden principalmente enfermedades gastrointestinales, infecciones respiratorias y cutáneas, a excepción del Centro de Salud que cuenta con un quirófano en donde

se practican partos, cesáreas y cirugías menores, también cuentan con un laboratorio de rayos X y con 5 consultorios de medicina general para consulta externa.

Los recursos humanos están integrados por 17 médicos generales, 4 especialistas y 25 enfermeras. La cobertura asistencial por habitante es de un médico por cada 2124 habitantes, un especialista por cada 9029, una enfermera por cada 1445 y una cama hospitalaria por cada 4013 habitantes.

En casi todas las comunidades se cuenta con un centro de salud o casa de salud atendidos por técnicos de atención primaria, sin embargo estos enfrentan problemas de suministro de medicamentos, así como la carencia o insuficiencia de instrumental y equipo médico.

Hay dos clínicas particulares una de ellas no cuenta con el equipo suficiente, la segunda se llama "Israel", cuenta con quirófano para cirugías mayores y cuenta con médicos especialistas en gastroenterología, cardiología, ginecología y traumatología. Esta clínica tiene servicio de laboratorio de análisis clínicos además de contar con equipo para electrocardiogramas y ultrasonidos.

**Educación.** En Tixtla la educación comprende desde el nivel preescolar hasta el superior, sin embargo, se advierte una población con un alto índice de analfabetismo originado por las tradiciones culturales y la visión de los padres de familia con el objeto de ver a sus hijos como fuerza laboral, evitando con ello que sus hijos asistan a las aulas a educarse.

Tixtla posee una larga tradición en el sector educativo, aquí se encuentra el origen de lo que es hoy la Universidad Autónoma de Guerrero, pues su antecedente inicial fue el Instituto Literario del Estado, que nació con la primera Constitución Política del Estado expedida en esta ciudad el 26 de junio de 1851, por iniciativa del Gral. Juan Álvarez, primer Gobernador del Estado de Guerrero.

Debe mencionarse el valor histórico y cultural que representó el hecho de que "El 16 de septiembre de 1869 se inauguró el Instituto Literario, su primer director fue el Profr. Francisco Granados Maldonado. Este acontecimiento coincidió con el lanzamiento del semanario "El renacimiento", de Don Ignacio Manuel Altamirano".<sup>7</sup>

En cuanto a datos estadísticos los servicios educativos se ofrecen a través de 86 escuelas, a las que asisten cerca de 28 mil 760 alumnos en todos los niveles educativos.

En esta ciudad existen un total de 10 jardines de niños, localizados en diversos puntos de la estructura urbana, que en su conjunto cuenta con 48 aulas: en este nivel se agregan 18 jardines más que se ubican en las diferentes

---

<sup>7</sup> PDM 2002-2005. pag. 23



comunidades del municipio, de los cuales tres se consideran en el sistema de educación indígena y que suman un total de 7095 alumnos en este nivel.

En lo que refiere a escuelas de nivel primaria, la ciudad cuenta con 10 planteles, incluyendo el internado de educación primaria "Adolfo Cienfuegos y Camus"; de estas instituciones la escuela primaria federal "Ignacio Manuel Altamirano" labora en tres turnos; la primaria "José María Morelos y Pavón" labora dos turnos; la escuela "Alberto González Valle" funciona en los dos turnos: "Rodolfo A. "Bonilla" y la escuela "Benito Juárez" con un turno.

Con relación a este nivel educativo actualmente, se contabilizó un total de 80 aulas, considerando las instalaciones educativas antes mencionadas, que son utilizadas en dos turnos y las instituciones ocupadas en un turno. Además se agregan las escuelas en las comunidades que suman otras 22 instituciones que en conjunto suman 11 376 alumnos. En este mismo nivel hay dos escuelas de educación indígena con una matrícula de 302 alumnos atendidos por 16 maestros.

En lo que respecta a escuelas de capacitación para el trabajo la ciudad cuenta con escuelas de computación, el Instituto Comercial Tixtla que imparte corte y confección, además la Academia Comercial Guerrero con especialidades de taquimecanografía, mecanografía y contabilidad. Su matrícula total es de 336 alumnos por ciclo escolar en promedio.

La ciudad cuenta con un centro múltiple psicopedagógico de educación especial denominado "Ignacio Manuel Altamirano", el cual atiende problemas de deficiencias mentales, lenguaje, neuromotoras, psicopedagógicas y de audición, atiende a un total de 56 alumnos en instalaciones propias.

En escuelas secundarias hay en la ciudad 4 instituciones, tres laboran en el turno matutino y una es para trabajadores en el turno nocturno, en lo que se refiere a las comunidades dos de ellas cuentan con secundarias federales y el resto mantienen el servicio de Telesecundaria y que en suma se atiende a una población escolar de 5821 alumnos.

En el nivel medio superior la ciudad cuenta con una escuela Preparatoria, adscrita a la Universidad Autónoma de Guerrero, labora en los turnos matutino y vespertino. Además esta el colegio de Bachilleres y el Conalep Tixtla que en total atienden a 3684 alumnos.

En el nivel superior y profesional se cuenta con la escuela Normal Rural de Ayotzinapa, "Raúl Isidro Burgos" esta institución atiende a jóvenes de todas las regiones del estado y comprende dos tipos de servicios, externos y de internado, actualmente cuenta con 15 aulas, dormitorios, biblioteca, auditorio y canchas deportivas, atiende a 447 alumnos.

Con sede en la ciudad de Tixtla se encuentra la Escuela Superior de Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Guerrero, fundada en el año

2000, ahí se imparte la licenciatura en Ciencias Sociales, cuenta con un población escolar de 40 alumnos.

También está la Normal y Escuela Superior de Especialidades Pedagógicas "Ignacio Manuel Altamirano", esta institución es un servicio de la iniciativa privada y atiende a una población escolar de 225 alumnos.

Referente a lo anterior y en base a estadísticas oficiales del ciclo escolar 2002 – 2003 se tuvieron los siguientes índices de reprobación y aprobación en todos los niveles educativos:

NIVEL	IND. de REPROBACIÓN	IND. DE APROBACIÓN
PRIMARIA	7.8 %	92.2 %
SECUNDARIA	5.7 %	94.3 %
MEDIO TERMINAL TEC.	14 %	86 %
CAP. PARA EL TRABAJO	17.8 %	82.2 %
EDUC. NORMAL	2.7 %	97.3 %

PDM 2002-2006

A pesar de que en la cabecera municipal se cuenta con todos los niveles escolares, además de los esfuerzos por parte de los tres niveles de gobierno y de la disponibilidad de la infraestructura educativa, el 25.1% de la población mayor de 15 años es analfabeta, de la cual el 61.5% son mujeres.

Al respecto el gobierno estatal en uno de sus esfuerzos por abatir el analfabetismo ha implementado una cruzada estatal de alfabetización denominada "Ignacio Manuel Altamirano", que pusieron en marcha en coordinación con los ayuntamientos y el sector educativo, dicho programa no ha reflejado los resultados que se esperaban. De igual forma los programas de alfabetización SEDENA-SEP-INEA ha corrido con el mismo indicador, sin tener un resultado sustantivo en su labor.

**Comercialización y abastos.** En el municipio el comercio constituye una de las actividades mas importantes para el desarrollo económico, pues genera empleos y evita la emigración, se cuenta con un padrón de 1250 comerciantes y representa el 11.29 % de la población que se dedica a esta actividad.

Existe un mercado permanente de 310 locales fijos y 110 semifijos los cuales se encuentran instalados en las zonas aledañas al mercado municipal, invadiendo la calle Independencia, así como el jardín central y el acceso a un jardín de niños; este tianguis por falta de espacio y ordenamiento de los locales presenta una imagen urbana desagradable para el centro histórico de la ciudad, por lo que es conveniente su reubicación a una zona adecuada para su óptimo funcionamiento.

El mercado municipal tiene una superficie total de 4025 m<sup>2</sup> construidos; las condiciones del inmueble, tanto de los locales que la integran como de los accesos de circulación son pésimos, disfuncionales y antihigiénicos, debido a que los accesos de circulación no reúnen las condiciones mínimas de servicios, aunado a los que se encuentran invadidos de puestos ambulantes.



INVASIÓN DE PUESTOS A LOS JARDINES DEL PARQUE CENTRAL.

Además se encuentran los locales mal distribuidos lo que provoca deficiencia en el sistema de limpieza y drenado de aguas grises. El mercado es carente de ventilación e iluminación natural y con respecto a la forma y volumen del edificio no representa los requerimientos y la tipología de un mercado.

Por todo lo anterior se considera que da una mala imagen al centro histórico ya que no cuenta con estacionamiento y una zona de carga y descarga de mercancía lo que dificulta el tránsito en esa zona durante las horas de mayor afluencia vehicular.

Este mercado atiende a la población de todo el municipio, por ello recomiendan la reubicación de este a la zona norte de la ciudad, en un proyecto que no ha podido concretizarse por la falta de recursos, de proyectos viables y por la terquedad de los comerciantes de no querer desocupar el centro de la ciudad.

Además en el medio urbano existen 4 tiendas de autoservicio. En el medio rural hay mercados permanentes en las localidades de Atliaca y Almolonga.

La mayor parte del comercio se abastece de productos y bienes de consumo procedentes de la capital de la República.

En síntesis Tixtla carece de centrales de abasto que concentren los productos provenientes de diferentes centros de producción, que después surtirían a comerciantes detallistas y estos a su vez los harían llegar al consumidor final.

## SERVICIOS PÚBLICOS

Los elementos que ponen en funcionamiento la gran actividad diaria de la vida urbana de la ciudad son los servicios de infraestructura, los cuales hacen que los habitantes se beneficien mutua y equitativamente para satisfacer sus necesidades.

El equipamiento urbano son los espacios construidos, estos pueden ser adecuados o acondicionados para la realización de las diferentes actividades de la población, considerándose como un factor de suma importancia para el bienestar de los habitantes y como apoyo a la integración de la planeación urbana y del desarrollo, económico, social, cultural y político de este centro de población.

En Tixtla el equipamiento urbano no está distribuido equitativamente debido a que la mayor parte de los servicios están concentrados en la zona centro como son: comercios, talleres mecánicos y oficinas de administración municipal, estatal y federal.

Como resultado del análisis de cada uno de los elementos de equipamiento urbano se observó lo siguiente:

**Alumbrado público.** Con respecto a este servicio se considera cubierta la demanda total, presentando actualmente una deficiencia en el funcionamiento adecuado, ya que el 85% se encuentra funcionando en buenas condiciones y el 15% restante se encuentra en malas condiciones debido a que la red carece del mantenimiento requerido, así mismo otro problema de este servicio en algunos sectores de la ciudad, sobre todo en la zona periférica es con relación a la falta de alumbrado público de un importante número de vialidades, lo cual además representa inseguridad para la población.

En lo que respecta a las comunidades de la jurisdicción municipal en conjunto con la cabecera municipal según el Plan de Desarrollo Municipal del trienio que concluyó (1999-2002) cubre una totalidad de 92% en el servicio de alumbrado público.

**Limpia.** El basurero municipal de la ciudad se considera un relleno sanitario, dicha obra se llevó a cabo con recursos federales a través del programa Solidaridad durante el periodo presidencial de Carlos Salinas de Gortari. Se ubica a 3.5 km al noroeste de la ciudad sobre la carretera que conduce al municipio de Chilapa, cuenta con un terreno de 3390 m<sup>2</sup>.

El Ayuntamiento cuenta con una flotilla de volteos y camionetas que integran el sistema recolector de basura, estos cubren diferentes rutas a lo largo del territorio de la ciudad y la comunidad de Atliaca. A ello se agregan algunas personas que se dedican a tirar basura en carritos, carretillas y triciclos, que ven en esta actividad su fuente de ingresos y supervivencia.

**Cementerios.** La ciudad de Tixtla cuenta con dos cementerios, a uno se le denomina el Campo Santo, ubicado en la calle conocida por el mismo nombre y del cual según las autoridades municipales esta saturado. El otro es el de la Villa y se encuentra en la misma situación que en el anterior, por lo que sería conveniente la adquirir otro predio para cubrir con este servicio a la población

**Gasolinera.** Cuenta con una estación de Gasolina, esta conformada por dos bombas de gasolina y una de diesel. Dicha estación se ubica sobre la Av. Insurgentes, justo a la entrada principal a la ciudad, quedando de paso para los vehículos que transitan sobre la carretera federal Chilpancingo – Chilapa, se sitúa en un terreno de 1400 m<sup>2</sup>

**Transporte público.** No hay una estación de servicio de transporte foráneo, debido a que la ciudad de Chilpancingo se encuentra a una distancia de 14 km, a unos 20 minutos de Tixtla, por lo que se ha desarrollado un sistema de microbuses y taxis colectivos con destino a la capital.

Además hay servicio a casi todas las comunidades del municipio, Atliaca y Almolonga, son las más grandes y es en donde el servicio es más continuo, en las otras localidades, las camionetas tienen un horario fijo de salida y dan generalmente uno o dos viajes al día.

Con respecto al servicio de taxi colectivo, el sitio "Vicente Guerrero" contaba con 55 unidades con capacidad para 5 pasajeros, pero recientemente implementaron el servicio de Urvan con capacidad para 14 pasajeros, unidades que sustituyeron a los taxis, por lo que ahora el servicio es más eficaz y continuo, pero sobre todo satisfacen la demanda, es lo que los concesionarios llaman la modernización del transporte público.



MODERNIZACIÓN DEL TRANSPORTE PÚBLICO

Actualmente ocupan como sitio la calle central "Igualdad", osea que no cuentan con cajones de abordaje propios y con ello se presentan algunos problemas de tránsito. Estas mismas unidades dan servicio de taxi local.

Además esta el servicio de autotransportes "Águilas Doradas" que son autobuses o minibuses con destino a la ciudad de Chilpancingo y al municipio de Chilapa, sus salidas mantienen intervalos de diez minutos para el primer destino y media hora para el segundo. Cuentan con 20 unidades.

Esta misma línea de transporte esta implementando un servicio denominado express, a la ciudad de Chilpancingo, que son unidades de la marca Chevrolet modelo Express, con una capacidad para 11 pasajeros, cuentan con aire acondicionado y tienen como política de trabajo, ser una opción de transporte más cómoda y al mismo precio, además de dinamizar el transporte público con destino a la capital guerrerense.

El precio del pasaje es de nueve pesos con cincuenta centavos (\$9. 50) a la ciudad capital y de 13 pesos a la ciudad de Chilapa. Hay que destacar que las comunidades del municipio de Tixtla que se encuentran a bordo de la carretera federal en el tramo Chilpancingo- Chilapa, se ven beneficiadas en cuanto al servicio de transporte público.

**Comunicaciones** El municipio cuenta con el servicio de una agencia de correos del servicio postal mexicano, se ubica dentro de las instalaciones del auditorio municipal.

También se cuenta con el servicio Telegráfico a cargo de la Secretaria de Comunicaciones y Transportes.

Además hay un gran número de casetas telefónicas y teléfonos públicos que cubre provisionalmente la demanda por falta de líneas telefónicas de parte de la empresa Teléfonos de México (TELMEX), que son mas de 1300 líneas.

Cabe destacar que el servicio de telefonía celular encontró un mercado favorable en esta población y se mantiene como un servicio opcional pero inaccesible para las clases populares de la población por el costo que representa su uso.

También es preciso mencionar que hay una radiodifusora, la XEPI "La Consentida" que radia en amplitud modulada por la frecuencia 15.80. Y dos televisoras locales, una que es repetidora de la señal de canal once del Instituto Politécnico Nacional y la otra que repite la señal del canal nueve de Televisa.

Ambas han mantenido transmisiones intermitentes con programas de su propia producción, quizá la empresa más exitosa y que se esfuerza más por mantener este medio de comunicación en la localidad es la que pertenece al Ing. Rogelio Nava Peralta (repetidora de canal once, antes azteca trece) y su familia

que llevan operando por más de una década, transmitiendo eventos de trascendencia local y produciendo programas y algunos noticieros. También trabajan un poco la publicidad, difunden y producen comerciales a diferentes establecimientos de la ciudad.

De igual forma han estado trabajando mediante convenios de colaboración con las pasadas administraciones municipales, produciéndoles programas y spots.

**Seguridad pública.** La seguridad pública, así como la procuración e impartición de justicia se entiende como la función que le corresponde exclusivamente al Estado, teniendo como misión salvaguardar la integridad y derechos de las personas, así como preservar la paz social y el orden público.

Esta función pública constituye una obligación del Estado por mandato constitucional que reviste singular importancia en cuanto a la obligación del Municipio de coordinarse con la Federación, el Estado y demás municipios para que bajo los principios de legalidad eficiente, profesionalismo y honradez, establezca las condiciones necesarias de seguridad para los habitantes del municipio de Tixtla que conlleven a la protección de su integridad física y patrimonial.

La formación policial ha carecido de planes, programas integrales, técnicas y recursos adecuados que propicien una preparación profesional y eficaz, capaz de generar mejores actitudes de servicio.

Las consecuencias del delito son múltiples y entre las que destacan son: la crisis económica, la concentración urbana, las deficiencias en los programas y mecanismos de prevención del delito, la falta de equipo de los policías y el bajo número de elementos que integran la corporación.

Los cuerpos de seguridad pública destacamentados en el municipio son tres: policía preventiva municipal, policía preventiva estatal y la judicial del estado.

Además se cuenta con un centro de readaptación social (CERESO), la cárcel municipal (barandilla), el juzgado mixto del fuero común y las oficinas del Ministerio Público.

Al respecto, la dirección de seguridad pública municipal informó que los delitos calificados con mayor incidencia son el abigeato, robo a personas y casas habitación y peleas callejeras.

#### 1.4 ASPECTO ECONÓMICO, SOCIAL Y CULTURAL

**Población total del municipio.** El municipio de Tixtla de Guerrero, Gro; tiene una población total de: 46 503 habitantes distribuidas en 17 comunidades, además de la cabecera municipal, para ello se proporciona la siguiente estadística:

COMUNIDAD	NÚMERO DE HABITANTES		TOTAL
	HOMBRES	MUJERES	
<b>TIXTLA</b> <small>(cabecera municipal)</small>	16 041	17 519	33 620
<b>AHUEJOTE</b>	143	148	291
<b>ALMOLONGA</b>	640	659	1 249
<b>ATLIACA Y ACATEMPA</b>	3 162	3 274	6 436
<b>CHILACACHAPA</b>	143	162	305
<b>DURAZNO</b>	289	312	601
<b>ESTACADA</b>	99	94	193
<b>MATLALAPA</b>	31	28	59
<b>OJITOS DE AGUA</b>	83	89	172
<b>OMEAPA</b>	186	183	369
<b>PLAN DE GRO.</b>	152	161	313
<b>POTRERO</b>	166	187	353
<b>TRONCÓN</b>	237	234	471
<b>ZACATZONAPA</b>	386	402	788
<b>ZOQUIAPA</b>	487	659	1 146
<b>TECOTZINTLA</b>	18	12	30
<b>TERREROS</b>	26	31	57
<b>TOTAL</b>	<b>22 289</b>	<b>24 214</b>	<b>46 503</b>

PDM 2002-2005



**Estructura de la población por edad.** El municipio de Tixtla de Guerrero, Gro, esta estructurado poblacionalmente como a continuación se describe:

EDAD	N° DE HAB.
0 – 14 AÑOS	15 557
15 – 64 AÑOS	22 781
MAYORES DE 65 AÑOS	6 056
NO ESPECIFICADO	2 109
<b>TOTAL</b>	<b>46 503</b>

PDM 2002-2006

**Población urbana y rural.** Las comunidades con menos de 2500 habitantes son: Ahuejote, Almolonga, Chilacachapa, Durazno, Estacada, Matlalapa, Ojitos de Agua, Omeapa, Plan de Gro, Potrero, Troncón, Zacatzonapa, Zoquiapa, Tecotzintla, Terreros, representan el 7. 33% de la población.

Como ya se señaló anteriormente Atliaca en suma con Acatempa, Almolonga, Zoquiapa, Durazno cuentan con el 20. 38 % de la población.

Tixtla con 33 620 habitantes representa el 72. 29% y su tendencia de urbanización es en la parte norte, noreste y sureste de la ciudad ya que los otros puntos tienen limitaciones naturales como son los cerros que rodean la ciudad y la laguna que se encuentra a un lado de la misma.

La densidad de la población municipal de Tixtla es de 160. 35 habitantes por km<sup>2</sup>.

Tixtla cuenta con una tasa de fecundidad de 2.7 % que según información del PDM, se registró un mayor número de nacimientos en el último censo, (año 2000) con 1243 anuales.

El crecimiento natural de la población en cuanto al número de nacimientos menos las defunciones observadas en el municipio en este último año de análisis es 1082 nacimientos por año.

El ritmo en que crece la población en el municipio por cada 100 habitantes es de 1.02%.

En la década de los 80s la población municipal creció a una tasa media anual del 1.19 % y en el lapso de 1990 a 1995 creció a una tasa constante del 2.7 % y para el año 2000 la tasa de crecimiento fue del 2.19%.

El índice de masculinidad se refiere al número de hombres por cada 100 habitantes es de 49 hombres y 51 mujeres y la edad promedio es de 15 a 24 años de edad.

El índice de mortalidad en esta localidad según cifras de la administración municipal es de 0.23%, el cual se considera bajo, debido a que los decesos son pocos y a que se deben principalmente a enfermedades, y las causas provienen generalmente por la falta de higiene y a la insalubridad que presenta la población a falta de un drenaje sanitario.

Con respecto al índice de natalidad se contempla un 2.57% de nacimientos anuales, lo que representa un incremento notable en la población.

**Población económicamente activa.-** Según datos del Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), se comprende dentro de esta categoría a la población mayor de 12 años que ejercen o ejercieron alguna ocupación en la producción de bienes y servicios, remunerada en dinero o especie.

El índice de dependencia corresponde al número de personas de 0 a 11 años y de 65 años o mas que dependen económicamente de las personas en edad productiva suman cerca de 12 000 personas.

**Ocupación de la población.** Sector primario: Presenta en 57.59% del total de los habitantes y tienen como principal actividad la agricultura de riego, por humedad y de temporal en la que se siembra maíz, jitomate, frijol y toda clase de hortalizas. En este sector la ganadería también es una actividad importante, generalmente ubicada en establos caseros, y se cría ganado, vacuno, equino, porcino y caprino.

También se crían otras especies menores como son las aves de engorda a baja escala para el consumo propio de la población, producidas en granjas pequeñas y en los domicilios.

Sector secundario: Representa el 26.56% de la población, predominando la actividad de la construcción, la pequeña industria como es la carpintería, herrería, balconería, tabiquerías, tenería (artículos de piel), plantas mezcaleras y plantas envasadoras de agua purificada.

Sector terciario: Este sector representa el 15.59% de la población y en él destacan las actividades enfocadas al intercambio comercial, así como a los burócratas y prestadores de servicios de las administraciones municipal, estatal y federal, en los sectores de salud, educación y transporte.

Referente al 38.87% restante que se encuentran desempleados, están considerados la población estudiantil y los menores de doce años. Por lo tanto según el PDM (1999-2002) especificó que de acuerdo al nivel de ingresos, el 18.7% de la población ocupada no recibe ingresos, el 13.3% recibe menos de un salario mínimo, el 39.8% recibe de uno a dos salarios mínimos y el 7.7% recibe tres o más salarios mínimos.

En el aspecto social en el municipio residen más de 40 mil habitantes, concentrándose el 70% de la población en la cabecera municipal. En Atliaca, Almolonga, Zoquiapa y el Durazno reside el 28.6% y en las localidades menores de 100 habitantes se establecen el 1.4% de la población. De acuerdo a los movimientos migratorios registrados en fecha reciente, el municipio presentó una categoría migratoria de expulsión.

La ciudad de Tixtla ha tenido un ritmo de crecimiento poblacional moderado, así tenemos que en 1950 contaba con una población de 7105 habitantes, diez años después se tenía una tasa de crecimiento del 1.8% que significa una población de 8500 habitantes, en 1970 se tenía una población de 10334 hab; en 1980 se incrementó a 12597, para 1990 crece a 17 079 hab y en 1995 son 19 544 hab, hasta los más de 46 mil en la actualidad.

La población es predominantemente joven, el 49.7 % es menor de 20 años; el grupo de 0 - 4 años representa el 1.8% y el grupo de 5 - 14 años es del 27%.

La población en edad activa 12 - 64 años representa el 62.4 % del total.

**Población indígena.** El 20% de la población de 5 años y más, hablan la lengua indígena, que corresponde a 6 mil personas, siendo el náhuatl la lengua predominante. "De acuerdo al porcentaje de hablantes de la lengua indígena, las localidades de Acatempa y Atliaca se clasifican como predominantemente indígenas. Y Zoquiapa, el Potrero y Chilacachapa se clasifican como indígenas dispersos"<sup>8</sup>

**Grado de marginación.** El índice y grado de marginación del municipio es de menos de 0.387 y media respectivamente, dicha clasificación ubica al municipio en el lugar 65 dentro del contexto estatal, y el 1533 en el nacional. Su nivel de bienestar es 5, ubicándose dos niveles abajo con relación a los municipios con mayor nivel de bienestar.

**Migración.-** Los movimientos migratorios se dan principalmente a la ciudad de México, Chilpancingo, Iguala, Acapulco y Cuernavaca. Originados principalmente por las escasas fuentes de trabajo.

---

<sup>8</sup> IBÍDEM pag 15.

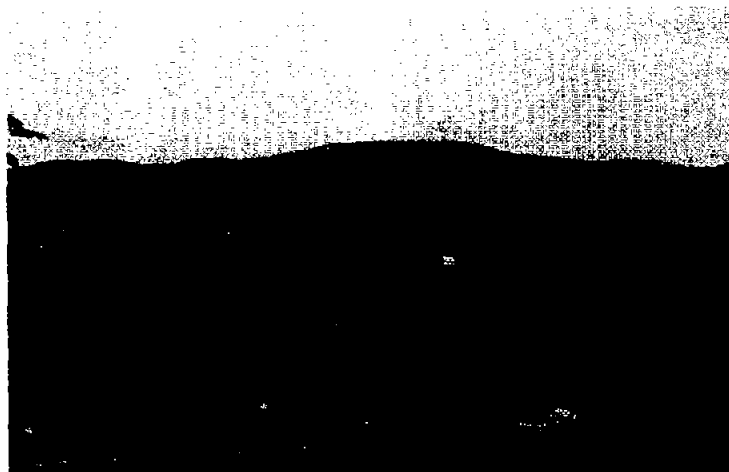
Existe un fenómeno singular de migración el cual se debe a que una parte de los habitantes que son burócratas en la ciudad capital, a la que también recurre gran parte de la población que cursan sus estudios del nivel medio superior y superior; esta población migrante una vez cumplidas sus labores retornan diariamente a la localidad.

Caso contrario la emigración los movimientos es originada principalmente por estudiantes provenientes de otros municipios que cursan su preparación magisterial en la Escuela Normal Rural, "Raúl Isidro Burgos" de Ayotzinapa. De igual forma se considera otro movimiento migratorio campo-ciudad, originada también por estudiantes o personas de las comunidades que intentan buscar en la cabecera municipal un mejor nivel de vida en actividades comerciales de productos agrícolas.

Por todo lo anterior se concibe al municipio de Tixtla, como afirma Alicia Ziccardi en su trabajo que realizó en la serie de cuadernos de debate denominada "Agenda de la Reforma Municipal en México", con el grado de municipio urbano por que se caracteriza por las principales actividades económicas que se realizan en su territorio como son las industriales, comerciales y de servicios.

**Agricultura.** Las labores agrícolas que se practican en el municipio se llevan a cabo en su mayoría bajo técnicas tradicionales y bajo los sistemas de riego y temporal, predominando mayoritariamente este último.

Los cultivos alimenticios que se siembran en estas tierras que son: jitomate, rábano, col, lechuga, calabacitas, cebolla, frijol, chile, sorgo y algunas especies de flores.



ZONA DE SIEMBRA POR RIEGO

**Ganadería.** El municipio existen especies pecuarias de ganado mayor como son: el ganado bovino; cebú, criollo y cruce de cebú con suizo. En cuanto a ganado menor destacan: el porcino, ovino, caprino y el equino.

El inventario ganadero en el año 2002 estaba conformado por 12 mil cabezas de bovino, 14 mil de porcino, 500 ovinos y 8000 caprinos. La producción de carne en canal fue de 808 toneladas de las cuales 331 correspondieron a porcinos, 295 a bovinos y el resto de la carne a los demás tipos de ganado.

La ganadería municipal se enfrenta a problemas tales como: insuficiente infraestructura pecuaria, baja calidad genética de los hatos, baja producción, desorganización de los productores y falta de apoyo crediticio para la implementación de proyectos en este sector.

**Industria.** El municipio de Tixtla carece de una estructura industrial significativa, sus principales procesos productivos industriales están dados por: panaderías, molinos de nixtamal, herrerías, talabarterías, carpinterías, fábricas de tabique, talleres de costura, fábricas de mezcal, huaracherías y tortillerías.

Se producen algunas artesanías de madera, carrizo y palma; objetos de barro, como ollas, tinajas, macetas y comales. Según el INEGI existen en el municipio 187 unidades manufactureras con un personal de 296 trabajadores.

Dichas actividades se llevan a cabo en condiciones de bajo desarrollo tecnológico, lo cual desencadena una baja productividad por el escaso apoyo financiero por parte de las autoridades gubernamentales ante las carencias de este incipiente sector industrial.

**Turismo.** Tixtla goza de atractivos culturales, históricos y religiosos, dentro de los espacios históricos - culturales se encuentran la casa museo "Ignacio Manuel Altamirano", las obras murales que se encuentran al interior del Ayuntamiento, la cuna del Gral. Vicente Guerrero Saldaña, el jardín del arte o Rotonda de los Hombres Ilustres, el monumento a Morelos y las ruinas prehispánicas "Los Tepoltzin".

En el aspecto religioso se encuentra la catedral de la Virgen de la Natividad ubicada en el barrio del Santuario y la catedral de San Martín de Tours ubicada en el centro de la ciudad, además de las capillas de los barrios restantes que conforman la ciudad y las festividades religiosas de Ostotempa y Pacho.

Entre los atractivos naturales esta el balneario Teoixtla, la laguna negra, y la presa del Molino "Juan Catalan Bervera" y la presa "Resumbadora" además de la belleza natural del valle y los paisajes de sus alrededores que junto con el clima templado hacen de Tixtla una opción turística en la que los gobiernos municipal, estatal y federal deberían poner mayor atención.



BALNEARIO MUNICIPAL

**Comercio.** La actividad comercial se desarrolla principalmente en la cabecera municipal en donde se encuentra el mercado central, además hay varias tiendas de autoservicio, abarrotes, ropa, zapaterías, ferreterías, mueblerías, farmacias, videoclubes, pastelerías, restaurantes, fondas, torterías, pizzerías, discoteques y salones de fiestas.

**Cultura educativa.** Este centro de población cuenta con una biblioteca pública, la cual brinda servicio a la población escolar de la ciudad y sus comunidades.

Tiene un acervo cultural de 6500 libros que comprende desde el nivel preescolar, primaria y secundaria, atendiendo en promedio a 285 usuarios al día.

Se cuenta con un auditorio de usos múltiples en el que se llevan a cabo eventos, educativos, políticos, culturales y sociales, y tienen una capacidad para 729 personas, en una superficie de 1350 m<sup>2</sup>.

Museo Histórico – Educativo de hombres ilustres y patriotas de la ciudad, instalado en el interior del palacio municipal. En él se exhiben objetos personales, armas y algunas fotografías del ilustre héroe Vicente Guerrero, además sobre los muros y el pórtico de la entrada al inmueble municipal están pintados murales que muestran pasajes de la historia de México y de las tradiciones de la localidad.

Esta un segundo museo denominado casa-museo “Ignacio Manuel Altamirano”, que se encuentra ubicado en el barrio de Santiago, en este espacio se muestran paisajes del célebre escritor, así como obras literarias del ilustre poeta mexicano.

Además esta una Casa de la Cultura de nombre “Margarito Damían Vargas”, dicha instalación cuenta con 10 aulas que funcionan en horario vespertino en donde se imparten cursos de pintura, escultura, danza folclórica y aeróbicos.



EL PORRAZO DEL TIGRE, DEPORTE TRADICIONAL EN LA CULTURA TIXTLECA.

**Recreación.** En la ciudad existe una plaza principal situada en el centro, esta es la de mayor antigüedad ya que se trazó con las primeras manzanas de la ciudad. Con el paso de los años se ha modificado su forma original, la última remodelación se hizo en 1995 y es la que se conserva en la actualidad. Lo único que no ha sufrido ningún cambio es el monumento del General Vicente Guerrero que se encuentra situado en el centro de la plaza. Otro espacio público de importancia es la plaza cívica ubicada a un costado de la plaza central.

Existen además las plazuelas de los 9 barrios de la ciudad. Por ejemplo el barrio más grande "El Santuario", cuenta con una catedral, un atrio, una plazuela grande, un área de juegos infantiles, un área para los combates de tigre (tradición de las fiestas religiosas), un kiosko y dos canchas de basquetbol.

El resto de los barrios son de menor dimensión y cuentan con una cancha de basquetbol y algunas áreas verdes.

En lo que se refiere a juegos infantiles, son insuficientes los espacios además de que no son adecuados estas áreas recreativas debido a que se encuentran a un costado de la plaza cívica y son insuficientes para la niñez de la ciudad.



ESTATUA DE VICENTE GUERRERO EN EL JARDÍN CENTRAL.

**Deporte.** Existen nueve canchas de Basquetbol distribuidas en los barrios y colonias de la ciudad, sin embargo las áreas no son suficientes para las personas que practican este deporte. Al respecto diversas administraciones municipales en sus proyectos de gobierno plantearon la construcción de una unidad deportiva, pero todo ha quedado en intenciones, sin concretizar nada a la fecha.

Cabe mencionar que la ciudad cuenta con el Gimnasio municipal, en el que se desarrolla y da impulso al basquetbol. Dicho inmueble a operado por 10 años sin estar totalmente construido, y con el paso del tiempo se ha tratado de terminar con el proyecto, el inmueble tiene una capacidad para 800 personas.



PLAZUELA DE SAN LUCAS



## **2.- DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL AYUNTAMIENTO DE TIXTLA DE GRO, GRO.**

“Los sistemas de comunicación organizacional no están concebidos exclusiva e intencionalmente, para el uso que se les da. La falta de un diseño global que sirva a la organización en los procesos de adquisición consumo para las necesidades de adaptación y/o consecución de objetivos en un complejo entorno, da lugar invariablemente a problemas comunicacionales de todo tipo y en todos los planos de organización. Si ningún superior jerárquico de determinado dirigente conoce exactamente cómo encajan sus funciones de comunicación - decisión, en las globales de comunicación - decisión de la organización, se comprende que este directivo no ejecute correctamente este tipo de funciones”<sup>9</sup>

### **2.1 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA DEL AYUNTAMIENTO**

El H. Ayuntamiento de Tixtla, tal y como lo deben hacer los 77 municipios que conforman el estado de Guerrero, están sujetos a las disposiciones descritas en la Ley Orgánica del Municipio Libre del Estado de Guerrero, la Constitución Política de Guerrero y el artículo 115 constitucional

Una vez electa la nueva administración municipal, su deber es ejercer un gobierno con igualdad, tolerancia y respeto a todos los ciudadanos, sin distingo partidista, sexo, religión y siempre en apego a las garantías individuales consagradas en la Constitución Mexicana.

Considero que las administraciones que entran en función deben plantear tolerancia y respeto a la pluralidad del cabildo; justicia y equidad, en la forma de gobernar; honradez y actitud de servicio para con los representados y honestidad y transparencia en el manejo de los recursos.

Además de promover y sentar las bases para lograr un desarrollo municipal para combatir la pobreza extrema en la que viven un gran número de tixtlecos y con ello incluir a los pueblos indígenas en el desarrollo, respetando su cultura y tradiciones.

Por otra parte sería saludable exigir a las autoridades estatales y federales, respeto irrestricto a la autonomía de la célula básica del federalismo; el municipio, así como una participación justa en las asignaciones de los recursos, tal y como lo dicta el artículo 115 constitucional.

**Propongo que se debe promover la creación de fuentes de empleo y establecer mecanismos de comunicación que permitan mantener informada a la sociedad.**

---

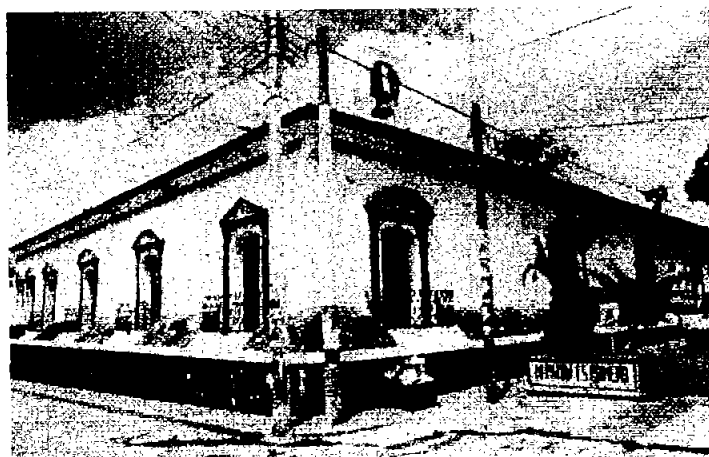
<sup>9</sup> “COMUNICACIÓN Y SISTEMAS DE COMUNICACIÓN”, Lee Thayer, pag 439.

Asumir la política de crear y mantener una imagen favorable al proyecto de gobierno, mediante el incremento de la credibilidad y la legitimidad a fin de provocar reacciones sociales de cooperación y solidaridad entre sectores. Y es a través del uso de la propaganda política, para poder ejercer influencia en la opinión pública; es así, como el gobierno logra sus propósitos en materia de consenso.

Por eso es fundamental que entre el presidente municipal y el director o responsable de comunicación social deban crear, formular, regular y conducir la política de comunicación social y sus relaciones con los diversos medios de comunicación.

Según el diagnóstico que presenta la Plan de Desarrollo Municipal los principales y añejos problemas que enfrenta la ciudad de Tixtla son básicamente dos: primero; mejorar la distribución y potabilización del agua que llega a la ciudadanía y segundo, acabar con la inmundicia que representa el no contar con el servicio de drenaje sanitario, que agrava la contaminación en las calles, principalmente en las zonas bajas de la ciudad.

Sin embargo ahí no paran las necesidades de un municipio con más de 40 mil habitantes. Por lo tanto deben realizarse foros de consulta popular por localización física (cabecera municipal, comunidades y rancherías) y por sectores (educativo, comercio, transporte, etc) con la finalidad de que hagan llegar sus opiniones acerca de las necesidades más apremiantes. Con ello podrá integrarse un Plan de Desarrollo Municipal (PDM) en el que participe la ciudadanía a través del encauzamiento de una autoridad municipal capacitada y de perfil en todas las áreas.



FACHADA DEL AYUNTAMIENTO MUNICIPAL

El municipio libre constituye la base de la división territorial y de la organización política y administrativa del Estado de Guerrero.

La Ley Orgánica del Municipio Libre del Estado de Guerrero, señala en su título primero que dicha ley tiene por objeto regir la organización, administración y funcionamiento de los municipios del Estado de Guerrero, conforme a las bases que establecen la Constitución General de la República en su artículo 115 y la Constitución Política del Estado de Guerrero.

La Ley Orgánica del Municipio Libre otorga competencia a los Ayuntamientos para que establezcan las bases normativas para los bandos, reglamentos, ordenanzas que expidan y definir los fundamentos para la integración y organización de los Ayuntamientos y de las administraciones públicas municipales.

Con base en la ley los municipios del Estado de Guerrero están dotados de personalidad jurídica y patrimonio propio y con libre administración de su hacienda, recursos y servicios destinados a la comunidad.

Dicho sea de paso el municipio será administrado por un Ayuntamiento de elección popular directa y durará un periodo de tres años.

En el ámbito comunicativo o específicamente en el área o dirección de comunicación social al cual se le denominará como Unidad, siempre estará en coordinación con todas y cada una de las diferentes áreas, departamentos y regidurías para difundir y dar a conocer los planes, programas, obras y acciones de gobierno de la administración municipal.

"Por lo tanto el sistema de comunicación operacional consiste en hacer llegar la información correcta a quien lo necesite, en el momento oportuno, en la cantidad y calidad precisas. Sin embargo pocos miembros pueden concretar de antemano que información van a necesitar. Tampoco disponen de bases lógicas, concretas y definidas, con las que determinar otros criterios para su adquisición y consumo de información relacionada con su tarea. Usualmente existe cierta ambigüedad en cuanto a objetivos y funciones individuales de trabajo."<sup>10</sup> Situación que en el tercer capítulo se ampliará con detalle.

En el entendido de que todas las actividades humanas y sobre todo en una administración, ya sea en el sector privado, público, federal, estatal y como en el que nos atañe en este trabajo; en el municipal, tienen que ver con la comunicación, pues las actividades de dirección implican necesariamente una buena comunicación. Lo importante en este contexto es detectar la falla, el error, la omisión. Por ello, es necesario entender cual es el proceso de la comunicación, la recopilación y almacenamiento de la información y con eso desempeñar una labor administrativa y de difusión eficiente, comprometida con la sociedad.

En cuanto a la organización administrativa del Ayuntamiento a propuesta del presidente municipal; nombrará sin perjuicio de la denominación o rango

---

<sup>10</sup> IBIDEM pag. 440.

jerárquico que los propios Ayuntamientos establezcan a servidores públicos como: Secretario, Oficial Mayor, Tesorero, Jefe de Seguridad Pública, Jefe de Obras Públicas y otros servidores de nivel equivalente.

En lo que refiere a la asignación de regidores de representación proporcional se ajustará a lo dispuesto por la Constitución Política del Estado de Guerrero. Al respecto el síndico y regidores durante su encargo podrán ser autorizados por el Cabildo para desempeñarse como servidores públicos federales, estatales o municipales, siempre que lo hagan en las áreas docentes y no afecten sus responsabilidades edilicias.

También hay que señalar que el presidente municipal, síndico y regidores de elección popular directa, durarán en su cargo tres años y no podrán ser reelectos para la siguiente administración, como lo establece la Ley Orgánica del Municipio Libre.

Por otra parte el Plan de Desarrollo Municipal deberá expedirse a más tardar el 28 de febrero del primer año de gobierno.

Según lo que establece la Ley Orgánica del Municipio del Estado de Guerrero en los municipios que reúnan entre 25 mil y 74 999 habitantes, los ayuntamientos se integraran por un Presidente, un Síndico y hasta ocho regidores.

En ese sentido esta disposición aplica en la administración municipal del Ayuntamiento Tixtleco.

Cuando en las elecciones se obtenga 5% o más de los votos válidos, se asignarán las Regidurías de representación proporcional en el orden decreciente de la votación en que se hayan obtenido, accediendo a ellas los candidatos a presidentes municipales cuando no hayan triunfado sus planillas, también podrán acceder a las regidurías de representación proporcional los candidatos a diputados al Congreso del Estado, sean de mayoría o de minoría aun cuando no hayan tenido el triunfo de sus fórmulas.

En este sentido para ser presidente municipal, síndico o regidor debe ser originario del municipio que lo elija, tener residencia efectiva no menor de 5 años de manera permanente, continua y pública en el municipio, saber leer y escribir, no pertenecer ni haber pertenecido al estado eclesiástico ni ser ministro de algún culto, no haber sido condenado por delito intencional ni estar sujeto a proceso. Y por último no tener empleo, cargo o comisión de los gobiernos federal, estatal o municipal, ni tener mando de la fuerza pública en el municipio 45 días antes de la elección.

Por otra parte los Ayuntamientos celebraran sin excusa alguna dos sesiones de cabildo ordinarias mensualmente de las cuales una por lo menos deberá ser de carácter de sesión de cabildo abierto con el objeto de que la

ciudadanía y grupos ciudadanos conozcan los asuntos que se ventilen en esas asambleas y con ello propongan su opinión.

Por lo anterior, dicha ley especifica que el Presidente Municipal o el Síndico Procurador, junto con la mitad de los regidores, podrán convocar a sesión extraordinaria, siempre y cuando se trate de asuntos urgentes y de trascendencia. En ese sentido el Ayuntamiento puede declarar sesión permanente cuando la importancia del asunto así lo requiera y lo determine la mayoría.

Por citar un ejemplo, es un síntoma de descontento social o político cuando algún sector de la sociedad se manifiesta en contra de una administración municipal y decide tomar las instalaciones del Ayuntamiento con el objeto de dar solución a sus demandas. Y es cuando se presenta la ocasión para convocar a una sesión permanente de cabildo para poder destrabar el conflicto.

Siguiendo con el tema, el presidente municipal presidirá las sesiones del ayuntamiento y su voto será de calidad en caso de empate. En su ausencia presidirá las sesiones el síndico. El Ayuntamiento se considera válidamente instalado con la presencia de la mayoría de sus integrantes, los cuales tendrán iguales derechos y sus acuerdos se tomarán por mayoría de votos.

“El Ayuntamiento celebrará sesiones solemnes en los siguientes casos:

- I.- Para recibir el informe del presidente municipal.
- II.- Para la toma de protesta del nuevo Ayuntamiento.
- III.- Para la conmemoración de aniversarios históricos
- IV.- Para recibir en Cabildo a representaciones de los poderes del estado, de la federación o personalidades distinguidas.”<sup>11</sup>

El Ayuntamiento lleva un libro de actas en el que se asentarán los asuntos tratados y los acuerdos tomados. El secretario del Ayuntamiento asentará las actas de las sesiones en las que hará constar las disposiciones que emitan, así como los acuerdos que se tomen. Cuando se aprueben bandos, reglamentos, circulares y disposiciones administrativas, estos constarán íntegramente en el libro de actas, debiendo firmar los miembros que hubieren estado presentes.

A las sesiones de los Ayuntamientos deberán comparecer los servidores de la administración municipal, sólo con voz informativa, cuando se traten asuntos de su competencia o fueren requeridos para ello, para rendir informes o aportar datos.

La vigilancia de la administración municipal se distribuye entre los regidores, conforme a los siguientes ramos: 1) De desarrollo urbano, ecología y obras públicas; 2) de educación, cultura, recreación, espectáculos y juventud; 3)

<sup>11</sup> “Ley Orgánica del Municipio Libre”, pag 15.

de comercio y abasto popular; 4) de salud pública y asistencia social; 5) de desarrollo rural; 6) de la participación social de la mujer.

Las regidurías se establecen conforme lo marca la Ley Orgánica del Municipio Libre la cual establece las siguientes facultades y obligaciones de los rubros o ramos que conforman el quehacer gubernamental a nivel municipal.

**Gobernación y seguridad pública.** Son facultades y obligaciones de un Ayuntamiento las siguientes:

- Cumplir y hacer cumplir la Constitución General de la República, la Constitución Política del Estado de Guerrero y las leyes derivadas de las mismas, así como vigilar el estricto cumplimiento de los reglamentos y ordenamientos municipales.
- Celebrar convenios con el Gobierno del Estado para mejorar los servicios de seguridad pública.
- Expedir un reglamento interior y los relativos a la administración municipal que deberán publicarse en el periódico oficial del Gobierno del Estado.
- Vigilar que los establecimientos de reclusión de los infractores de los bandos de policía y buen gobierno reúnan las condiciones de seguridad, higiene y moralidad, y que se dé un trato digno a los reclusos infractores.
- Vigilar que la intervención de los cuerpos de policía en los casos de infracciones cometidas por menores de edad, se limite a ponerlos inmediatamente a disposición del Consejo Tutelar para Menores Infractores.
- Mantener la tranquilidad, la seguridad y orden público dentro del municipio.
- Prevenir la comisión de delitos y proteger a las personas, a sus propiedades y derechos.
- Auxiliar al Ministerio Público y a las autoridades judiciales.
- Imponer arresto administrativo máximo de 36 horas.
- Aprender a los delincuentes en caso de flagrante delito y en los de notoria urgencia, cuando se trate de los que se persiguen de oficio.
- Prevenir las infracciones y accidentes de tránsito en las vías públicas de jurisdicción municipal
- Vigilar que las autoridades de tránsito municipal y de seguridad pública porten el uniforme respectivo.

La seguridad pública es un rubro de vital importancia, por lo tanto la Unidad de Comunicación Social debe dar a conocer la información a través de los diferentes medios de comunicación masiva; además de los medios con los que cuenta la administración se debe dar a conocer el índice delictivo, el trabajo del área referida, los operativos de seguridad pública, los teléfonos de emergencia e información importante en la materia.

**Hacienda.** Son facultades y obligaciones del Ayuntamiento las siguientes:

- Realizar estudios económicos relacionados con las finanzas municipales.

- Celebrar convenios con el Gobierno del Estado en materia fiscal relacionadas con la administración de contribuciones.
- Formular y remitir al Congreso del Estado, sus presupuestos anuales de ingresos.
- Presentar anualmente en el Congreso del Estado, la cuenta pública para su revisión, acompañadas de los presupuestos de ingresos y egresos aprobados y ejercitados, así como el envío en el Plan Municipal de Desarrollo.
- Recaudar y administrar los ingresos correspondientes a la Hacienda Pública Municipal.
- Vigilar la administración de los bienes de dominio público y privado del municipio, manteniendo un inventario para el control y registro de los mismos.

En este caso comunicación social se encargaría de publicar y concientizar a los habitantes a pagar impuestos, dar a conocer las participaciones federales y estatales y en que serán invertidos esos recursos, afín de fomentar la credibilidad en el gobierno y presumir de finanzas sanas.

Urbanismo, obras públicas y ecología. Son facultades y obligaciones del Ayuntamiento:

- Formular, aprobar y administrar los planes de Desarrollo Urbano Municipal.
- Definir la política en materia de reservas territoriales y crear y administrar dichas reservas.
- Intervenir en la regularización de la tenencia de la tierra urbanizable.
- Otorgar, negar o retirar permisos y licencias de construcciones.
- Participar en la creación y administración de zonas de reservas ecológicas, así como controlar y vigilar la utilización del suelo en sus jurisdicciones territoriales.
- Promover la participación de los habitantes en la construcción, conservación y reparación de obras del municipio.
- Proyectar y ejecutar obras de infraestructura para el desarrollo de los centros de población.
- Promover en coordinación con los organismos estatales y federales, programas a favor de la construcción de viviendas y de fraccionamientos populares.
- Promover la construcción de caminos vecinales y de mano de obra.
- Atender la conservación y cuidado de parques, jardines y en general la ampliación y conservación de zonas verdes.
- Atender y vigilar la debida prestación de los servicios de agua potable y alcantarillado de acuerdo con la Ley de la materia y con la participación de los usuarios.
- Promover el establecimiento y conservación del alumbrado público.
- Publicar el Plan Municipal de Desarrollo Urbano y las declaratorias de provisiones; usos, reservas y destinos de áreas y predios.
- Prevenir y combatir la contaminación ambiental.

- Participar en coordinación con las instancias federales y estatales, en la planeación y regulación, de los centros urbanos involucrados en los procesos de conurbación y todas aquellas que faciliten y aseguren el mejor desempeño de sus tareas.

Es aquí donde el área de comunicación social juega un papel importante ya que las obras de tipo social, urbano y de beneficio al sector educativo son las que mayor impacto crean en la ciudadanía, por ello cuando se proyecte o inaugure una obra como la pavimentación de caminos rurales, construcción de escuelas e incluso la introducción del drenaje sanitario en esta ciudad, es cuando debe informarse de estas acciones deben de diversificarse y difundirse en todos los medios de comunicación posibles. Con la finalidad de informar al mayor número de habitantes.

Educación, cultura, recreación, espectáculos y juventud. Son facultades y obligaciones del Ayuntamiento las siguientes:

- Participar en la coordinación del Gobierno del Estado a integrarse al Sistema Estatal de Cultura, fomentar y difundir los valores, culturales y artísticos, nombrando un cronista municipal.
- Organizar, con la colaboración de la ciudadanía bibliotecas municipales, casas de cultura, museos y galerías artísticas.
- Participar en coordinación con el Gobierno del Estado e integrarse al Sistema Estatal de Artesanías para propiciar la protección, producción, fomento, distribución y comercialización de las artesanías guerrerenses.
- Vigilar la prestación de los servicios educativos en el municipio dando cuenta a las autoridades educativas sobre el funcionamiento de las instituciones educativas en sus diferentes niveles.
- Participar en el mantenimiento de las instituciones educativas con la participación de padres de familia, maestros y grupos ciudadanos.
- Cuidar de la seguridad y el orden de cines, obras de teatro y centros recreativos.
- Promover los programas de alfabetización y educación para los adultos en coordinación con las autoridades educativas correspondientes.
- Vigilar que los niños en edad escolar asistan a las escuelas y que los maestros cumplan con sus horarios y obligaciones.
- Otorgar licencias para espectáculos y vigilar que el cobro al público se haga en base a los precios autorizados y se presenten los programas anunciados.
- Fomentar las actividades que exalten los valores cívicos nacionales, estatales, regionales y locales.
- Fomentar las actividades recreativas de sano esparcimiento y deportivas en todas sus manifestaciones.
- Integrar los comités municipales del deporte al Sistema Estatal del Deporte y la Juventud.



Planeación y presupuesto. Son facultades y obligaciones del Ayuntamiento las siguientes:

- Promover y ejecutar las acciones necesarias para lograr el desarrollo integral del municipio y vigilar la correcta prestación de los servicios públicos municipales.
- Preparar, examinar, discutir y aprobar el presupuesto de egresos sobre la base de los ingresos disponibles y de conformidad con el Plan Municipal de Desarrollo.
- Coordinar los planes municipales con el Plan Nacional de Desarrollo, el Plan Sexenal de Desarrollo, los programas operativos anuales y demás programas municipales, en el seno del Sistema Estatal de Planeación Democrática y en el seno del Comité de Planeación para el Desarrollo del Estado de Guerrero.
- Celebrar convenios de colaboración y asociación con otros municipios de la entidad para la más eficaz prestación de los servicios públicos.
- Participar con las instancias del Gobierno del Estado que correspondan en la celebración de convenios únicos de desarrollo municipal y vigilar que se cumplan con las obligaciones contraídas en dichos instrumentos.

Comercio y abasto popular. Son facultades y obligaciones del Ayuntamiento las siguientes:

- Atender la construcción, conservación y funcionamiento de rastros, mercados, tianguis populares y centrales de abasto, determinando su ubicación y reglas de operación.
- Atender las necesidades de abasto popular dictando las medidas de almacenamiento, conservación, distribución y venta de productos.
- Administrar los mercados dependientes del Ayuntamiento vigilando la observancia de las normas sobre higiene y salubridad, además de ayudar a las autoridades correspondientes en la política de precios.
- Fijar la política municipal sobre tianguis populares y comercio ambulante conciliando el interés de los consumidores, el fisco y el de comercio establecido.
- Cooperar con las autoridades federales y estatales para evitar la especulación, el acaparamiento y la carestía.
- Hacer cumplir los reglamentos relativos a establecimientos comerciales.
- Fomentar el desarrollo de comercio, industria y artesanías.
- Contribuir al fomento y promoción de la actividad turística brindando protección a los habitantes y a todas aquellas que faciliten y aseguren el mejor desempeño de sus tareas.

**Salud Pública y Asistencia Social.** Son facultades y obligaciones del Ayuntamiento las siguientes:

- Celebrar y participar con el gobierno del Estado en los acuerdos de coordinación para alcanzar la plena cobertura en los municipios de los servicios de salud del primer nivel de atención, y del segundo nivel en aquellos municipios que conforme al modelo de atención así lo requieran.
- Participar en el reforzamiento de los programas de planificación familiar, campañas de vacunación y prevención de enfermedades transmisibles por vector.
- Colaborar con las autoridades federales y estatales en la construcción, rehabilitación y mantenimiento de establecimientos hospitalarios y unidades de atención.
- Promover estrategias de participación de la comunidad dentro de esquemas de fomento a la salud, higiene escolar y auto cuidado.
- Coadyuvar en la realización de campañas quirúrgicas de interés social en beneficio de grupos prioritarios.
- Coadyuvar con las autoridades sanitarias en los programas de regulación y control sanitario.
- Combatir la desnutrición y deshidratación infantiles.
- Prevenir y combatir con el auxilio de las autoridades competentes el alcoholismo, la drogadicción, la prostitución, la vagancia y todas aquellas actividades que atentan contra la salud.
- Vigilar que la inhumación de los cadáveres se verifique en los panteones dentro de las 24 horas siguientes en las que ocurrió la muerte, salvo el caso que trate de epidemias o enfermedades contagiosas respecto de las cuales deberá procederse conforme a la reglamentación sanitaria aplicable.
- Atender el servicio de panteones conforme a la reglamentación correspondiente.
- Promover el mantenimiento preventivo y correctivo de instalaciones y equipo médico.
- Promover, en coordinación con el gobierno estatal, programas de asistencia social a grupos desprotegidos y para la integración familiar.
- Informar al Gobierno del estado de los bienes inmuebles cuyos propietarios no hayan cubierto el impuesto predial correspondiente en los últimos años, a efecto de determinar a que ingresen a patrimonio de la beneficencia pública.

**Desarrollo rural.** Son facultades y obligaciones del Ayuntamiento las siguientes:

- Colaborar al incremento de la producción agrícola y ganadera, así como a la organización económica de ejidatarios, comuneros y pequeños propietarios.
- Establecer con las autoridades correspondientes, programas para combatir el robo de productos agrícolas y abigeato.

- Colaborar con las autoridades correspondientes en la vigilancia de los recursos forestales evitando la tala sin autorización y previniendo la destrucción forestal y los incendios.
- Promover con las autoridades estatales, la implementación de programas de desarrollo rural integral.
- Elaborar y poner en operación , con la colaboración de las autoridades estatales y federales, programas que faciliten la titulación de la pequeña propiedad.
- Apoyar los trabajos de rehabilitación de distritos de riego y establecer sistemas de información sobre el estado de operación de la infraestructura hidráulica en el municipio.
- Ejercer las facultades que le confiere la Ley Ganadera y en particular las que conciernen al fomento, mejoramiento, desarrollo y protección de las actividades pecuarias.
- Ejercer las atribuciones que le competen en materia forestal y en particular las que tiendan a evitar la tala inmoderada y la prevención y la atención de incendios y devastación forestal.
- Ejercer las facultades que le confiere la Ley Federal de la Reforma Agraria.

Participación social de la mujer. Son facultades y obligaciones del Ayuntamiento las siguientes:

- Implementar un programa municipal de Participación Social de la Mujer, darle seguimiento y efectuar evaluaciones periódicas del mismo.
- Apoyar las actividades productivas de las mujeres.
- Establecer en coordinación con la Secretaría de la Mujer programas de capacitación y empleo.
- Intervenir en defensa de los derechos de las mujeres.

Por todo lo anterior el Ayuntamiento elaborará libremente su programa anual de actividades, ajustándose a su presupuesto de egresos, Ley de Ingresos, Ley de Planeación del Estado y al programa trianual de labores<sup>12</sup>

El programa trianual deberá aprobarse dentro del primer cuatrimestre del primer año y los otros cada mes de enero, debiendo enviar al Congreso del Estado dichos documentos aprobados por el cabildo.

---

<sup>12</sup> IBÍDEM pag 20.

**ORGANIGRAMA 1999-2002 y 2002-2005****PRESIDENTE MUNICIPAL****SINDICATURA****CABILDO  
(Regidurías)**

GOBERNACIÓN Y SEGURIDAD PÚBLICA

OBRAS PÚBLICAS

DESARROLLO RURAL

COMERCIO

SALUD

EDUCACIÓN

ECOLOGÍA

PARTICIPACIÓN SOCIAL DE LA MUJER

**ÁREA OPERATIVA  
(Direcciones)**

SECRETARÍA GENERAL

SECRETARÍA PARTICULAR

TESORERÍA MUNICIPAL

DIF MUNICIPAL

GOBERNACIÓN Y SEGURIDAD PÚBLICA

OBRAS PÚBLICAS

DESARROLLO RURAL

PLANEACIÓN Y PRESUPUESTO

DESARROLLO SOCIAL

OFICIALÍA MAYOR

SALUD

COMERCIO

ACTIVIDADES CÍVICAS SOCIALES Y CULTURALES

REGISTRO CIVIL

JURÍDICO

COMUNICACIÓN SOCIAL

SERVICIOS MUNICIPALES DE AGUA POTABLE

## **FACULTADES Y OBLIGACIONES DE EDILES Y FUNCIONARIOS MUNICIPALES**

**Presidente municipal.** El presidente municipal es el representante del Ayuntamiento y jefe de la administración municipal en términos de ley, así como el encargado de ejecutar sus resoluciones. Sus funciones son incompatibles con cualquier otro cargo de la federación de los poderes del estado, excepto los docentes, beneficencia y de salud o los honoríficos.

Por tal motivo y como lo establece el artículo 72 de la Ley Orgánica del Municipio Libre del Estado de Guerrero, son facultades y obligaciones del presidente municipal las siguientes:

- Presidir las sesiones y dirigir los debates del Ayuntamiento tomando parte de las deliberaciones con voz y voto de calidad en caso de empate, y facultad de veto suspensivo para efectos de analizar y votar de nueva cuenta el asunto que lo haya motivado.
- Rendir al pueblo del municipio en sesión solemne en la última quincena del mes de noviembre, el informe anual pormenorizado sobre el estado que guarda la administración del cual enviará copia al Ejecutivo y al Congreso del Estado
- Rendir cada mes, en sesión ordinaria del Ayuntamiento y con el auxilio del Jefe de la policía, un informe al Ayuntamiento sobre la corporación y las principales incidencias en materia de orden público.
- Convocar a sesiones extraordinarias junto con la mitad de los regidores, siempre que se trate de asuntos urgentes y de trascendencia.
- Ejecutar los acuerdos del Ayuntamiento, aplicando, si fuere el caso, las sanciones previstas en las leyes y reglamentos.
- Tener bajo su mando al personal de seguridad pública y tránsito municipal.
- Proponer al Ayuntamiento los nombramientos del secretario, oficial mayor, tesorero, director de obras públicas y demás servidores del mismo nivel de la administración municipal, así como su remoción si fuera el caso.
- Nombrar y remover a los servidores municipales de acuerdo con la Ley.
- Dirigir, vigilar y dictar las medidas necesarias para el buen funcionamiento de los servicios públicos municipales.
- Someter a la aprobación del Ayuntamiento el presupuesto anual de egresos.
- Acudir cuando menos una vez al año, en visita de trabajo, a las Comisarias del Municipio y a los poblados y localidades.
- Ser el conducto para las relaciones entre Ayuntamiento y los poderes del estado y los demás ayuntamientos del estado.
- Vigilar el cumplimiento del Plan de Desarrollo Municipal y de los programas que deriven del mismo.
- Someter a la consideración del Ejecutivo del estado, para su aprobación, el Programa Municipal de Desarrollo Urbano y las declaratorias de provisiones, reservas, usos y destinos de áreas y predios.

- Mantener el orden, la paz y la tranquilidad pública, así como imponer las sanciones administrativas a quienes infrinjan el Bando de Policía y Buen Gobierno, por sí o a través del Juez Calificador.
- Participar en el procedimiento de entrega recepción del Ayuntamiento.
- Conducir el trabajo administrativo de los regidores cuando se les asigne alguna de las ramas de la administración.
- Mancomunar su firma con la del tesorero para el manejo de las cuentas y operaciones bancarias, así como con el Síndico Procurador.

Sobre el tema los informes de gobierno que rindan los presidentes municipales, son conocidos y examinados por el Congreso del Estado, el que después de examinarlos emitirá sus condiciones pertinentes. Así mismo podrá hacer comparecer al presidente municipal a efecto de informar sobre la marcha general de la administración y sobre cualquier asunto relacionado con esta.

Además cabe mencionar que las faltas temporales del presidente municipal que no excedan de 30 días justificados previamente en sesión de cabildo, serán suplidas por el síndico procurador y las de este por el regidor que corresponda en el orden predeterminado que señale el reglamento interior.

**Síndico procurador.** Son facultades y obligaciones las siguientes:

- Procurar, defender y promover los intereses patrimoniales y económicos del municipio.
- Representar jurídicamente el Ayuntamiento y gestionar los negocios de la Hacienda Municipal, así como efectuar los cobros de los créditos a favor del Ayuntamiento.
- Autorizar los gastos que deba realizar la administración municipal.
- Asistir a las visitas de inspección o auditoria que se practiquen a la tesorería municipal o a sus oficinas recaudadoras.
- Vigilar la organización y funcionamiento de los centros de readaptación social y de todo centro de reclusión o arresto que dependa directamente del municipio.
- Practicar, como auxiliar del Ministerio Público, las primeras diligencias penales remitiendo la documentación al agente del Ministerio Público que corresponda, dentro de las 24 horas siguientes.
- Conservar y custodiar, bajo su estricta responsabilidad, los objetos y en general los objetos de significación para el municipio que correspondan a los recursos financieros, responsabilidad de la Tesorería, proveyendo las medidas necesarias para su seguridad.
- Formular ante el Congreso del Estado, el gobernador, el Ministerio Público y demás autoridades competentes, las denuncias que de conductas ilícitas acuerde el Ayuntamiento.
- Suplir en los términos de Ley, las ausencias temporales del presidente municipal.

- Intervenir en la formulación y actualización trimestral del inventario general de los bienes muebles e inmuebles propiedad del municipio, así como su regularización.
- Verificar que los servidores públicos municipales cumplan con las obligaciones derivadas de la Ley de Responsabilidades de los Servidores Públicos.
- Concurrir a las reuniones de los síndicos procuradores a las que convoque el Gobierno del Estado para la definición de normas y procedimientos, así como su aplicación, tratándose de recursos federales y estatales transferidos al Ayuntamiento o provenientes de créditos.
- Vigilar que los ediles y servidores públicos municipales presenten sus declaraciones de situación patrimonial en los términos de Ley relativa.
- Dar cuenta a las autoridades de toda violación a las leyes estatales y federales en que incurran los ediles y los servidores públicos municipales, así como formular las denuncias correspondientes.

Por todo lo anterior también la Ley Orgánica establece que el Síndico Procurador, cuando sea expresamente autorizado por la autoridad competente, podrá fungir como auxiliar del Ministerio Público, o como fedatarios, bajo control y supervisión de la Procuraduría General de Justicia y de la Secretaría General de Gobierno.

**Regidores.** Son facultades y obligaciones las siguientes:

- Asistir puntualmente a las sesiones del Ayuntamiento con voz y voto.
- Desempeñar y presidir las comisiones que les encomiende el Ayuntamiento e informar a este de los resultados de sus trabajos.
- Proponer al Ayuntamiento las medidas y acciones que deban acordarse para el mejoramiento de las distintas ramas de la administración y de los servicios municipales, cuya vigilancia les corresponda o les hay sido encomendada.
- Convocar a las sesiones extraordinarias en los términos de Ley.
- Suplir al presidente municipal en sus faltas temporales, en el orden predeterminado.
- Apoyar al presidente municipal en sus responsabilidades en los términos de Ley.
- Los regidores tendrán a su cargo la supervisión de las comisiones, sin facultades ejecutivas.

Los miembros del Ayuntamiento tendrán derecho a que se les conceda licencia hasta por 15 días en el periodo de un año y podrán separarse por causa justificada mientras que subsista ésta.

Al respecto y para cubrir las faltas definitivas de los miembros del Ayuntamiento serán llamados los suplentes respectivos, cuya entrada en funciones deberá ser ratificada por el Congreso del Estado.

En otros casos cuando hay una suspensión o instalación provisional de Ayuntamientos el artículo 81 de la Ley Orgánica del Municipio Libre señala que cuando por cualquier circunstancia no pudiera verificarse la elección de un Ayuntamiento o esta hubiera sido declarada nula o no concurrieran los miembros necesarios para la instalación, el Congreso del Estado procederá a nombrar, entre los vecinos, un Consejo Municipal provisional, en tanto convoca a elecciones extraordinarias, las que podrán verificarse dentro de los sesenta días contados a partir de la fecha en que el Consejo tome posesión. Si dentro del término señalado no se verifican las nuevas elecciones por causas graves, el Congreso del Estado podrá ratificar al Consejo Municipal con carácter definitivo para cubrir el término legal que correspondería al Ayuntamiento que debió ser electo.

A lo anterior la legislación correspondiente define que no se realizarán nuevas elecciones en aquellos casos en que se ponga en peligro la paz pública o la estabilidad de las instituciones a juicio del Congreso del Estado, o sean demandadas con uso de violencia física o moral.

Sobre esta vertiente el Congreso del Estado por mayoría de sus miembros podrá suspender un Ayuntamiento cuando incurra en los siguientes supuestos:

- Por violaciones graves y sistemáticas a los presupuestos, planes o programas que afecten los intereses de la comunidad, del municipio, del estado o de la federación.
- Por violaciones graves y sistemáticas a las garantías individuales.
- Por conductas que alteren el orden público y la paz social.
- Por emitir disposiciones graves y sistemáticas contrarias a las constituciones General de la República y Política del Estado de Guerrero, así como las leyes que de ella emanen.
- Por violaciones intencionales y graves a los convenios o acuerdos de coordinación celebrados con otros municipios del estado o de la federación.
- Por imposibilidad del ayuntamiento para cumplir con sus obligaciones por causas imputables a sus integrantes.

También el congreso del Estado por mayoría de sus miembros podrá suspender o revocar del cargo o el mandato a los miembros del Ayuntamiento cuando incurran en alguno de los supuestos señalados anteriormente y además de los siguientes:

- Por abandonar sus funciones sin causa justificada por un periodo mayor de 15 días.
- Por inasistencia consecutiva a tres sesiones de cabildo sin causa justificada.
- Por delito doloso en el cual se haya dictado auto de formal prisión.
- Por la omisión reiterada en el cumplimiento de sus obligaciones.
- Por usurpación o uso indebido y sistemático de atribuciones.
- Por incapacidad física o ilegal.



- Por adoptar conductas graves que afecten al buen gobierno y administración del municipio.
- Por incurrir en responsabilidad por infracciones administrativas reiteradas y graves.
- Por llevar a cabo conductas graves e ilícitas en contra del Ayuntamiento.
- Por existir un impedimento de hecho o de derecho que le obstaculice cumplir con su función.

Cada Ayuntamiento designará, a propuesta del presidente municipal, un secretario que tendrá a su cargo las atribuciones y facultades que señala la Ley Orgánica del Municipio Libre. La cual establece que para ser secretario de un Ayuntamiento se requiere ser ciudadano mexicano en pleno ejercicio de sus derechos, saber leer y escribir y ser originario o haber sido vecindado en el municipio cuando menos un año antes de su designación.

**Secretario del ayuntamiento.** Son facultades y obligaciones las siguientes:

- Asistir a las sesiones del Ayuntamiento.
- Tener a su cargo el cuidado y la dirección de la oficina y el archivo del Ayuntamiento.
- Dar trámite a la correspondencia del Ayuntamiento y cuenta diaria al presidente municipal de los asuntos para el acuerdo respectivo.
- Recibir tramitar y dictaminar los recursos de reconsideración y revisión que presenten los particulares afectados por resoluciones de las autoridades municipales.
- Convocar por escrito a los miembros del Ayuntamiento a las sesiones del cabildo, y a los grupos ciudadanos y comités que correspondan, cuando se celebren sesiones abiertas.
- Fungir como secretario de actas en las sesiones de cabildo y tener voz informativa.
- Refrendar todos los documentos oficiales emanados del Ayuntamiento.
- Promover el establecimiento y la operación de comités ciudadanos y brindarles asistencia técnica.
- Expedir las copias, credenciales y certificaciones que acuerde el Ayuntamiento.
- Proponer el nombramiento de los servidores públicos de la Secretaría.

El secretario del Ayuntamiento será suplido en sus ausencias por el oficial mayor. Las faltas temporales no excederán 30 días y si llegará a ausentarse por ese lapso el Ayuntamiento nombrará un secretario interino.

El Ayuntamiento podrá según su capacidad administrativa y recursos designar a propuesta del presidente municipal un oficial mayor o jefe de administración.

“Los municipios con menos de 25 mil habitantes dispondrán de un jefe de administración y los municipios con población mayor de 25 mil habitantes dispondrán de un oficial mayor”<sup>13</sup>

En el caso del municipio de Tixtla corresponde a un oficial mayor del cual el requisito para quien le sea encomendado dicha responsabilidad son los mismos que se establecen para el secretario del Ayuntamiento.

**Oficial mayor.** Las facultades son las siguientes:

- Suplir las faltas temporales del secretario del Ayuntamiento.
- Atender los requerimientos de recursos materiales y financieros de las áreas administrativas del Ayuntamiento.
- Atender el manejo del personal administrativo del Ayuntamiento.
- Proponer e implementar programas de modernización de la administración pública municipal.

La Tesorería Municipal es el órgano de recaudación de los Ayuntamientos, y esta a cargo de un tesorero que será nombrado por el propio Ayuntamiento a propuesta del presidente municipal.

Los requisitos para ser tesorero municipal son los mismos que se señalan para ser secretario del Ayuntamiento además de que tiene que tener conocimientos de contabilidad.

**Tesorero municipal.** Son facultades y obligaciones las siguientes:

- Participar en la formulación de los proyectos de presupuestos de egresos e ingresos que corresponde al Ayuntamiento.
- Recaudar, custodiar, concentrar y administrar los ingresos provenientes de los impuestos, derechos, productos o aprovechamientos que consigne la Ley de Ingresos Municipales.
- Otorgar fianza por el manejo de los recursos a su cargo, y a cargo de los empleos que estén bajo su dependencia.
- Imponer las sanciones que correspondan por infracciones a los ordenamientos fiscales, cuya aplicación esté encomendada a la propia Tesorería.
- Llevar la contabilidad del ayuntamiento y formular la Cuenta Pública Anual en los términos de Ley.
- Intervenir en los estudios financieros, evaluando las necesidades de financiamiento de los programas operativos y de inversión.
- Informar oportunamente al Ayuntamiento de los créditos que tenga a favor del fisco municipal para su cobro por parte del síndico.

---

<sup>13</sup> IBÍDEM pag 13.

En ese sentido el Gobierno del Estado podrá otorgar mediante un convenio recursos materiales, financieros o asignar personal al Ayuntamiento para implementar programas coordinados conjuntamente por las autoridades municipales con las autoridades federales o estatales que correspondan, o bien programas municipales que reclamen este apoyo extraordinario.

**Comisiones.** El Ayuntamiento designará entre sus miembros comisiones para la atención de los problemas del municipio y para vigilar que se ejecuten sus disposiciones y acuerdos. Las comisiones propondrán al Ayuntamiento los proyectos de solución a los problemas y carecerán de facultades ejecutivas.

La actividad administrativa del Ayuntamiento se distribuirá en los siguientes ramos o áreas (direcciones): PLANEACIÓN Y PRESUPUESTO, SEGURIDAD PÚBLICA, OBRAS PÚBLICAS, COMERCIO, DESARROLLO SOCIAL, DESARROLLO RURAL, SALUD PÚBLICA, DIF MUNICIPAL O ASISTENCIA SOCIAL, ECOLOGÍA, PROTECCIÓN CIVIL, JURÍDICO, ACTIVIDADES CÍVICAS SOCIALES Y CULTURALES, REGISTRO CIVIL y COMUNICACIÓN SOCIAL; confiando su supervisión a los distintos regidores, pero con la operación administrativa de un titular o responsable por cada área.

Además de ello y referente a la situación de los trabajadores, se debe propiciar el cambio de la mentalidad de los trabajadores, y no solo en el área de la comunicación social, sino en todas las direcciones y departamentos de la administración municipal, de conformidad con los cambios profundos y acelerados que se operan en todos los campos de la actividad humana.

Hacer comprender a los empleados de la insoslayable necesidad de prepararse y superarse constantemente en beneficio propio y en bien de los demás. Crear y mantener un clima de trabajo que propicie la cooperación y confianza entre los trabajadores, entre estos y los habitantes. Y por último cultivar la responsabilidad individual, así como colectiva.

En cualquier momento el presidente municipal podrá designar comisiones transitorias para el estudio de determinados asuntos o la realización de una labor específica.

Por otra parte el Gobierno del Estado publicará anualmente en el Periódico Oficial del Estado la información relativa a las participaciones federales entregadas a los municipios durante el ejercicio fiscal anterior.

En ese sentido los convenios de coordinación que el Gobierno del Estado celebre con el Ayuntamiento para la transferencia de recursos federales o estatales, se asignarán a las siguientes prioridades:

- Espacios educativos.
- Unidades de atención médica.

- Caminos rurales.
- Agua potable y drenaje.
- Tiendas de abasto popular.
- Obras de apoyo a la producción agropecuaria.
- Regulación de la tenencia de la tierra y reservas territoriales para vivienda.

“Los Ayuntamientos publicarán, en las gacetas municipales, si dispusieran de este medio, así como el Periódico Oficial del Estado, los presupuestos anuales, de egresos, así como las actividades, las obras y los servicios públicos previstos para el ejercicio fiscal correspondiente.”<sup>14</sup>

Por lo anterior se deriva la importancia de un medio de comunicación oficial como lo es la Gaceta Municipal, que facilita y proyecta la información oportuna y objetiva sobre un tema de importancia como lo es el presupuesto de egresos, que es la parte financiera que mantiene la atención de los habitantes para saber en que se va gastar el dinero y que obras habrán de realizarse.

**Desarrollo municipal.** “El municipio constituye la unidad básica de organización para el desarrollo integral en el Estado de Guerrero y tendrá facultades y atribuciones para impulsar el desarrollo dentro de su ámbito territorial”<sup>15</sup>

Los Ayuntamientos se sujetarán a las disposiciones del Plan Estatal de Desarrollo del Estado y a sus respectivos programas trianuales de desarrollo, así como a las disposiciones aplicables en materia de planeación.

El municipio elaborará sus programas municipales de desarrollo que se basarán en procedimientos democráticos de participación ciudadana y consulta popular, y sus disposiciones serán obligaciones para los órganos y programas de la administración municipal los cuales serán debidamente aprobados por el cabildo antes de entrar en vigor.

Los programas trianuales municipales de desarrollo propiciarán crecimiento de la economía para la independencia y la democratización política, social y cultural del municipio, y precisarán los objetivos generales, estrategias y prioridades del desarrollo integral del municipio, así como las previsiones sobre los recursos que se asignen para tales fines; determinarán los instrumentos de ejecución, las unidades administrativas responsables y los lineamientos de política global, sectorial y en materia de servicios públicos municipales.

**Servicios públicos municipales.** Los Ayuntamientos tendrán a su cargo la prestación de los siguientes servicios públicos:

- Agua potable y alcantarillado.

<sup>14</sup> IBÍDEM pag, 53.

<sup>15</sup> Ibid pag, 56.

- Alumbrado público.
- Limpia.
- Mercados y centrales de abasto.
- Panteones
- Rastros.
- Calles, parques y jardines.
- Seguridad pública y tránsito

Además de los que determine el Congreso del Estado según las condiciones territoriales y socioeconómicas del municipio, así como su capacidad administrativa y financiera.

El Ayuntamiento prestará directamente los servicios públicos a su cargo pero podrá concesionarlos, conforme a lo establecido por las leyes, teniendo preferencia en igualdad de condiciones para la prestación de los servicios, a los vecinos del municipio, cuando las necesidades colectivas así lo exijan.

La construcción, operación, rehabilitación, mantenimiento y conservación de los sistemas de agua potable y alcantarillado de la cabecera municipal y de las diversas comunidades.

**Órganos auxiliares.** Para el mejor funcionamiento del Ayuntamiento y su más eficaz desconcentración territorial, se contarán con los siguientes órganos:

- Comisarías y Delegaciones.
- Consejos Consultivos de Comisarios Municipales.
- Consejos Consultivos de Ciudadanos de las Delegaciones Municipales.
- Consejos Consultivos de Presidentes o Comisarios Ejidales y de Bienes Comunales.
- Consejos de Colaboración Municipal.
- Consejos de Presidentes de Colonias.
- Consejos Consultivos de la Ciudad.
- Consejos de Urbanismo.
- Consejos del Fondo Social de Obras.
- Cronista Municipal.
- Comités de Desarrollo Indigenista.
- Centros Microregionales de Servicios Públicos.
- Consejo de Comunicación Social.

Cada consejo o comité tiene una tarea específica que cumplir, pero el que nos importa dada las características del tema, es la implementación, integración y función del Consejo de Comunicación Social.

Éste estará integrado ineludiblemente por el presidente municipal, el responsable del área de comunicación social, el cronista de la ciudad y algunos de los funcionarios municipales.

Su función será el de brindar todas las facilidades y garantizar el trabajo de la Unidad de Comunicación Social. Dicho consejo influirá determinadamente en las políticas de comunicación y representará un órgano que tendrá la capacidad de proponer la línea editorial del contenido de los mensajes y la información que se publique en la prensa escrita o que se produzca en los medios electrónicos.

Este consejo propondrá la creación de un departamento de Atención Ciudadana dependiente de la Unidad de Comunicación Social, el cual tendrá como propósito orientar a la ciudadanía sobre los servicios, planes y programas que ofrece la administración municipal.

Este servicio se ubicará en un espacio o stand justo en la entrada del edificio que ocupa el H. Ayuntamiento Municipal, en el cual estará adscrito personal capacitado, para brindar información a las personas que así lo soliciten y que no sepan a que oficina o dependencia deban acudir para resolver sus problemas.

Dicho stand estará dotado de folletos, trípticos, gacetas municipales, tarjetas, boletines informativos y demás material publicado o producido por la Unidad de Comunicación Social.

Este servicio es similar al que muchas dependencias denominan módulo de información, la diferencia es que sería la primera vez que se implementaría un servicio con estas características en el Ayuntamiento, en el cual se tendrá el cuidado de atender con respeto, confianza y amabilidad, sin tener distingos partidistas y sociales, contribuyendo y promoviendo al mejoramiento de las relaciones humanas.

El mismo consejo promoverá y garantizará la comunicación institucional entre las diferentes áreas de la administración municipal. Esto con el objeto de unificar criterios y mantener una línea de trabajo en un mismo sentido. Para evitar la duplicidad de la información, o si se diera el caso, de evitar errores con respecto a la información de algún proyecto o programa.

Así mismo el consejo tendrá la facultad de coordinar a todas las áreas de la administración para que el flujo de la información entre las dependencias municipales, se haga en tiempo y forma, con la finalidad de facilitar el trabajo de edición de la gaceta municipal y de la programación en medios electrónicos.

**Comisarías y delegaciones municipales.** Las comisarías municipales son órganos de desconcentración administrativa de los Ayuntamientos y de la administración municipal, de participación vecinal y de carácter honorífico.

Para ser comisario se debe ser originario del municipio o tener residencia en el municipio que se trate no menor de dos años antes de la elección, saber leer y escribir, no pertenecer ni haber pertenecido al estado eclesiástico, ni ser ministro de algún culto, no pertenecer a las fuerzas armadas, ni tener mando de la fuerza pública tres meses antes de la elección y no haber sido condenado por delito intencional.

Las atribuciones del comisario municipal son :

- Aplicar los bandos, reglamentos y ordenanzas municipales bajo el control del presidente municipal.
- Cuidar el orden público imponiendo las sanciones administrativas y tomando las medidas de seguridad que las leyes, y el Bando de Policía y buen Gobierno previenen.
- Actuar como auxiliar del Ministerio Público del Fuero Común y del síndico procurador cuando sea requerido.
- Formular y remitir anualmente al Ayuntamiento el padrón de habitantes de la comunidad.
- Ejercer vigilancia en materia de salud pública.
- Dar cuenta al Ayuntamiento del estado de los caminos y de la infraestructura de riego.
- Conducir las labores de protección civil en casos de desastre.
- Aprender a los delincuentes en caso de flagrante delito y remitirlos a las autoridades competentes

**Consejos de colaboración municipal.** En cada municipio funcionará uno o mas Consejos de Colaboración municipal en los términos de Ley que establece las bases para la Participación de la Comunidad y de la Ley de Desarrollo Urbano del Estado para promover, cofinanciar y ejecutar obras públicas, o prestar conjuntamente servicios públicos.

**Consejos Consultivos de la ciudad.-** Cada Ayuntamiento contará con un Consejo Consultivo de la Ciudad que se establecerá en la cabecera municipal, y cuyos integrantes, incluido su presidente, serán designados y removidos libremente por el cabildo a propuesta del presidente municipal.

De entre sus facultades las principales son:

- Promover la participación de la comunidad en programas y proyectos de beneficio colectivo.

- Consultar a la ciudadanía sobre los asuntos que le remita con tal propósito al Ayuntamiento.
- Rendir opinión sobre las cuestiones que para tal efecto le turne el Ayuntamiento.

En ese sentido las áreas de participación ciudadana son: desarrollo y asistencia; justicia y seguridad pública; servicios públicos y desarrollo rural.

En cada municipio deberá promoverse la creación de comités ciudadanos de solidaridad social, de justicia y seguridad pública, de vigilancia y apoyo a obras y servicios públicos, y de apoyo a la vida municipal.

**Cronista municipal.** Los Ayuntamientos a propuesta del presidente municipal, designará al cronista del municipio, quien durará en su encargo 5 años, pudiendo ser confirmado ilimitadamente. Cuando se de el caso podrá el Ayuntamiento designar auxiliares del cronista municipal o cronistas por poblados distintos a la cabecera municipal quienes integraran el consejo de la Crónica Municipal.

Los cronistas municipales darán su opinión técnica en caso de que el Ayuntamiento edite libros, revistas, discos, películas, videos y otras formas de comunicación que tiendan a difundir y a preservar la vida municipal.



## 2.2 COMUNICACIÓN SOCIAL

**Comunicación.** El proceso de comunicación es la base de todo lo que llamamos social en el funcionamiento del organismo viviente. En el hombre, resulta decisivo para el desarrollo del individuo, para la formación y existencia ininterrumpida de grupos y para sus interrelaciones. Es un proceso social básico.

Gerbner la define como la interacción social por medio de mensajes, mensajes que pueden codificarse formalmente, mensajes simbólicos o sucesos que representan algún aspecto compartido de una cultura.

Otra definición muy clásica es la de transmisión de ideas, emociones, habilidades, etc., mediante símbolos; palabras, imágenes, cifras, gráficos, etc. El acto o proceso de transmisión es lo que, habitualmente, se llama comunicación.

La comunicación cumple con tres funciones principales:

- 1) Proporciona un esquema del mundo.
- 2) Define su posición con respecto a otras personas.
- 3) Lo ayuda a adaptarse con éxito a su ambiente.

**Comunicación social.** La comunicación social es fundamentalmente un proceso, ninguna de las acciones que implica la información, publicidad, propaganda y relaciones públicas cumplirá sus objetivos dentro de la comunicación social sino se efectúa un proceso.

En toda acción de la comunicación social es necesario considerar dos actores, es decir, el emisor y el receptor. Pero también el mensaje y el canal a través del cual se envía el mensaje. Asimismo hay que considerar la respuesta y su propio canal de retorno. Estos son los elementos más importantes para el proceso de la comunicación social.

La primera y la más importante de las claves de la comunicación social reside en que antes de emprender alguna acción, el emisor debe emprender un estudio perfecto del receptor, no solo debe saber donde está, sino también cómo es y porque es así.

La aplicación de la comunicación social no debe ser como un proyecto aislado, sino como una actividad permanente para alcanzar los objetivos propios de la administración.

Una política de comunicación social debe trazar ideales, señalar los procedimientos y justificarlos conforme a la ética de los principios republicanos; precisar líneas generales y objetivos por etapas, acopiar recursos materiales, económicos, políticos, y humanos para hacer perfectamente posibles las acciones programáticas, eso es lo que yo entiendo por política de comunicación social.

**Comunicación de masas.** La comunicación de masas es un proceso y, si bien para este tipo de comunicación resulta esencial la tecnología moderna bajo la forma de los medios masivos de comunicación, no debe confundirse la presencia de estos instrumentos técnicos con el proceso mismo. La comunicación de masas según la concibe Wright se distingue por las siguientes características:

- 1) Se dirige a auditorios relativamente grandes, heterogéneos y anónimos.
- 2) Los mensajes se transmiten en forma pública, a menudo a una hora conveniente para llegar de modo simultáneo a la mayor parte de los miembros del auditorio y son de naturaleza transitoria.
- 3) El comunicador suele pertenecer a una organización compleja que puede implicar mucho gasto.

En un momento dado, millares de personas en condiciones casi aisladas e impersonales reciben estímulos comunes. Son admitidas así a un tipo de espectro de experiencia social que sobrepasa la órbita de la vida social común y de la comunicación primaria: el proceso de comunicación masiva define y ubica los roles categóricos del comunicador (fuente) y comunicado (receptor); reduce o elimina la dimensión de las relaciones interpersonales en el proceso de comunicación; tiende a separar a los individuos de su entorno socio-cultural tradicional y extiende los horizontes de vida a un nivel y en dominio que sobrepasa el de la acción social ordinaria.

Todo acto de comunicación de masas puede descomponerse en 5 elementos: **comunicadores** que transmiten un **mensaje** por intermedio de un **canal** a un **auditorio** con algún tipo de **efecto**. La definición de comunicación de masas alude solo a los primeros 4 elementos; sin embargo, sus efectos son los que atañen hoy a la mayor parte del los habitantes de un mundo globalizado.

**Medios masivos.** La expresión medios masivos a menudo se aplica a los dispositivos técnicos por intermedio de los cuales tiene lugar la comunicación de masas. Pueden considerarse que los medios masivos incluyen:

- 1) Medios impresos: periódicos, revistas, libros, folletos, circulares para correo directo, carteles, escritura en el cielo y cualquier otro dispositivo técnico que lleve un mensaje a las masas.
- 2) Medios electrónicos: programas de radio y grabaciones de audio que apelan al sentido del oído; programas de televisión, películas y grabaciones en video que apelan tanto al sentido del oído como al de la vista.

Lo que diferencia a los medios masivos no es el instrumento mismo, sino la forma cómo se utiliza. Para ser calificado como medio masivo, el instrumento técnico no solo debe ofrecer la posibilidad de comunicación por vía de un dispositivo mecánico, lo cual determina una relación impersonal entre el comunicador y su auditorio, sino que también debe utilizarse de manera efectiva para comunicarse desde una única fuente con un gran número de personas.

En una sociedad de masas, los medios masivos se consideran fuentes de noticias verificadas. Los medios masivos son un fenómeno social, su surgimiento exigió dos condiciones:

- 1) una tecnología relativamente avanzada que produzca los instrumentos necesarios.
- 2) Un nivel concomitante de alfabetización de grandes masas de personas que les permita utilizar la información difundida.

**Comunicación política.** Es la comunicación que tiene los efectos reales o potenciales sobre el funcionamiento de un Estado u otra entidad política. La comunicación política es una actividad penetrante.

Todas funciones desempeñadas en un sistema político como la socialización y reclutamiento político, articulación de intereses, agregación de intereses, formulación de reglas, etc; se realizan por medio de la comunicación.

Tradicionalmente los que están en el poder han controlado la comunicación para lograr sus metas. Los jefes políticos tienen a manejar la información entregada a los habitantes.

Quienes tratan de gobernar o de lograr que el sistema político realice determinadas acciones o intenten cambiarlo, también explotan o intentan explotar el proceso de comunicación en propio beneficio: como el dar a la prensa la información seleccionada.

La comunicación es esencial en el ejercicio del poder. No se puede concebir el ejercicio del poder de un individuo sobre otro si no existe comunicación.

Para la organización política se utilizan varias instituciones importantes:

- 1) **Organizaciones:** partidos, sindicatos burocracias públicas, y otras organizaciones de masas capaces de reunir a la élite a la subélite y a amplios sectores de la ciudadanía.
- 2) **Grupos:** colectividades menos permanentes, menos institucionalizadas y menos dominantes, como las amas de casa.
- 3) **Medios masivos:** permiten a las élites hablar entre sí y las vinculan con otras cadenas.
- 4) **Canales especializados:** demostraciones y acontecimientos utilizados para la suma y articulación de intereses bajo circunstancias especiales.

Los gobiernos utilizan la comunicación política para influir en el comportamiento de los habitantes de otros lugares, ello incluye propaganda e información de sus oficinas de prensa.

La comunicación política es el conjunto de las instrumentaciones que permiten pasar de un orden a otro. Los comunicadores son los mediadores. La comunicación política va creciendo en importancia no es porque la política impongan una integración o unificación al conjunto de experiencias sociales, sino porque la vida pública invade por todas partes la acción política.

Es también el conjunto de procesos de significación pública de los sujetos sociales en torno al poder, el estado y la población, constituye el espacio mediático entre el público y los diversos aspectos de la vida social. Su papel es transmitir y hacer comunicable el discurso de los actores políticos, en especial entre el estado y la sociedad civil.

**Principales actividades de la comunicación masiva.** Pueden identificarse cuatro actividades principales de la comunicación masiva, que a veces se le pueden llamar funciones:

- 1) Vigilancia del ambiente: se refiere a reunir y distribuir información a la sociedad sobre acontecimientos tanto externos como internos. Lasswell lo denomina supervisión del ambiente, y es la función informativa de la prensa
- 2) Contribución a que la sociedad responda a su ambiente: a) interpretar acontecimientos del medio y b) prescribir conductas convenientes como reacción a esos acontecimientos. Lasswell la llama concordancia de las partes de la sociedad en respuesta al ambiente y se conoce popularmente como actividad editorial o de propaganda.
- 3) Transmisión de la herencia social: considerada por lo común como actividad educacional, comunica información, valores y normas sociales de una generación a otra, de los miembros de una sociedad o grupo a los recién llegados.
- 4) Entretenimiento: Se refiere a actos que persiguen sobre todo la distracción.

**La sociedad de masas.** La sociedad de masa se ha denominado una creación de la edad moderna y un producto de la división del trabajo, de la comunicación masiva y de un consenso logrado en forma más o menos democrático.

Una sociedad de masas se caracteriza por las siguientes condiciones:

- 1) Involucra a grandes masas de personas.
- 2) Los miembros de una sociedad de masas, en lugar de estar concentrados en grupos compactos locales están dispersos en zonas muy amplias.
- 3) Una sociedad de masas está muy influenciada por poderosas organizaciones burocráticas.
- 4) La estructura social de una sociedad de masas es, en teoría, igualitaria.
- 5) Una sociedad de masas es heterogénea en lo que respecta a religión, trasfondo mora, estilo de vida y acceso a posiciones de poder.
- 6) Los miembros de una sociedad de masas responden a los fenómenos de la cultura de masas y participan en ellos.

- 7) Los miembros de una sociedad de masas son individuos anónimos, que conocen a otros individuos de su grupo social local, pero no a otros miembros de la sociedad masiva.
- 8) Los miembros de una sociedad de masa forman rara vez un grupo organizado.
- 9) En una sociedad de masas una parte importante de la interacción se produce mediante el proceso de la comunicación masiva.

Por otra parte la cultura de masas es un conjunto de ideas y pautas de comportamiento compartidas que una sociedad compleja atraviesa a través de todas las líneas socioeconómicas y las agrupaciones subculturales. Estas ideas y pautas de comportamientos que habitualmente se comparten sirven para puntos de referencia e identificación para los miembros de la sociedad. A menudo la cultura de masas la denominan cultura popular.

La cultura de masas esta al servicio de los gustos del promedio, tiende a remodelar todo el arte, pasado y presente, para satisfacer las expectativas y exigencias de las masas. Un aspecto importante de la cultura de masas es el entretenimiento masivo que brindan los medios de comunicación masiva: experimentar placer mediante la televisión, la radio, la cinematografía, las novelas populares, los periódicos y las revistas.

**Publicidad.** Es la presentación y promoción de un producto, servicio o idea cuando tal presentación y promoción se identifica con un patrocinante que le paga.

La información publicitaria presenta información o comentario editorial acerca de un producto, servicio o idea, presentación que no se identifica con un patrocinante ni es pagada.

Ni la publicidad ni la información publicitaria son personales: ambas utilizan los medios masivos en lugar del contacto personal. La publicidad no solo trata de informar, sino de promover, por ejemplo, convencer a la gente de que compre un producto o servicio. La información publicitaria persigue informar, aunque es posible que, al hacerlo, como efecto colateral promueva un producto o servicio.

La publicidad puede clasificarse en: publicidad comercial que incluye la publicidad para el consumidor y la publicidad para las empresas comerciales; y la publicidad no comercial que es la de gobiernos e instituciones caritativas, grupos políticos, etc. De ello deriva la publicidad institucional cuyo propósito es mejorar la imagen de instituciones.

La publicidad puede clasificarse en función de los medios utilizados para transmitir el mensaje: publicidad en periódicos, publicidad radial, publicidad televisiva, etc.

También puede clasificarse de acuerdo con un criterio geográfico como. Publicidad, nacional, regional y local.

Por otra parte la información publicitaria presenta ciertas ventajas sobre la publicidad; al patrocinante no le cuesta nada, y aquellos a quienes va dirigida la aceptan mas fácilmente.

**Relaciones públicas.** Es un programa de acción que persigue lograr opinión pública favorable para una organización, institución o personalidad.

Las relaciones públicas son un esfuerzo consciente para motivar a las personas a influir sobre ellas mediante comunicación a fin de que tengan un buen concepto sobre la institución.

Tienen tres funciones principales e históricas: informar a la gente, persuadirla a integrar a unas personas con otras o entre instituciones. Son una herramienta importante de adaptación, interpretación e integración entre individuos, grupos y sociedades.

Saber como llevarse bien con el público es importante para todos y es mediante las relaciones públicas un individuo o grupo puede asegurarse de que las decisiones públicas se basan en el conocimiento y la comprensión.

Las relaciones públicas constituyen una función gerencial en casi todas las organizaciones actuales, se trate de una firma comercial, una oficina de gobierno, un sindicato o algún otro organismo. El objetivo es lograr el apoyo y la cooperación de las personas en las que la organización desea influir.

Otra definición sobre el mismo término establece que es una función gerencial que evalúa actitudes del público, identifica las políticas y procedimientos de un individuo u organización con el interés público y lleva a cabo un programa de acción para lograr la comprensión y la aceptación públicas.

Se dice que para llevar a cabo las relaciones públicas deben cumplir con una triple función:

- 1) Determinar y evaluar la opinión pública
- 2) Asesorar a la organización acerca de los modos de manejar la opinión pública en su estado actual.
- 3) Utilizar la comunicación para influir sobre la opinión pública.

En las relaciones públicas se asocian expresiones tales como: agentes de prensa, promoción del producto, información publicitaria, publicidad institucional y cabildeo.

A cargo de las relaciones públicas debe estar un especialista en comunicación que debe hacer lo siguiente:

- 1) Facilitar y garantizar la influencia de opiniones representativas de los varios públicos de una organización para que sus políticas y operaciones sean congruentes con los diversos puntos de vista y necesidades de aquellos
- 2) Aconsejar a la organización acerca de los modos y medios de modelar sus políticas y operaciones con el fin de lograr la máxima aceptación del público hacia o que juzga esencial para favorecer a todos los involucrados.
- 3) Interpretar con amplitud y criterio de utilidad las políticas y operaciones de una organización.

**Propaganda.** La propaganda constituye un sistema difusor e impulsor con propia definición, la propaganda política encuentra su inicio formal durante la revolución francesa, empleando recursos elementales como panfletos, oradores, el himno de La Marsellesa, la manifestaciones populares hasta la toma de la Bastilla.

La propaganda expresa la opinión o la acción realizadas por individuos o grupos que deliberadamente persiguen influir sobre las opiniones o acciones de otros individuos o grupos con objetivos predeterminados.

El objetivo no es tanto influir profundamente sobre le individuo, como lograr su apoyo para algún asunto inmediato, candidato o producto. Aunque parece evidente que la finalidad de la propaganda sea lograr la aprobación activa, de hecho es posible que solo busque consentimiento pasivo.

Existen siete artificios de la propaganda:

- 1) Dar un mal nombre: dar una idea un mal rótulo. Se utiliza para que rechacemos o condenemos un idea o un programa sin analizar la información pertinente.
- 2) Generalización resplandeciente: asociar algo con una palabra de virtud, se utiliza para hacernos aceptar o aprobar algo sin examinar la información pertinente.
- 3) Transferencia: transportar la autoridad, ratificación y prestigio de algo respetado y reverenciado a alguna otra cosa para volverla aceptable.
- 4) Testimonio: hacer que una persona respetada u odiada afirme que una determinada idea, programa o persona, es mala.
- 5) Gente común: método por el cual un orador intenta convencer a su auditorio de que él y sus ideas son buenos porque son del pueblo, de la gente común.
- 6) Preparar las cartas: implica la selección y utilización de hechos o falsedades, ejemplos o confusiones y afirmaciones lógicas e ilógicas para dar la mejor o peor defensa posible de una idea, persona, programa producto.
- 7) Vagón de cola: el propagandista intenta convencernos de que todos los miembros de un grupo del cual formamos parte aceptan su programa y que, por lo tanto, debemos seguir a nuestro círculo.

La propaganda construye la opinión pública, es uno de sus impulsos mas fuertes. Para este efecto es completamente válido llamar propaganda a la difusión de ideas.

Por eso se expresa Rovigatti, "si yo les comunico que un país se ha levantado contra su jefe, es una información, pero si yo les digo que un país se ha levantado contra su dictador y pongo en ello calor y emoción, estoy haciendo propaganda". El mismo autor proporciona elementos para una definición de propaganda: a) el arte de hablar a quien no puede o quiere escuchar, b) superando prevenciones y prejuicios, c) recurriendo al sentimiento y a la fantasía.

Los objetivos de la propaganda no son modificar ideas o posiciones doctrinarias, sino fundamentalmente hacer asumir al hombre una actitud y un comportamiento en el plano operativo.

La propaganda hace un llamado al sentimiento, a la fantasía, a la imaginación. Da un matiz emotivo, es hasta cierto punto impuesta, no quiere el juicio crítico, quiere la seducción, no quiere una aceptación razonada, quiere una simple adhesión.

Para el campo político es fundamental la relación entre pueblo-ideas-decisiones-historia.

**Opinión pública.** La expresión opinión pública es muy antigua. Maquiavelo, el estadista italiano del siglo XVI señaló que un hombre sabio no debe desentenderse de la opinión pública; y Rousseau observó que, en el cambio social, los gobiernos no pueden adelantarse mucho a la opinión popular y que se apoyan más en esta que en el derecho a la coerción.

La opinión pública se trata de un fenómeno tanto individual como masivo, aunque mas habitualmente se considera como un fenómeno masivo, como la suma y expresión de opiniones individuales acerca de un asunto público realizadas de manera que puedan llegar a conocimiento de quines deben tomar decisiones públicas. Esta aspecto es el que mas interesa a sociólogos, científicos políticos, funcionarios de gobierno, periodistas y otras personas a quines concierne el funcionamiento de los grupos sociales y el gobierno democrático representativo.

Elementos principales de la opinión pública son:

- Marco mental predominante: supone la reunión de un número significativo de opiniones privadas, lo cual distingue esta posición de todas las demás sustentadas y le confiere su peso y su fuerza.
- Un conjunto de opiniones distintas: sugiere que, sobre una cuestión determinada, habrá dos o más, quizá muchos, puntos de vista. El término opinión atiende a una expresión verbal, mas que a un sentimiento, un



estado o una creencia o valor religiosos o filosóficos profundamente sostenidos.

- Expresado públicamente: significa que esta posición se comunica de modo que llegue a conocimiento de quienes formulan las decisiones públicas.
- Un número significativo de personas: la opinión es expresada por el suficiente número de individuos como para producir algún efecto, sea por su cantidad o por su fuerza.
- Una cuestión de interés general: una situación contemporánea que atañe a muchas personas y acerca de la cual hay probabilidad de desacuerdo.

A menudo se describe a la opinión pública en términos de intensidad y dirección. La intensidad indica con cuanta fuerza expresan las personas su opinión sobre un problema, mientras la dirección señala el color de la opinión: si están a favor, en contra o son neutros con respecto a un tema determinado.

La opinión además de volumen (número de personas que la comparte) debe tener una cierta persistencia para clasificarse como opinión pública. Dentro de una colectividad, una simple mayoría de opinión es insuficiente para constituir opinión pública. Pero tampoco se necesita unanimidad ni consenso.

La opinión pública, siempre en retroceso y avance como la marea, es el peso de opinión que se da en algún lugar entre la mayoría y el consenso y que la minoría que se opone se siente obligada por convicción y no por miedo a aceptar.

El proceso de la opinión pública encierra dos elementos: la situación de la opinión pública y el producto de esta situación.

La situación de la opinión pública comienza con el sentimiento masivo ya que existe en una sociedad, en la que se introduce una cuestión o asunto acerca del cual la gente tiene diferentes puntos de vista, las personas a quienes afecta comienzan a formar un público. En una democracia surge a hora la parte crítica del proceso de la opinión pública, o sea la etapa de debate, en la cual lo que mas importa es la discusión, pero incluye también propaganda, publicidad, acontecimientos montados, encuestas publicadas y todo lo que pueda moldear la opinión. La base para esta discusión pública es el sentimiento masivo de las personas que moldea la discusión, pero es a su vez moldeado por ella.

Después de un periodo de debate prudencial, el resultado es opinión pública. Por lo general luego de desarrollarse cierta acción social, la cuestión se reemplaza por otra. En algunos casos la resultante de la situación de la opinión pública, se inclina tanto por una posición que ésta llega a ser un valor de la sociedad y se incorpora al sentimiento masivo.

**Líder de opinión.** Los líderes de opinión son en la comunidad los individuos informados y que inspiran confianza, por medio de los contactos personales cotidianos en el contexto del grupo primario influyen sobre otros en lo relativo a la formación de decisiones y opiniones.

Puede haber dirección colectiva, secretariado, colegio directivo, comité central, gabinete de gobierno, presidium, consejo de administración, etc. Pero toda organización necesita una voz autorizada para expresarse y para ejecutar las decisiones, aunque sea por tiempo definido y hasta por una ocasión concreta. Estas razones indican la presencia de un líder.

Existen cuatro formas del ejercicio del liderato:

- 1) **Autoritario:** Es el tipo clásico del dictador o jefe político, del cacique que se reviste del poder absoluto y absorbe enteramente la iniciativa del grupo, polarizando en su persona, tanto la capacidad de planear como la de decidir y controlar todos los actos humanos.
- 2) **Paternalista:** Es aquel que absorbe las iniciativas. Con su buena voluntad trata a sus compañeros como hijos menores.
- 3) **Demagogo o manipulador:** La influencia que ejerce la aprovecha en beneficio personal, de otras personas o de otros grupos, sin importarle el progreso individual de los miembros y la misma acción de su grupo.
- 4) **Democrático:** Este es el auténtico líder. Es el líder funcional en la acepción de la palabra, es el más capaz de coordinar la acción y está identificado con los ideales y propósitos del grupo. Su influencia es más por sugestión y persuasión que por coerción o dominación. Su papel principal es el de la inspiración en lugar del de la dominación.

Las funciones del líder son la previsión, planeación, organización, control, defensa, preparación, representación, ejecución y creación.

El valor de líder en la vida comunitaria es indiscutible, representa la dirección responsable de las aspiraciones de todos. Y debe ser el primer servidor, desde el punto de vista propagandístico el líder se convierte en modelo de opinión pública.

**Encuesta.** La encuesta es un estudio descriptivo especial de la opinión pública. Se interroga una muestra de una población definida que, por lo general, representa a toda la población adulta de un país, estado o municipio y se determinan entonces las opiniones de los componentes de la muestra acerca de diversas cuestiones.

Desde el punto de vista de la sociedad, las encuestas de opinión sirven a objetivos tan útiles como determinar los intereses públicos de la gente y mantenerse al corriente de las tendencias de la opinión pública. Desde el punto de vista de un candidato para un cargo público, permiten llevar a un máximo su fuerza potencial, determinar el contexto más apropiado para encarar una cuestión y apuntar las debilidades de un adversario.

La importancia de las encuestas y los sondeos radica principalmente en el valor que tiene como indicadores de una actitud que en potencia existe en la

opinión pública y que es precisamente la que el propagandista aprovecha para motivar, apelando al sentimiento y a la fuerza.

### 2.3 DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

A través de la dirección de comunicación social se instrumenta el flujo informativo entre los actores políticos del ámbito público y los periodistas de los medios de comunicación masivo, tales como los periódicos, la radio, la televisión y las agencias informativas que a su vez funcionan como mediadores simbólicos del discurso entre las instituciones de poder y la sociedad civil.

Las direcciones de comunicación social en el ámbito público se amplían y profesionalizan su labor en pos de las áreas de comunicación social para ser más versátiles en su labor institucional y amplían las estrategias y recursos de promoción de la imagen pública.

Comunicación social en dos enfoques, como áreas técnicas de las fuentes informativas de los medios periodísticos y como espacios institucionales de intermediación discursiva en el ámbito público entre el estado y la sociedad civil. Gradualmente han adquirido. Los conceptos trabajados del periodismo, como una forma de la significación de la realidad pública y de la comunicación política en tanto un reconocimiento y asunción del vínculo entre la labor comunicacional y el poder.

La comunicación en una organización ocurre en un contexto sumamente estructurado y esa estructura organizacional limita y guía los flujos de comunicación. Con el hecho de conocer la estructura formal de una organización, se puede pronosticar y proyectar mucho acerca de la naturaleza de los flujos de comunicación.

"Existe un falso concepto común respecto de los problemas de comunicación en las organizaciones esto es, que el problema principal son los flujos restringidos, y que la solución es despejar los canales de comunicación bloqueados"<sup>16</sup>

El descubrimiento del papel vital de la comunicación condujo a un aumento de información como solución a muchos problemas organizacionales. El lema según Katz y Kahn era más y mejor comunicación, pero sobre todo más. Sin embargo el problema y por consiguiente la solución, suele ser lo opuesto: el principal problema de la comunicación suele ser la sobrecarga de información, para lo cual la solución es, desde luego, no más información, sino menos.

Read cita lo que podría llamarse el mito de la comunicación más libre en una organización: "Parece que existe la muy creída noción de que para que las

<sup>16</sup> "LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES", Everett M. Rogers y Rekha Agarwala, pag. 95

organizaciones funcionen con eficacia, la información debe fluir en forma libre e irrestricta hacia arriba, hacia abajo y a través... Una vez que un poder de jerarquía, casi de cualquier clase, cobra existencia, el intercambio de información ya no es libre sino restringida, conformada y controlada, así que una de las funciones de más importancia de la estructura organizacional es restringir los flujos de comunicación para así reducir los problemas de sobrecarga de información<sup>17</sup>.

La investigación de la comunicación ha demostrado que los flujos de comunicación de mayor libertad o menos restringidos suelen causar con frecuencia mas problemas que soluciones,

El sistema de comunicación ideal es aquel en el que los flujos están parcialmente restringidos, en el cual la estructura esta diseñada en forma tal que la información llegue a los lugares con mayor necesidad.

Para encontrar información sobre las oficinas de prensa en la administración pública y su evolución en fuentes históricas y hemerográficas resulta difícil y desalentador. Al parecer, la ciencia de la administración todavía no llega a este nivel, se conoce poco sobre la procedencia y el desarrollo orgánico y funcional de las denominadas anteriormente "oficinas de prensa" y que, por su fisonomía administrativa y estatus legal, se fueron convirtiendo en "direcciones generales de información y relaciones públicas" con la tendencia a convertirse en "direcciones generales de comunicación social" (DGCS) por ser una denominación mas moderna y amplia que abarca, además de los aspectos tradicionales que manejan esta áreas, el manejo predominante de recursos electrónicos.

El origen de las oficinas de prensa esta ligado a la historia mismo del periodismo en el país, por lo que se establecen los hechos mas relevantes del inicio del periodismo en México, su fase de periodismo político y su proceso de industrialización con el Imparcial (1911). Se nota la participación de la prensa en el periodo de institucionalización del poder (Obregón- Calles, el maximato y Cárdenas), así como la creación de las primeras oficinas de relaciones públicas y prensa gubernamentales que empiezan a hacer la labor con los periodistas especialmente en los periodos presidenciales de Miguel Alemán y Ruiz Cortines.

La transformación de las oficinas de prensa en áreas de comunicación social durante el periodo de José López Portillo, la discusión mundial del derecho a la información y los últimos signos del Estado paternalista.

Ante la apertura derivada de la crisis de 1968 aparecen oficinas de prensa en los partidos de oposición, universidades y en el sector privado que se organizan en Cámaras. Finalmente surgen oficinas de prensa o funciones en esta línea de la sociedad civil mediante los Organismos no Gubernamental.

---

<sup>17</sup> IBIDEM pags. 95-96

Sólo por mencionar este fenómeno en el ejercicio de la administración pública, en una retrospectiva histórica en el caso del Estado mexicano, a partir de 1915, en la presidencia de Carranza, el responsable de la Oficina de Publicidad y Prensa de la Revolución, quien se encargaba de allegar periodistas de los medios escritos, en aquel entonces únicos, en una época donde no existía el boletín de prensa y la información pública se vertía a través de articulistas simpatizantes y amigos del régimen.

De modo similar Francisco I. Madero mantenía a su lado a periodistas y articulistas que fueron en realidad sus voceros de comunicación e información<sup>17</sup>, como Juan Sánchez Azcona, Filomeno Mata y Fernando Iglesias entre otros distinguidos intelectuales.

Victoriano Huerta contó con Querido Moheno y Nemesio García. Obregón fue respaldado por la pluma de José Vasconcelos. Por su parte Calles se comunicaba con la prensa a través de su yerno que, como secretario particular, era el verdadero director de prensa. Así se establecían las relaciones entre gobierno y medios escritos, en una época en que el aparato burocrático nacional no acababa de institucionalizarse; en consecuencia, los canales de información se basaban en relaciones personales directas.

Durante el maximato (1928 – 1934), la Secretaría de Gobernación creó la Dirección General de información, unidad que empleó personal encargado de coordinar la información gubernamental emanada de las secretarías de Estado y de los departamentos administrativos, donde no existían todavía oficinas de prensa.

Esta actividad se reservaba a los secretarios particulares, como responsabilidad inherente a sus funciones, quienes se coordinaban directamente con los denominados reporteros oficiales, clasificados como publicistas que cubrían las distintas fuentes públicas, distribuidas uno por cada dependencia de Estado; era pues, un reportero comisionado en la Dirección General de Información de la Secretaría de Gobernación a quien se le encargaba la función de proporcionar el contacto personal e institucional con los periodistas y de otorgarles todo lo necesario para su labor.

Posteriormente, al crearse el Departamento Autónomo de Prensa y Propaganda, el control de las funciones en el ámbito de la comunicación de la Secretaría de Gobernación. Fue en el tiempo del presidente Lázaro Cárdenas, quien lo creó el 31 de diciembre de 1936.

En un dato más acerca de las oficinas de prensa en su evolución y desarrollo en la administración pública en México, durante el periodo del presidente Miguel Alemán se da la creación de los Departamentos de Prensa en cada dependencia gubernamental, que son los que realizan los boletines con la información oficial

diaria y nombra en la propia Presidencia de la República al encargado de prensa y relaciones públicas a Manuel Espejel Álvarez.

A partir de ésta época se han ido fortaleciendo presupuestal y funcionalmente estas dependencias, debido a que, conforme el volumen administrativo de las propias dependencias creció, lo hicieron las unidades de información pública y las necesidades de coherencia y unidad informativa.

Al interior de las propias dependencias de Estado la información se solucionó a través de éstas y del boletín informativo. Pero, en contra parte, acarreo consecuencias fatales para el trabajo reporteril en el seno del sector público.

Los reporteros iban en busca de otro tipo de información y solo obtenían el boletín. El tiempo y la costumbre empezaron a arraigar la rutina de llegar por el boletín informativo entrado el día y ello empezó a provocar el fenómeno que subsiste aún: la uniformidad de la información.

Sin embargo el boletín informativo continua siendo el principal canal de información de los gobiernos en todos los niveles, federal, estatal y municipal, esto por su bajo costo de producción y el carácter opcional de difusión que tiene para el periodista de la fuente.

Las direcciones generales de comunicación social surgen como oficinas de relaciones públicas durante el gobierno cardenista, como parte de la fase final de institucionalización del poder corporativo PRI-Gobierno. La consolidación de esta figura institucional de atención a la prensa se da en los sexenios de Ávila Camacho, Miguel Alemán y Ruiz Cortines. Un dato ilustrativo es que con Miguel Alemán se realiza por primera vez el 7 de junio de 1951 la reunión del presidente con los propietarios y directivos de los medios de comunicación en lo que después sería el día de la Libertad de Prensa, reuniones anuales que hasta la fecha se realizan y cuyo fin central es que los medios agradecen al Ejecutivo el respeto de la libertad de expresión.

Como parte del país las áreas de comunicación social funcionan como el canal entre el gobierno y los periodistas desde un enfoque corporativo de beneficios mutuos, desde una lógica clientelar y controladora.

Estas mismas operan los mecanismos de control sobre la información que sale al ámbito público mediante los medios de comunicación, de acuerdo con los intereses políticos del propio régimen. De esta forma tanto los subsidios directos e indirectos del gobierno hacia la prensa como las advertencias y censuras se realiza a través de los responsables de estas áreas.

Un mecanismo altamente eficiente se desarrollaba todo el tiempo por medio de publicidad gubernamental, sobornos y chayos, operan como inhibidores de la libertad de expresión logrando en teoría orientaciones informativas estabilizadoras.

López Portillo propone crear las Direcciones General de Comunicación Social, las cuales pretendían una mayor integración de la acción comunicacional de las instituciones (modalidades tales como oficinas de prensa, de relaciones públicas, de divulgación, etc) bajo una planeación centralizada que diera coherencia al gobierno y a la vez, incorporar la función de ser vigilante del derecho de la información a la ciudadanía al monitorear los contenidos informativos de los medios.

Ese concepto implicaría modificar las funciones de las antes llamadas oficinas de prensa, las cuales deberían de actuar bajo el imperativo de garantizar acceso igual a la información de sus instituciones, por encima de la imagen que proyectara dicha información. Supondría también una acción supervisora del gobierno frente a los medios de comunicación que actualmente se hace con fines analíticos.

La creación de las direcciones generales de comunicación social se dan con las siguientes características:

- El boom de la comunicación y el debate sobre el Derecho a la información
- Auge petrolero y crisis económicas., el sexenio de la corrupción y el nepotismo con López Portillo.
- Proyectos de las áreas de comunicación social, una nueva perspectiva en una vieja función.
- La sociedad civil, los organismos internacionales y otros actores promueven oficinas de prensa para proyectar su lucha y acciones.

En el proceso de transición de oficinas de prensa en áreas de comunicación social por los siguientes planteamientos:

- Nuevas demandas del ámbito público.
- Las inercias de las prácticas del viejo sistema político en actores políticos, medios de comunicación y las propias oficinas de prensa.
- Procesos de integración entre áreas de difusión, educación, divulgación y de comunicación social bajo estrategias globales de imagen institucional.
- Las oficinas de prensa de los nuevos actores.

El área de otras de organización diferentes privado y social.comunicación social en su operación. Se exponen las diferentes funciones sustantivas y operativas retomando las áreas de comunicación social gubernamentales y

- 1.- Papel de la oficina de prensa dentro de la institución.
  - objetivos y funciones.
  - posición dentro del organismo, su papel de asesor político

- marco jurídico, de política institucional y administrativo en que opera.

## 2.- Procesos de trabajo.

- estrategias informativas, proyectos de imagen institucional
- información, elaboración de productos y programación de acciones, evaluación, monitoreo, apoyo informativo, atención a medios y organización de eventos.
- estructuras de organización funcional y aspectos administrativos.

## 3.- Niveles de trabajo.

- hacia medios de comunicación: directivos, reporteros, editorialistas.
- hacia líderes de opinión.
- hacia otros sectores e instituciones
- hacia otros municipio y entidades.

Dado que nos encontramos en un proceso de transición, la relación medios-gobierno incluye expresiones de simbiosis corporativa y de desregulación y liberación del ámbito público, aunado a un iterativo modernizador de las empresas comunicacionales como parte del mercado nacional y global.

La publicidad gubernamental, los privilegios o condonaciones fiscales, la tramitación de créditos preferenciales y la inclusión en nóminas o chayos a periodistas. Las prácticas de corrupción y subsidio resultan insostenibles en el nuevo contexto político y sobre todo económico.

**Ética profesional:** La ética profesional que sirva de parámetro para la labor en cualquier área de comunicación social en el marco de la transición del ámbito público y sus funciones tradicionales. La ética profesional es una herramienta que guía la acción y responde a principios políticos y filosóficos ante la realidad, es decir que actitud tengo frente a los hechos, una toma de postura, una asunción política consiente de tu ser frente a la vida que marque la ruta y/o los métodos haremos uso de ellos en la acción comunicativa.

Una ética resulta especialmente relevante en una actividad como la del comunicador, del periodista, desde el medio o la institución, ya que nos involucra de múltiples maneras con el poder público.

Definido como fuentes a las instituciones u organismos que generan periódicamente hechos noticiosos por su participación en el ámbito público como las presidencias municipales.

El área de comunicación social se considera parte o representante de una fuente informativa en la medida en que surgen con el propósito de canalizar la información institucional hacia los periodistas de los medios de comunicación, principalmente reporteros, mediando y organizando sus demandas informativas y de entrevistas y reuniones con titulares o líderes del organismo al que pertenecen.

El área de comunicación social es hacia el exterior el contacto operativo de las instituciones con los medios de comunicación y hacia el interior la instancia de



planeación estratégica de imagen política de los organismos o instituciones en el ámbito público.

La importancia de discutir sobre la ética profesional radica en su utilidad práctica y pragmática como su guía valorativa de una acción consciente-comprometida de la profesión, así como en su cualidad comprensiva del contexto espacial y temporal de la persona en una colectividad específica.

Es por tanto un referente dinámico de la actitud, posición, pasión de un profesionista en su acción laboral cotidiana, siendo un deber ser que por elección se decide ser viable en un espacio predeterminado, y como tal marco los márgenes de transformación del entorno, del profesionista y de si misma.

En contar con una ética obliga a poner en juego nuestras libertades (azar, voluntad, conciencia de sí) y sometimientos (destino determinaciones externas, inconsciente) en pos de la congruencia entre el pensamiento y la acción, entre el deber ser y la existencia. Solo en esos dilemas cotidianos podemos aplicar creativamente las herramientas de nuestra profesión.

Esta guía valorativa autotransformadora es básica en una profesión tan ligada al poder público en cualquiera de sus expresiones. Esos marcos valorativos sistemáticamente son construidos en la realidad y para su cambio-permanencia, desde la vivencia del momento presente.

Replantear la forma de trabajo en el área de comunicación social.

- Seguimiento del ámbito público y de la institución dentro de éste de una manera mas acorde al ajuste estructural, cuya detección con el monitoreo tradicional es insuficiente.
- La atención exclusiva de la parte periodística de la comunicación institucional, priorizada o incluso desconectada de otras modalidades resulta insostenible frente a un ámbito público inestable, con actores y escenario políticos movibles y una creciente dificultad para lograr una presencia de credibilidad. Debe revisarse el quehacer planeador y prospectivo de la tarea comunicacional para mejorar su eficacia.
- La diversificación tecnológica de las comunicaciones obliga a evaluar los espacios o dimensiones del ámbito público en términos de quines lo consumen, la contaminación entre estos públicos diferenciados y la pertinencia de los contenidos institucionales a los diferentes lenguajes de estos. Los productos y acciones tradicionales son evidentemente limitados frente a esta realidad.
- La revaloración del papel de la información hasta ahora otorgado que la subordina al vínculo directo con los medios y cuya sustentación se disuelve paralelamente al achicamiento del estado frente al surgimiento y ampliación de otros actores políticos. En la globalización, la información adquiere carácter estratégico a la par de la concertación política.

Hacia el interior del área de comunicación social se planea y organiza el flujo informativo de las áreas sustantivas sistematizando y adecuando la información para que sea comunicable: establece el marco jurídico y político que como institución le delimita como actor político y derivado de dicho ejercicio asesora al titular sobre la proyección o imagen del organismo en el ámbito público.

Hacia el exterior planea, organiza y opera el flujo informativo del organismo hacia los medios, líderes de opinión y a través de estos hacia la población en general estableciendo la relación cotidiana con los periodistas de esa fuente.

Los procesos fundamentales son los siguientes:

- El diseño estratégico, en el cual se planea y define las políticas informativas, las estrategias y acciones, productos y canales mas adecuados para proyectar la imagen institucional que se determine.
- El informativo que recopila, organiza y traduce los contenidos institucionales para que sean comunicables con base en las definiciones de imagen institucional a proyectar.
- La operación de las actividades programadas que suponen la organización y coordinación de los recursos humanos, técnicos y financieros disponibles para esta área.
- El seguimiento y evaluación que analiza la dinámica política y noticiosa y el papel del organismo en el ámbito público, así como la eficacia en las estrategias planteadas en función de sus propósitos de imagen.
- Las formas de organización estructural (organigramas) para llevar a cabo estos procesos de trabajo varían conforme el peso y valoración de la importancia de esta área así como de los recursos disponibles en el organismo o institución.

Las estrategias informativas conforman parte del proyecto de imagen institucional y se definen con base en los siguientes aspectos:

- Elementos internos: carácter del organismo, funciones y objetivos, intereses de la imagen a proyectar, contenidos-temas a abordar, recursos disponibles y margen de acción (grado de confianza del titular del área).
- Elementos externos: análisis del ámbito público en sus tendencias mas estables y aspectos volátiles; determinación del escenario y actores políticos en que se ubica e interactúa el organismo; valoración de la imagen pública vigente del organismo, favorables o desfavorables.

Con estos elementos es posible establecer qué se pretende lograr de la imagen institucional en los medios periodísticos y como conviene instrumentarlo dentro del ámbito público.

Las tareas operativas de el área de comunicación social pueden clasificarse en tres tipos: las de análisis e información, las de seguimiento y monitoreo, las de elaboración e instrumentación de productos e insumos para acciones y las de

apoyo técnico y logístico. Los recursos implicados son el propio personal, la infraestructura material y el presupuesto.

Los alcances y límites de la unidad de comunicación social muchas veces son determinados por la correcta o inapropiada administración de los recursos.

Los componentes centrales de la relación medios-gobierno han sido desde el México posrevolucionario los siguientes:

- Dependencia y beneficios mutuos que los entrelazan y comprometen.
- Vínculo político y económico que otorga estatus particular y privilegiado de uno frente al otro.
- Prioridad del vínculo sobre la información motivo original de la relación.
- Hipersensibilidad a los cambios de reglas del juego político de dicha relación.

El área de comunicación social son la instancia de los gobiernos que operan esta relación, mediante el flujo informativo y como tal reflejan la simbiosis estructural del que se ha llamado un matrimonio.

Quiero definir que la comunicación social aglutina los aspectos de las relaciones públicas, las interrelaciones y los mecanismos para el desarrollo y realización de las actividades relativas a los programas y estrategias de información y difusión que vinculan a una institución pública, con la sociedad y los medios de comunicación, de una forma coherente y uniforme, que contribuyan a consolidar la imagen y presencia, en este caso, de la administración municipal, en el ámbito político, productivo, social y económico.

Entre sus funciones principales están las de proponer los mecanismos e instrumentos de comunicación interna y externa, para la difusión y divulgación de las acciones y resultados del quehacer gubernamental, así como los proyectos de normas, políticas, programas, objetivos y metas para la integración y operación de la comunicación social, las relaciones públicas y la imagen institucional.

En ese sentido una administración municipal debe mantener la comunicación con todas las áreas administrativas del gobierno para asegurar la congruencia operativa en el desarrollo de las relaciones públicas y la comunicación social; establecer relación directa y permanente con los representantes de los diversos medios de comunicación masiva.

En los niveles de comunicación político – administrativas se necesitan dos tipos de instrumento como es el manual de organización y el reglamento interior a fin de ejercer y eficientar el quehacer administrativo y comunicativo.

“Se dice que dentro de cada organismo que forma parte de la estructura de la administración pública en México funciona, debidamente organizado y jerarquizado, todo un sistema de comunicación oficial: desde la Presidencia de la República hasta la presidencia municipal, pasando naturalmente por las

gubernaturas de los estados y las secretarías del Ejecutivo, que siempre han contado por lo menos con una oficina de prensa<sup>18</sup>

En el orden central - federal y el orden estatal son los dos tipos grandes de organización de la administración pública, y es en ellos donde justamente suele darse la comunicación política-administrativa en mayor medida, sin embargo, rescatando la esencia del presente trabajo, que se refiere a la comunicación social en el orden municipal, debe de iniciarse con una labor de gran dimensión y proyección, en donde puedan aplicarse teorías comunicativas y las nuevas tecnologías en función de la administración pública municipal.

Básicamente en este proceso en donde la transmisión de datos, noticias, informes y conocimientos, tenga efecto, se requiere ajustarse al proceso que todo tipo de comunicación presupone: la fuente, el código, el mensaje, el canal, la decodificación, la recepción y para efectos del ejercicio de la administración pública, se necesitan la comprensión, la transferencia y la autoevaluación.

El área de comunicación social debe fungir como vocera de la presidencia municipal, coordinará las publicaciones de la administración, las relaciones públicas y los aspectos protocolarios de eventos y ceremonias.

En lo que refiere al trabajo de una oficina de comunicación social y el establecimiento de una política para trabajar con los medios de comunicación masiva, en Tixtla, Gro, es una actividad relativamente nueva, tomando en cuenta que hace apenas seis años se dieron los primeros intentos por integrar esta oficina en el aparato de la administración municipal.

El trienio de 1996-1999, el funcionamiento en el rubro de la comunicación social se concentraba en el departamento de actividades cívicas, sociales y culturales, labor que realizaba un profesor de educación primaria, quien además de encargarse de los eventos culturales y cívicos, era conductor de un programa en la televisión local que difundía información oficial.

En tanto la relación con los periodistas y los medios de comunicación de la región se caracterizó por ser distante y efímera, promoviendo la práctica del embute o chayote.

En el siguiente periodo que comprende los años de 1999-2002 el gobierno municipal integró formalmente el área de comunicación social en el organigrama de la administración.

Sin embargo, el nuevo gobierno cometió los mismos errores y designó en dicha oficina a personal empírico que no cumplía con el perfil profesional requerido o afín, además de no tener ninguna formación profesional, técnica o experiencia en el trabajo de la comunicación social.

<sup>18</sup> "LA COMUNICACIÓN SOCIAL, UNA EXPERIENCIA PRÁCTICA", Parra Hernández Jorge, pag 12.

En consecuencia el resultado fue un trabajo de poco perfil y de errores continuos, sumados a la nula planeación y a un trabajo sin objetivos definidos, reflejo que evidenció la carencia de un proyectó o plan anual, semestral o mensual de trabajo.

Ambos gobiernos, citando a los que inicialmente implementaron un área de comunicación social se caracterizaron por llevar a cabo políticas de comunicación sin referencias profesionales, carentes de ética y de un política definida. Al grado que en ocasiones se dio el acoso a periodistas, amenazándolos con atentar contra sus derechos, su integridad física y profesional.

Además aplicaron una política que se estableció en contra de la libertad de expresión, mediante la compra de todos los ejemplares de publicaciones como diarios o semanarios que se voceaban en la ciudad y que contenían información de carácter crítico en contra del gobierno municipal, poniendo en evidencia a los funcionarios, regidores de la comuna y al propio presidente municipal. Esa fue a grandes rasgos la manera de trabajar de las administraciones pasadas.



ORGANIGRAMA DE LA DCS QUE FUNCIONA DE 1999 A LA FECHA.

### **3.- PROPUESTA DE UNA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Políticas públicas de comunicación.** Toda área, departamento u oficina de comunicación social en el ámbito de la administración pública o gubernamental debe seguir una política de información, todo ello aplicado en el contexto político, social, económico y regional de la institución pública de la que se trate, por ello en la unidad municipal se proponen las siguientes:

1.- La elaboración y difusión de la información oficial implica una alta responsabilidad para el personal de la Unidad de Comunicación Social. Los boletines, fotografías, videos, audios, spots y publicaciones se deben planear, producir y difundir en base a procedimientos establecidos por el estilo periodístico y la línea editorial del gobierno municipal en turno.

2.- El objetivo de la difusión no tiene sólo el propósito de hacer llegar la información a los medios de comunicación, sino despertar el interés en la actividad gubernamental y consecuentemente, generar una opinión favorable de la población. Ello implica que la redacción debe ser clara, sencilla, directa, breve, creíble y oportuna.

3.- El material informativo que se produce para los medios de comunicación, está dirigido a una población heterogénea que difiere en edad, sexo, religión, nivel socioeconómico, educación, cultura e intereses, haciéndose necesario redactar la información de manera sencilla para que sea accesible para todos, privilegiando la claridad, en contraposición a la retórica. Debe evitarse el uso de muletillas, frases inapropiadas y largas citas discursivas, así como el manejo del lenguaje especializado, con el mínimo de datos numéricos.

4.- La información debe difundirse oportunamente, utilizando recursos técnicos y de estilo que faciliten la labor de los operadores de los medios de comunicación.

De esa manera, éstos podrán destacarla y mejorar su presentación y contenido. Por tal razón, la información habría que adaptarla a los recursos de modernización tecnológica disponibles, ajustándola a sus posibilidades creativas.

5.- La información debe diversificarse conforme al estilo de cada medio de comunicación, pues es obvio que una nota publicada en un diario, es diferente a la de un noticiero de televisión o radio. Asimismo debe planearse diariamente, para generarla de acuerdo a las necesidades institucionales. Notas entrevistas o reportajes para periódicos, con profusión de fotografías; textos cortos e inserciones para radio y televisión.

6.- La mayor parte de los boletines oficiales llegan a tener poco interés y aceptación en el público, por su estilo casi solemne, a veces considerado oficioso.

Por eso es necesario trabajarlo con un sentido más atractivo. Su elaboración tiene que pensarse creativamente tal como lo hacen los medios de comunicación con prestigio, buscando el convencimiento de los lectores y de la audiencia.

7.- Los espacios ganados en los medios de comunicación contribuyen a crear una opinión pública favorable. Cuenta la primera plana, pero también las secciones.

Por esta razón hay que utilizar con imaginación todos los géneros periodísticos que los medios pueden ofrecer. En suma, la redacción y la producción informativa, deben hacerse pensando en ganar el interés y la aceptación del público, a fin de lograr mayor credibilidad.

Se propone la creación de un área operativa vinculada directamente con el presidente municipal, la cual se encargará de centralizar la información proveniente de todas las áreas de la administración municipal y procesarla de acuerdo con la política del gobierno para difundirla masivamente.

Las oficinas de cualquier tipo tienen sus momentos de mucha labor y ocasiones en que reina la calma; pero, por su naturaleza, el área de comunicación social experimenta este flujo y reflujo más que ningún otro, cuando hay trabajo todo debe hacerse contra reloj, a la máxima velocidad, nada puede dejarse para mañana porque en el mundo de la prensa el mañana no existe.

En este caso los periódicos y en general toda la prensa escrita y los medios electrónicos, deben tener la información cuando la necesitan, en el mismo momento en que se produce, porque esa información no es de utilidad después de que ha sido publicada o difundida por otros.

Antes que nada es necesario establecer cuales son las verdaderas funciones de una Dirección de Comunicación Social y que ahora propondremos como **Unidad de Comunicación Social** y sobre todo su aplicación y desempeño en un Ayuntamiento que se encarga de gobernar un municipio con las características ya citadas en los anteriores capítulos.

Desde un punto de vista particular el área de comunicación social debe considerarse como el engranaje principal del fenómeno comunicativo del gobierno municipal con todos los habitantes y con los medios masivos de comunicación.

Y como tal, básicamente le compete una tarea en dos direcciones: tener a la prensa debidamente informada sobre las acciones gubernamentales y sobre todo las emprendidas por el presidente municipal, y al mismo tiempo presentar las cosas hábilmente para que la prensa reaccione a favor del gobierno y con ello mantener una imagen positiva, responsable y de honestidad en el trabajo ante la ciudadanía y sobre todo ante los detractores del gobierno en turno, los cuales seguramente son los diferentes partidos políticos.

Entre otras cosas debe ocupar la mayor parte del tiempo a los responsables del área de comunicación difundir una noticia importante ante la ciudadanía a través de los diversos medios de comunicación tanto electrónicos, como impresos, por lo que ésta tarea será la clave para el sistema y distribución del trabajo y lo que condicione el número y cargos de los que laboren en el área.

Las principales tareas que deben llevarse a cabo en la unidad de comunicación social, ya sea de carácter general o especializado, es redactar noticias o informaciones que puedan ser publicadas, además de distribuir fotografías e imágenes en video para proporcionárselas a los medios que las soliciten. Y en consecuencia la plantilla estará integrada por personas de pluma fácil y cerebro fértil, además de saber utilizar, o más bien, dominar el manejo de las cámaras de video y fotografía.

Así mismo para la resolución de los asuntos de la unidad, deberá tener una línea directa a la oficina de presidencia municipal, lo que va a permitir una movilidad más ágil y vertical en cuanto a decisiones políticas y prácticas.

Por ello en la nueva propuesta se dispone lo siguiente. A la Unidad de Comunicación Social le competen las siguientes atribuciones:

- Ejecutar y dirigir la política de comunicación social y relaciones públicas del Ayuntamiento.
- Normar, coordinar y orientar las actividades de difusión, comunicación y prensa.
- Preparar y organizar las giras del presidente municipal en los que se refiere a los aspectos de comunicación.
- Normar la participación del Ayuntamiento en ferias, exposiciones y eventos de comunicación social.
- Planear, dirigir, ejecutar y evaluar las campañas de difusión municipal, regional y estatal.
- Elaborar y distribuir diariamente a todas las áreas administrativas una síntesis informativa de los periódicos de mayor circulación en el estado y el municipio.
- Mantener informados a los servidores públicos y responsables de áreas de la administración municipal de los objetivos, programas, y actividades institucionales y de las corrientes de opinión que se generen en el municipio respecto a las mismas.
- Brindar apoyo a todas las regidurías, direcciones y departamentos del Ayuntamiento en el aspecto comunicativo, así como normar y coordinar las actividades que las mismas desempeñen en esta materia.
- Normar la formulación de libros, folletos y demás material documental, de acuerdo con el programa editorial que apruebe el presidente municipal.
- Realizar investigaciones de opinión pública que permitan conocer el efecto de las acciones del gobierno municipal.



La función general de la Unidad de Comunicación Social en Tixtla será la de coordinar la información y evaluar las necesidades comunicativas de las diferentes áreas de la administración municipal, entre otras como:

- Planear los lineamientos generales de los objetivos y funciones de la Unidad de Comunicación Social.
- Captar las necesidades de comunicación del ayuntamiento y del presidente municipal, jerarquizarlas y canalizarlas a las diferentes áreas, regidurías o departamentos para su funcionamiento en acciones concretas de información, difusión y análisis.
- Mantener un canal abierto y permanente entre todas las áreas de la administración municipal que permita el flujo de información para el cumplimiento de los objetivos.
- Coordinar las acciones que permitan monitorear la información que emite la prensa electrónica y escrita para proceder a la elaboración de documentos accesibles al servicio de la presidencia municipal y de las diversas áreas de la administración.
- Coordinar los trabajos de captura y redacción de la información para la elaboración del boletín de prensa u otros instrumentos útiles que permitan la comunicación y retroalimentación con los agentes externos del Ayuntamiento.

Es preciso recalcar la coordinación de las políticas de análisis de prensa, tanto para recibir como para emitir, a fin de mantener un proceso de comunicación constante en todos los sentidos y entre todos los agentes de la sociedad: nivel federal, estatal, líderes de opinión, intelectuales y opinión pública, A fin de que la Unidad de Comunicación Social logre sus propósitos de información y de formar consenso respecto del proyecto institucional.

“La eficiencia y oportunidad en el desarrollo de las funciones y actividades de cualquier organización descansa en buena medida en la claridad y fluidez de las comunicaciones que en ella se establezcan para la transmisión de la información.”<sup>19</sup>

Por otra parte, tanto hombres como mujeres que laboren en el área deben ser periodistas profesionales, capaces en todo momento de encontrar un nuevo ángulo desde donde enfocar una vieja noticia, un motivo, un tema determinado o de redactar una nueva información con material pasado. Además tienen que hacer un meticuloso estudio de sus medios. Generalmente las noticias que han de publicarse desde un ángulo de interés informativo, deben ser redactadas tomando en cuenta a los diferentes públicos que se les presente esa información.

---

<sup>19</sup> IBÍDEM, pag 56.

El personal de la Unidad de Comunicación Social deberá tener libertad para moverse dentro de la administración municipal con la finalidad de obtener la mejor información de los protagonistas de la acción gubernamental, como son el alcalde, el síndico procurador, los regidores o los directores de área.

A ello se agrega que el responsable del área deberá contar con un directorio telefónico y direcciones de sus domicilios, además de los números celulares para poder contactar a los funcionarios de la comuna, en el caso de alguna aclaración o emergencia para consultar una información.

Todo el personal de la oficina de comunicación social deberá tener conocimientos del trabajo de cada uno de los que laboran en dicha área, de no ser así, las enfermedades, las vacaciones o las ausencias inesperadas de la oficinas durante las horas de trabajo, pueden convertirse en retrasos que siempre hay que evitar. En resumidas cuentas; tomar fotos, video, redactar y manejar una eventual conferencia de prensa.

**Recursos humanos.** Luego de un análisis detallado de las funciones y objetivos del área de comunicación social de acuerdo a su posición en el esquema organizativo de la administración municipal, a su deber social y a la exigencia profesional que se requiere para el cumplimiento cabal del proceso comunicativo y de difusión de los objetivos planteados en el Plan Municipal de Desarrollo y en las acciones de gobierno del presidente municipal y su gabinete, se llegó a la conclusión de que la Unidad de comunicación social deberá estar formada por un responsable, dos reporteros y una secretaria.

Para la eficiencia operacional del área y en general en el ejercicio de la administración pública se le debe proporcionar toda la información necesaria a los trabajadores de las diferentes áreas para un desempeño óptimo.

Lo anterior se clasifica dentro de la gerencia pública en donde la información se entiende como el cúmulo de datos llenos de significado que comunican conocimientos útiles y, sobre todo, el insumo imprescindible de la gestión interna, pues permite la organización de los recursos humanos bajo una determinada dirección y bajo un mismo propósito, y su adiestramiento y capacitación en las técnicas y procedimientos a emplear.

Un ámbito de relación especial entre la gerencia pública y la información institucional son los sistemas administrativos de información donde convergen una serie de estas para planear, dirigir, organizar y ejecutar para ciertos fines oficiales. Esto se deriva en tareas rutinarias de gran volumen y que requieren rapidez, como archivos, pronósticos, informes, etc.

Los Sistemas Administrativos de Información (SAI) se definen como la transición de ser la burocracia tradicional a un conjunto de métodos, técnicas e instrumentos manuales y mecanismos empleando papelería como medio fundamental, a "una integración altamente organizada de ingenios físicos e

intelectuales, interactuantes, cuyos principales atributos son captar, identificar, seleccionar, clasificar, almacenar, procesar y proporcionar información en respuesta a las necesidades de la gestión administrativa organizacional, dentro de los lineamientos que marca la oportunidad contextual y política".<sup>20</sup>

Lo cual indiscutiblemente tendrá un valor de utilidad muy alto pues dinamizaría el trabajo de la Unidad de Comunicación Social y en general de todo el Ayuntamiento, agilizando y precisando el flujo de la información.

**Perfil profesional.** Con respecto a esto me permito definir el perfil del responsable de la Unidad de Comunicación Social, el deberá cumplir con los siguientes requerimientos y con ello evitar el empirismo y los errores como en las pasadas administraciones:

- Ser Licenciado en Ciencias de la Comunicación.
- Experiencia reconocida en el puesto.
- Conocimiento del medio y costumbres de la población.
- Conocimiento de la prensa local, regional y estatal.
- Además de comunicador, deberá cumplir con la función de administrador de los recursos económicos y materiales de que se doten a la dirección.
- Se encargará de destacar la gestión administrativa, profesional y política del ejecutivo municipal y su equipo de trabajo.
- Fortalecer la imagen pública del presidente municipal.
- Además de comunicador, deberá cumplir con la función de administrador de los recursos económicos y materiales de que se doten a la dirección.
- Exaltar los avances alcanzados de la gestión municipal.
- Intensificar los contactos personales con columnistas, editorialistas, caricaturistas y comunicadores destacados.
- Reunirse con directivos de medios informativos y con cuadros medios como subdirectores, jefes de información y de redacción.
- Reunión con los principales reporteros de la fuente, con agrupaciones de periodistas y con corresponsales.
- Difundir el trabajo del DIF municipal.

Su trabajo consistirá en las siguientes obligaciones:

- Elaborar y aplicar proyectos de comunicación social trianuales, anuales, semestrales y mensuales.
- Asistir, asesorar y aconsejar al presidente municipal y a su gabinete de cómo comportarse con los representantes de los medios de comunicación.
- Verificar el cumplimiento de los objetivos de la unidad de comunicación social.
- Revisar los boletines de prensa, fotografías y videos que se proporcionen a la prensa.

---

<sup>20</sup> "NOTAS INTRODUCTORIAS AL ESTUDIO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA LA ADMINISTRACIÓN", Arturo Lozano pag. 16.

- Estrechar relaciones con los directores de los periódicos, radiodifusoras y televisoras con los que se ha signado un convenio de colaboración y en general con tantos como se pueda.
- Organizar ruedas de prensa.

Por su parte los reporteros contarán con el siguiente perfil y deberán cumplir con las siguientes funciones:

- Ser Licenciados en Ciencias de la Comunicación.
- Elaborar comunicados y boletines de prensa.
- Tener conocimientos básicos de fotografía.
- Saber utilizar una cámara de video y realizar tomas de calidad.
- Leer los periódicos diario.
- Realizar síntesis informativas.

Para complementar y apoyar el lado administrativo de la unidad, la secretaria asignada a esta área deberá forzosamente ser personal de confianza y no de base y deberá contar con la capacitación y el conocimiento de los deberes de una secretaria eficaz y responsable y que por supuesto entienda el rol, el papel y la importancia del trabajo realizado en el rubro de comunicación social.

**Recursos materiales.** La oficina debe contar con los materiales necesarios y básicos para poder desempeñar con prontitud, eficiencia y calidad, la tarea de informar en tiempo y forma a los medios de comunicación y a la ciudadanía sobre el acontecer diario de las acciones gubernamentales.

Para ello y primeramente la unidad debe contar mínimo con una computadora, línea telefónica, fax, 3 grabadoras reporteras, un aparato de radiocomunicación, un radio, una televisión, una video casetera, una cámara fotográfica y una cámara de video, además del material suficiente de papelería y audio y videocassettes. Y de ser posible un automóvil oficial para poder trasladarse con prontitud al lugar de los hechos.

En este rubro el Ayuntamiento debe proporcionar en forma oportuna los materiales y los apoyos para la Unidad de Comunicación Social, por todo lo que se deberá de administrar y racionalizar los recursos humanos, materiales y financieros, con el propósito de elevar la productividad y eficiencia de la misma, con apego a las políticas y lineamientos establecidos por Tesorería Municipal y Oficialía Mayor.

En ese sentido el responsable del área de comunicación social deberá de coordinar y supervisar la administración de los recursos materiales, financieros y humanos asignados a la Unidad. De entre esas responsabilidades destacan otras como:

- Coordinar y supervisar la elaboración, ejercicio y control del programa presupuestal de la Unidad de Comunicación Social.
- Coordinar y supervisar las gestiones de los movimientos de personal de la Unidad, así como la operación del sistema interno de contabilidad, para determinar el costo y el tipo de personal asignado a cada una de las acciones a ejecutar.
- Coordinar y supervisar los servicios de apoyo en mantenimiento, mensajería, transporte, fotocopiado e intendencia dentro del espacio de la Unidad.
- Coordinar la actualización del inventario de mobiliario y equipo de la Unidad.

Además el local que ocupe la oficina deberá estar cercano a las oficinas de la presidencia municipal, este a su vez, deberá contar con un cubículo privado para tratar los múltiples asuntos de carácter confidencial o de suma importancia.

En la actualidad la función de la comunicación social o de las relaciones públicas gubernamentales resulta medular: un trabajo bien hecho, eficiente y claro, puede llevar a una buena armonía entre gobernantes y gobernados e influir positivamente creando una sinergia que conjunte las capacidades del sector público con las de los sectores social y privado, para hacer rendir mas la actividad gubernamental y construir más obra pública y dar mejores y más abundantes servicios públicos mediante la participación espontánea de las fuerzas sociales y el aporte abierto de contribuciones fiscales por parte de la ciudadanía.

La función del comunicador social consiste en anunciar los proyectos y objetivos de los gobiernos e instituciones, darlos a conocer cuando entran en operación y hacer las evaluaciones correspondientes cuando están en pleno funcionamiento.

Por ello es de vital importancia la profesionalización de las tareas informativas que se desarrollan en la Unidad de Comunicación Social.

La comunicación social es una actividad fundamental que debe realizarse con profesionalismo para mantener la atención del público, su interés y colaboración, en todos los órdenes, hacia los gobiernos e instituciones públicas que están realizando la tarea de construir y mejorar lo necesario para que la sociedad siga funcionando en las mejores condiciones económicas, culturales y políticas, de tal suerte que se continúe una espiral de ascenso general.

La comunicación social según Mauro Lazcano, "en la actualidad tiene una repercusión enorme sobre la colectividad y la vida política, en cualquiera de sus niveles: internacional, nacional, regional, municipal y hasta comunitaria, y cualquier falla u omisión en la aplicación de las estrategias de comunicación

puede tener efectos negativos, totalmente en sentido contrario de lo que se busca."<sup>21</sup>

Por lo tanto, "La comunicación social moderna debe ser veraz, eficaz, sincera, clara, unívoca y responsable"<sup>22</sup>

Ningún comunicador social puede atreverse a hablar hoy de lo que no sabe o no se le ha acordado comunicar, tampoco puede inventar o imaginar mensajes; y en el caso del comunicador gubernamental, tiene la obligación, en el contexto pluripartidista actual del país, de ser objetivo y apartidista y estar al servicio de los intereses de las instituciones públicas y de la comunidad.

En ese sentido la comunicación gubernamental e institucional tiene que ser respetuosa de todas las ideologías políticas, religiosas y filosóficas.

Sobre el tema algunas posturas aseguran que, "la comunicación social actual tiene que alejarse ahora mismo de la propaganda política, para constituirse en un medio de transmisión de propósitos, acciones e ideas de los gobiernos e instituciones hacia la opinión pública y de ésta hacia los gobiernos e instituciones.

Debe ser un camino de ida y vuelta, que informe a la población de lo que hacen sus autoridades y que informe a las autoridades de lo que piensa la población acerca de ellas y de sus acciones de gobierno"<sup>23</sup>

Se trata de que exista, a través de la comunicación social, una retroalimentación permanente entre autoridades y opinión pública, con la múltiple finalidad de lograr que los gobiernos e instituciones obtengan el respaldo amplio de la población en sus tareas, pero que también los gobernantes y titulares de instituciones públicas corrijan conductas de acuerdo a las observaciones y señalamientos de la opinión pública.

En la postura de Lazcano, esa es la tarea actual de la comunicación social moderna, en un país como el nuestro, cada vez más democrático y plural, cuya ciudadanía, juventud e incluso la niñez, están dispuestas a participar en las tareas colectivas, en el desarrollo social y cultural del país, en particular en el estado de Guerrero y el municipio de Tixtla.

El profesional de la comunicación social esta inmerso en una de las más nobles tareas de la vida pública, ser el eslabón entre el gobierno y la sociedad, para mantener la cohesión social interna que permita seguir adelante a nuestro país a pesar de las diferencias ideológicas y políticas que necesariamente existen.

<sup>21</sup> *Manual de estilo*. Gob. del Edo. de Gro. pág 4

<sup>22</sup> *Ibid.* Pág. 4.

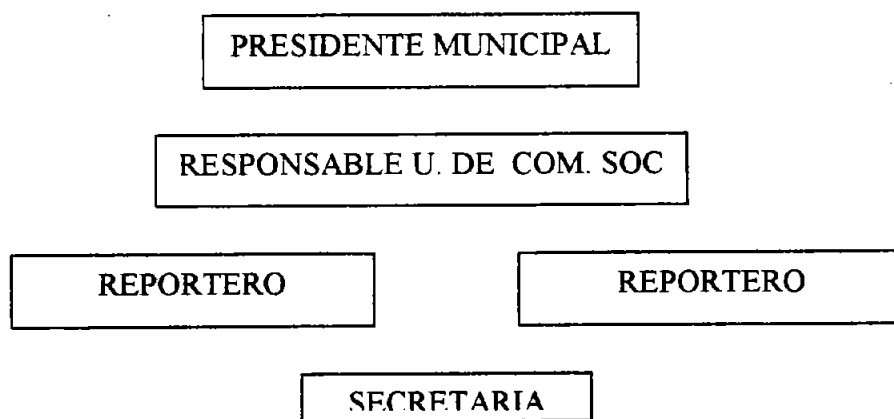
<sup>23</sup> *IBIDEM.* pág 5.

Los medios de comunicación representan el instrumento ideal para la difusión diaria de la información relevante de carácter oficial. Si la redacción de la información es clara, precisa, confiable y sobre todo oportuna, generará un mayor interés en la población, creando así una opinión favorable sobre la temática que se aborde.

Una Unidad de Comunicación Social requiere de un manual de organización a fin de presentar una visión de la misma, precisar las funciones que debe realizar el área, deslindar responsabilidades, evitar duplicidades en la operatividad del trabajo y servir como guía y orientación en lo relativo a la estructura y funcionamiento del área de comunicación social.

Además de un manual de estilo periodístico, con el objeto de unificar criterios sobre un estilo propio en la redacción de los trabajos informativos, en función de las prioridades del gobierno municipal.

De esta manera facilitaremos a los diversos segmentos de la opinión pública, una mejor comprensión de la obra y acciones del gobierno municipal, cumpliéndose así, con el compromiso de mantener permanentemente informada a la sociedad tixtleca, como lo debe de establecer un Plan Municipal de Desarrollo, y con ello garantizar el derecho a la información mediante la apertura de las acciones de gobierno, así como fortalecer la vinculación entre el área de comunicación social y los medios de comunicación, a través de una relación de respeto mutuo, transparencia y honestidad.



Organigrama que operaría en la Unidad de Comunicación Social.

Un sistema de comunicación social efectivo debe ser un elemento que opere como cuerpo social integrado a la administración pública municipal con el objeto de dar coherencia y organización en el elemento clave que es la información, los servicios comunicativos y de difusión a la célula básica del federalismo mexicano que es el municipio libre.

Por ello la integración de diferentes partes o sistemas a uno mayor, es el concepto de una red de comunicación o de información. La comunicación estimula la acción dentro de la organización realizando el proceso y proporcionando el mecanismo e instrumentos coordinadores para interrelacionar las partes del sistema dentro del modelo sincronizado.

En los años 70s se hablaba de comunicación social, la cual en la actualidad se amplía y diversifica en prensa, relaciones públicas, comunicación pública, política y de las organizaciones.

En ese sentido la comunicación pública es una actividad muy valiosa y utilizada con mucha frecuencia en las organizaciones como la municipal. Dentro de las actividades de comunicación pública más comunes están en lo interno las reuniones de supervisores o jefes de departamento, sistemas de sugerencias, reuniones de toda la organización, programas de capacitación, etc. Y en lo externo son las conferencias comerciales, de publicidad o políticas, cabildeos, presentaciones cívicas o sociales y conferencias públicas formales.

Por lo cual podemos interpretar como un sistema o cuerpo social a la administración pública municipal en el cual deberá funcionar la comunicación social y pública a fin de mantener la cohesión de los demás sistemas o áreas del Ayuntamiento.

**Marco contextual.** La implementación o integración de una Unidad de Comunicación Social en el esquema funcional del Ayuntamiento del municipio de Tixtla, es como se especificó en el anterior capítulo; un área operativa casi nueva, no va más allá de dos trienios atrás en los que priistas y perredistas intentaron poner en funcionamiento y operar de manera precaria los mecanismos de comunicación social en la administración pública municipal.

Claro está, sin mucho éxito, primeramente porque el personal que se encargó de dirigir esta área tan delicada y poco tomada en cuenta por la cúpula gubernamental, no respondió a las expectativas que implica el trabajo de un comunicador social, pero sobre todo a las necesidades comunicativas dentro de la administración y la falta de información que poco se ventiló a la población y a los medios.

En la actualidad, en este trienio que comprende el periodo que va del año 2002 al 2005, la Dirección de Comunicación Social parece caminar por el mismo lado que sus antecesoras, solo con la diferencia de que ahora, al frente de esta responsabilidad social, sí está un profesional de la comunicación, que parece estar más preocupado por la política partidista y la grilla municipal, así como dirigir desde la comodidad de su casa los destinos de dicha área, dejando las tareas básicas, como la planeación y proyección del trabajo de la dirección en manos de los subalternos.



Al respecto, reconocida es la experiencia en el ramo y la preparación académica del actual titular de la dirección de comunicación social, pero, a pesar de ello, en la práctica, el trabajo no se ha reflejado en las políticas de comunicación y sobre todo en la falta de información de la cual carece la mayor parte de la ciudadanía, sobre planes y programas del gobierno municipal.

Se debe mencionar que no se han explotado o utilizado, los diferentes medios de comunicación masiva con que cuenta el municipio, la región y sobre todo las propias estrategias que pueda producir la propia unidad, de las cuales no se han notado o demostrado en el tiempo que lleva trabajando el actual Ayuntamiento.

Sobre todo, porque que es de vital importancia para el nuevo gobierno mejorar la imagen y su credibilidad, ya que para el Partido Revolucionario Institucional recuperar la alcaldía fue un logro exitoso. Luego de los pocos resultados de la pasada administración perredista (1999-2002) que se caracterizó desde su inició por atender problemas que se multiplicaron por el juego político por parte de miembros de su propio partido y del PRI. A los que se suman los ataques a través de la prensa escrita y los medios electrónicos, locales, estatales y las numerosas ocasiones en que diferentes grupos sociales tomaron las instalaciones del palacio municipal.

La presente propuesta o proyecto que se presenta a continuación pretende ser una guía efectiva sobre la labor, los principios, fundamentos y sobre todo, la práctica y el mejoramiento de los servicios comunicativos dentro de la administración y los que se proyectan a la ciudadanía tixtleca.

**Fundamentación.** Mantener informada a la ciudadanía sobre las principales acciones de un gobierno se presenta como una obligación imprescindible en el quehacer gubernamental. Para ello, debe existir un departamento en la administración municipal que se encargue de difundir la información a través de comunicados y boletines enviados a los diferentes medios de comunicación tanto electrónicos como a la prensa escrita.

Planear organizar y dirigir la producción de formas de comunicación para diferentes estratos y niveles de la sociedad, como la estructuración de campañas y mensajes de impacto municipal, regional y estatal. La coordinación de publicaciones remitidas con mensajes escritos de manera clara y precisa, de acuerdo con el público a quien van dirigidos, la elaboración de instrumentos que promuevan las bondades del municipio.

Otra responsabilidad fundamental de la unidad es la de normar las relaciones entre los dueños de los medios de comunicación para la contratación de convenios, espacios y tiempo para la difusión de la información.

Entre otras cosas se debe tomar en cuenta la diversidad de las formas en que se puede informar a la ciudadanía utilizando y aplicando diferentes estrategias

de comunicación para hacer llegar el mensaje y comunicar lo que se quiere. Y en consecuencia elegir la estrategia más adecuada a la circunstancia específica de comunicación e información.

Ofrecer constantemente información sobre los planes y los logros de la presidencia municipal, además de concientizar a los habitantes de Tixtla mediante una oferta informativa de calidad, previamente programada, de resultados a corto mediano y largo plazo. Mantenemos como una de las finalidades soportar y dar respuesta convincente a los embates de una campaña de desprestigio en contra del Presidente Municipal y el resto de los funcionarios, fenómeno que comúnmente sucede con la manera y la práctica de hacer periodismo en este estado (chayoteo), caracterizado por mermar las arcas municipales y manipular la información siendo amarillistas y tendenciosos.

Sin estrategias claras ni efectivas, la utilización de los pocos recursos que se destinan a esta área para signar convenios con la prensa escrita y emisoras de radio y televisión local, tendrán como resultado poca efectividad en la audiencia y en los lectores potenciales.

Las relaciones del gobierno local con la radio y la televisión no son tan continuas como con la prensa, sin embargo su impacto es más poderoso y las administraciones pasadas y la actual no han podido lograr aprovechar las virtudes y ventajas que estos medios ofrecen.

De esta manera los costos mensuales que se gastaron en convenios con periódicos y pagos por información publicada en otros diarios y semanarios, absorbieron un costo que a largo plazo resultó insostenible y su impacto en el público meta, que es la población tixtleca, no es el esperado.

Las condiciones financieras del Ayuntamiento no solventan un gasto excesivo de alrededor de los 30 o 40 mil pesos mensuales y peor aún, la información pagada no tuvo resonancia en el grueso de la población. No funcionó la estrategia

Es obvio que ningún diario de circulación en Chilpancingo, tiene una amplia penetración y es leído por los habitantes de Tixtla y mucho menos por los pobladores de las comunidades, ya sea por el analfabetismo, el aspecto económico o el poco interés por estar informados, por lo que se debe actuar inmediatamente con una estrategia de comunicación bien dirigida, con acciones innovadoras, creativas, con la finalidad de dinamizar y actualizar la información que se genera en el municipio, algo con lo que la gente se sentirá plenamente informada e identificada con su Ayuntamiento.

Por otra parte lo que se pretende, es reducir a su mínima condición o de plano eliminar, la cultura de la extorsión periodística al Ayuntamiento (chayoteo), apostando y apoyado en una nueva propuesta de comunicación local fuerte, de mayor impacto y de mayor penetración en los habitantes del municipio.

Por lo tanto, podemos asegurar que los anteriores gobiernos no tuvieron un efecto permanente en la sociedad y sobre todo gastaron mucho dinero para sostener convenios con publicaciones poco leídas e incluir en la nómina a periodistas chayoteros.

La política en este rubro y la relación continua que debe existir entre el aparato gobernante y el sistema de medios de comunicación de la localidad y de la región deberá marcar una línea concreta y correcta para el pleno aprovechamiento de los medios de comunicación masiva.

El servicio profesionalizado consiste en difundir la información de las actividades del presidente municipal, la presidenta del DIF y todo lo que refiere a la administración municipal, informando de los servicios, planes y programas del trabajo desarrollado por el Ayuntamiento.

Esta propuesta contempla un uso de medios de comunicación masivos, aglutinando los más importantes en su ramo, por audiencia y penetración en el municipio, con la finalidad de disminuir los costos excesivos que se generan por la publicación de información que no llega a los habitantes.

Un Ayuntamiento no es legítimo ni respetado, si no cuenta con la opinión pública a su favor, es por eso que es necesario reforzar la imagen municipal, utilizando estrategias de comunicación efectivas.

Las necesidades de un nuevo orden político, como lo es un nuevo gobierno municipal electo mediante un ejercicio democrático, conducen a crear servicios comunicativos que permitan la relación con los habitantes, utilizando estrategias de comunicación efectivas, programadas y diseñadas, para obtener resultados óptimos en la difusión de información e imagen de la administración.

La información es fundamental para la democracia y su plena y equitativa difusión es necesaria para legitimar y darle credibilidad a un gobierno municipal.

La noticia, además de una mercancía, se convierte en un arma política al servicio de los grupos dominantes, en este caso a favor del gobierno municipal.

La razón por la cual un Ayuntamiento se ve en la necesidad de emprender estrategias de comunicación y de propaganda, es con la finalidad de ejercer una comunicación persuasiva, fundamentalmente de masas, de carácter ideológico, realizada y/o impulsada por el Ayuntamiento, con el fin de difundir la ideología del actual gobierno, para poder realizar el bien común.

Además con esta propuesta se pretenden reducir gastos en el rubro de publicidad pagada en periódicos o algún otro medio de comunicación. Una propuesta con nuevas vertientes comunicativas exige una inversión mucho más

barata y menos costosa, con respecto a la política en medios que se había estado manejando en los anteriores periodos de gobierno.

Se pretende acercar a los habitantes con su gobierno y sobre todo, lograr una comunicación interactiva, tomando en cuenta la opinión de la gente, lo que en consecuencia tendrá como resultado la credibilidad, legitimidad y una valoración positiva por parte de los gobernados a sus autoridades.

Los ciudadanos tienen el derecho de saber quien los gobierna y como esta estructurado el Ayuntamiento municipal, con información bien dirigida a los diferentes sectores de la población, por lo que se intentará fomentar una conciencia cívica y un interés activo por el gobierno local.

La Unidad de Comunicación Social es la instancia dentro del Ayuntamiento que se encargará de producir, incentivar y extender la comunicación. Para cumplir eficazmente con dicha labor deberá contar con tres herramientas básicas que son:

- **Conocimiento amplio del municipio.**
- **Conocimiento amplio de la voluntad política del presidente municipal al poner en acción los programas de trabajo.**
- **Conocimiento amplio de la responsabilidad del Ayuntamiento en relación con la comunicación social.**

Es decir, determinar la atención, la importancia, confianza y el peso de las decisiones importantes en materia de comunicación que prestará el presidente municipal al responsable y demás personal del área de comunicación social.

La tarea de la Unidad de Comunicación Social debe ser la de tender puentes de interlocución entre el Ayuntamiento y la población, entre el Ayuntamiento y el gobierno estatal y federal, así como a los gobiernos de los municipios de su región y del estado, es también planear la regionalización de la información.

Para desarrollar las actividades que los programas de gobierno se proponen es indiscutible que el conocimiento del contexto y la comunicación social son herramientas de fundamental importancia. Hoy los medios poseen un sentido que va mas allá que sólo aumentar el consumismo, pues los estudios de las teorías en comunicación revelan que ello moldea formas de vida acordes con el sistema social y con la época histórica.

El juego político, ideológico, social y hasta económico de las acciones gubernamentales pasan por el filtro de los medios, por ello presento un modelo, una propuesta, una perspectiva diferente de cómo trabajar en la unidad de comunicación social.

En cuanto a la política editorial la Unidad a través de su titular en coordinación con los trabajadores del área, desarrollaran las características del diseño gráfico en las publicaciones y documentos, como la gaceta municipal, afín de abaratar los costos de producción y asegurar la claridad y calidad de la publicación a la hora de maquilar en las rotativas de algún periódico.

Así mismo la política editorial la cual estipula el establecimiento de los criterios generales sobre diseño y presentación de publicaciones e impresos, también se regulan las características del logotipo del Ayuntamiento, para facilitar la identificación gráfica del mismo. Además se incluye definiciones, características e identificaciones para portada, carteles, catálogos, compendios, formatos para el boletín, directorios folletos, trípticos, libros, manuales, memorias, fotografías, revistas, registros, solicitudes, etc.

En lo que se refiere a radio y televisión se estipularan los lineamientos para la compra de tiempos para programas, campañas y spots en los medios electrónicos, elaborando estrategias tomando en cuenta los parámetros de calidad para la realización y desarrollo de los contenidos.

De igual forma buscar alternativas de edición menos onerosas tratando de aprovechar al máximo los recursos materiales y humanos. Y establecer criterios editoriales en cuanto a estilo, diseño y formatos, de tal manera que exista el sello identificable del Ayuntamiento.

Además se realizarán las investigaciones de opinión pública que permitan sondear el ánimo y el nivel de aceptación entre los habitantes del municipio y su gobierno a través de encuestas, monitoreos y sondeos.

**Objetivos.** El objetivo general de esta propuesta se sustenta en la difusión de las políticas, objetivos, programas y actividades de la administración municipal a través de los medios masivos de comunicación y de las estrategias y recursos que pueda generar y producir el área de comunicación social, con el propósito de informar a la opinión pública sobre su desarrollo. Asimismo, establecer un proceso de retroalimentación de información que permita ajustar y reforzar las acciones de comunicación y que a su vez el trabajo realizado por el Ayuntamiento trascienda y se proyecte a nivel estatal y nacional.

Una segunda finalidad es la de integrar hacia el interior, los mecanismos de coordinación en materia de información gubernamental y acondicionar la organización y funcionamiento de la Unidad de Comunicación Social a las condiciones financieras del Ayuntamiento como: restricción presupuestal, austeridad en el gasto, redimensionamiento de la estructura orgánica y/o de los recursos, minimizando el gasto corriente y maximizando su aprovechamiento, en pocas palabras, hacer más con menos.

Un objetivo adicional en materia de información pública generada en el seno de la administración municipal, sobre la aplicación de las políticas de comunicación

social y el manejo de las tecnología para tal efecto, como son el uso de la computadora, telefonía, fax y por que no, el uso de internet y la creación de una página web, donde se vierta información sobre el municipio, tal y como lo hacen municipios como Acapulco en Guerrero y muchos otros más en el país que utilizan esta tecnología para la difusión y promoción de su gobierno.

Sobre esa vertiente el objetivo específico de la Unidad de Comunicación Social es coordinar y orientar las políticas que deben regir los programas y proyectos de comunicación social en el Ayuntamiento a fin de que sean acordes con las normas y lineamientos establecidos.

Los objetivos particulares de este proyecto son:

- Tener eco en los medios de comunicación, para mantener informados a los ciudadanos sobre las actividades de la administración municipal.
- Acercar el Ayuntamiento a sus gobernados, informándolos oportunamente del acontecer municipal.
- Establecer una política definida con los diferentes medios de comunicación.
- Legitimación, credibilidad y mejoramiento de la imagen del Ayuntamiento y el presidente.

El trabajo cubrirá todo un proceso que involucra un trabajo propagandístico en medios masivos de comunicación como es: el análisis, las estrategias, las pautas y el concepto central de la propuesta, las piezas gráficas, frases de radio, spots (comerciales – promocionales) y análisis de efectividad y recordación.

**Actividades (medios, técnicas y estrategias).** El proyecto se basa en un plan eficaz, práctico, diseccionado en periodos donde podremos observar la efectividad del trabajo, utilizando herramientas que midan o calculen la opinión pública como: el sondeo de opinión y las encuestas.

La organización de un propuesta de trabajo de la oficina de comunicación social en el ayuntamiento de Tixtla, Gro, estableciendo una política diseñada para trabajar con los medios de comunicación masiva de la región y aplicando estrategias de comunicación que permitan mantener informada a la ciudadanía sobre las acciones del gobierno.

Estrategia en medios:

**MENSAJE.-** Utilización de textos, lemas, frases propagandísticas, y mensajes persuasivos, utilizando no solo el lenguaje verbal y escrito, sino también el lenguaje videográfico y fotográfico.

**GRUPO META.-** Habitantes del municipio de Tixtla, siguiendo una estrategia determinada para cada público distinto (maestros, profesionistas, amas de casa, campesinos, adolescentes y niños).

Esta propuesta contempla un uso de medios de comunicación masivos, aglutinando los más importantes en su ramo, por audiencia y penetración en el municipio.

Incluye una estrategia, una definición, selección y utilización de los medios que emplearemos en el municipio, teniendo como denominador principal:

- ✓ Una intencionalidad en el mensaje informativo (televisivo, videográfico, fotográfico y propagandístico).
- ✓ Técnicas persuasivas en la difusión de la información y divulgación de la ideología municipal.
- ✓ Legitimación, credibilidad y mejoramiento de la imagen del Ayuntamiento y el presidente.

**Prensa escrita (convenios).** En este punto debe seleccionarse cuidadosamente el medio con el que habrá de efectuarse un convenio de colaboración con el objeto de publicar en sus páginas los comunicados, el boletín informativo y las fotografías a las que se le quiera dar difusión estatal y regional.

La manera de selección será por medio de una encuesta o sondeo para saber cuales son los periódicos, semanarios y revistas de mayor circulación en el municipio, y de ahí partir al análisis del contenido de los mismos y con ello estudiar la posibilidad de contactar a los directivos de los medios seleccionados y de esta manera empezar a trabajar con la primera etapa de este proyecto.

Existen en el estado infinidad de medios que se dedican al periodismo escrito, cerca de 20 aproximadamente; de ellos 16 circulan en la región centro y de esos son 10 los que llegan con regularidad al municipio.

De esta manera se llegó a la conclusión de sostener convenios de colaboración con algunos de los medios, los cuales fueron seleccionados por su tiraje, por su cobertura en el estado y en la región, pero sobre todo porque son los mas leídos en el municipio de Tixtla, además de ello se determinó entablar relaciones de trabajo con dichos medios por su credibilidad y contenido, factor imprescindible en nuestros objetivos planteados y por lo que los lectores prefieren dichas publicaciones.

En este rubro se tratará de mandar información diaria sobre las actividades del gobierno municipal a los diferentes medios de comunicación, o por lo menos fotografías de actos o eventos pasados, que sean de una importancia duradera, para los casos en que no haya información de trascendencia y así ocupar esos espacios y mantener una posición estable y permanente en la prensa escrita.

**Gaceta municipal.** En este aspecto propongo un tiraje de 2000 ejemplares mensuales para satisfacer la demanda informativa.

La línea editorial a seguir conforma un formato con información objetiva, clara y precisa del acontecer municipal, que incluirá, notas informativas, un editorial y el artículo de opinión, reportajes y una variedad de géneros periodísticos que nutran la edición que podría ser mensual o quincenal.

El formato será tabloide lo que permite una manipulación del ejemplar más cómoda. Además se tomará muy en cuenta la publicación de gráficas, fotografías claras que sigan una línea periodística, que tengan una intencionalidad que determinen y proyecten una acción contundente (fotoperiodismo de calidad).

La propuesta incluye necesariamente.- un reportaje (herramienta fundamental del periodismo interpretativo, para explicar detalladamente el tema del momento).

Además de una sección que contendrá información relevante de la historia común Tixtla, de los habitantes, parecida a las efemérides, ejemplo:

- Sabías que, el significado del nombre de tu municipio quiere decir masa de maíz y que cuenta con 46 mil habitantes en la actualidad.
- Sabías qué en Tixtla la persona más longeva tiene (x) años y vive en .....y fue testigo de acontecimientos históricos como la Revolución Mexicana.

Otra sección en la que se incluirán convocatorias para concursos de géneros literarios como: poesía, ensayo, cuento, leyenda, cartas, etc.

Determinando una convocatoria por niveles educativos (primaria, secundaria, medio superior y superior), estimulando a los participantes con premios significativos. Esto nos permitirá un acercamiento con los habitantes, con los que podremos ejercer una comunicación interactiva, incluyendo a nuestros lectores, tomándolos en cuenta en nuestro proceso informativo, lo que nos conduciría a un mayor nivel de posicionamiento. Otra sección de opinión ciudadana en donde los entrevistados, que serán habitantes escogidos al azar, den su opinión sobre algún tema de importancia social.

Una buena fotografía dice más que mil palabras, la imagen es nuestra arma visual para informar a las personas que no saben leer o que no se interesan por la lectura.

Además de mantener una coordinación con todas las áreas de la administración para asegurarnos del contenido y la información de los impresos, con respecto a una noticia y con la seguridad de no cometer errores o publicar una información confusa.

Distribución estratégica:

Primer sector: Magisterio, todos los maestros del municipio deben tener una gaceta, deben de estar mejor informados, por ser el sector más crítico de la sociedad tixtleca. La gaceta se les proporcionaría en su centro de trabajo, a cada



una de las escuelas, de todos los niveles, lo que nos daría un crédito a nuestro favor, ya que ellos interpretarán esto como una atención del Ayuntamiento a su derecho a la información.

El resto de los ejemplares se distribuirá en los diferentes barrios de la cabecera municipal, además de darle un tanto al repartidor de periódicos, para que lo distribuya en los hogares, así como en otros establecimientos comerciales, lugares públicos y puestos de revistas.

**Radio.** La radio en la provincia se mantiene como un medio de comunicación de gran alcance y que mantiene un buen número de radioescuchas en casi todas las horas del día.

El estado de Guerrero y en especial en el municipio de Tixtla la situación no es diferente y los horarios con mayor rating son durante el horario matutino, (entre las 7 y las 10 hrs) tiempo en el que se transmiten la mayoría de los noticieros.

Son 5 los noticieros que se transmiten entre las 7 y las 10 hrs. Partiendo de esta información se concluyó que el noticiero más escuchado es el que se transmite por amplitud modulada en el 650, programa denominado "Este Día", el cual se transmite dos veces al día, la emisión matutina y la vespertina.

Por ello y además por ser el noticiero más escuchado en Tixtla y el de mayor credibilidad y confianza entre los radioescuchas de todo el estado, se podría establecer un convenio con la radiodifusora para pasar información en vivo durante el noticiero. Además de transmitir avisos, spots, convocatorias y promocionales referente al trabajo realizado por la administración municipal.

Además de entablar otro convenio con algún otro noticiero y con la radiodifusora local XEPI, a fin de dimensionar el alcance de la información cubriendo un mayor número de medios.

**Televisión.** Hablar de convenios con alguna televisora, es hablar de mucho dinero, dado que los noticieros de Televisión Azteca, Televisa y Telecable (Chilpancingo), están fuera del alcance del presupuesto de un municipio como el de Tixtla. Sin embargo en eventos de trascendencia nacional y estatal como el aniversario del natalicio de Vicente Guerrero e Ignacio Manuel Altamirano en donde se dan cita la mayoría de los medios de comunicación electrónicos y escritos, se pueden aprovechar al momento de sacar la foto oficial y que el presidente municipal manifieste una declaración y llame la atención de la prensa

En ese sentido se tiene la gran ventaja de que en la ciudad de Tixtla hay un canal local que transmite su programación todos los sábados, y en alguno de sus programas podría establecerse un convenio para pasar notas, información y convocatorias del orden municipal.

Este medio informativo de mayor cobertura y penetración, no ha sido utilizado o explotado en todo su potencial. Con una herramienta tan importante como lo es el canal local y las ventajas que representa, se puede lograr informar oportunamente y al instante a la mayor parte de la población de la cabecera municipal.

**Producción en medios electrónicos.** En este rubro los objetivos principales son:

- Desarrollar y producir campañas en radio y televisión del ayuntamiento a fin de cumplir con las necesidades de difusión y transmisión de mensajes dirigidos a los distintos grupos de la opinión pública.
- Reestructurar y optimizar los canales, formatos y contenidos de campañas y programas con la finalidad de mantener una misma línea de calidad y congruencia.
- Definir las estrategias e implementar un desarrollo en los promocionales oficiales en la radio y la televisión.
- Optimizar los recursos etiquetados para radio y televisión con la finalidad de lograr una mejor y una mayor penetración en la ciudadanía.
- Grabar todos los actos oficiales trascendentes y relevantes del primer edil y funcionarios de la administración municipal.
- Elaborar series de campañas en radio y televisión con el objeto de dar a conocer las nuevas políticas del ayuntamiento.
- Elaborar, producir o buscar una música institucional, el slogan y la selección de una voz oficial para que se identifique y reconozca por medio de los medios de comunicación la imagen del Ayuntamiento.
- Cortinillas institucionales para radio y televisión.
- Elaborar los guiones de radio y televisión.

En radio se escribirán los spots, promocionales y se especificará a los directores de las radiodifusoras el horario en el que se pasarán estos mensajes, de acuerdo a la disponibilidad con su programación establecida.

En materia de televisión se dará un uso eficaz al canal local utilizándolo para producir una cápsula informativa diaria, con la información más relevante que se genere durante el día sobre las actividades del presidente y el Ayuntamiento.

Características de la cápsula informativa:

- ✓ Un formato rápido y dinámico de la información, el contenido será de una o dos notas nutrida con imágenes del día, resumiendo los hechos más trascendentes.
- ✓ Su horario de transmisión será estratégico; en el horario vespertino y nocturno.

El objetivo que se persigue con la realización de esta estrategia de comunicación, es brindarle a la sociedad un espacio informativo, ágil, veloz, relevante y sobre todo innovador.

Producción de un programa. Algo nuevo que se presentaría en este espacio, nutrido con la producción de reportajes de un alto contenido informativo y explicativo, pero sobre todo, de carácter orientador.

Se tocarían temas actuales, de relevancia, además de producir reportaje por área o dirección y regidurías, con el objetivo de presentar a la población, cómo esta estructurado y cómo trabaja el personal del Ayuntamiento.

Será un programa en formato de revista y además de los reportajes se presentarán, notas, entrevistas, debates, cometarios y presentaciones en vivo de artistas del municipio y del estado, como la filarmónica de Guerrero o eventos organizados por el Instituto Guerrerense de Cultura (IGC).

El objetivo de este programa, además de informar a la ciudadanía sobre las acciones de gobierno, será el de entretener a los televidentes con una producción diferente, en la cual se apliquen técnicas y métodos profesionales, sin olvidar, que los recursos materiales y el equipo técnico con que cuenta el canal local son básicos y en ocasiones rudimentarios.

A pesar de ello se apuesta a la creatividad, adaptándose al bajo presupuesto que se destinaría a la producción de este programa. En el trabajaría el mismo equipo de la Unidad de Comunicación Social, aprovechando el apoyo de alumnos que realicen su servicio social en esta dependencia municipal.

Documentales. Se producirán documentales, mismos que exigen un trabajo arduo, pues se debe cuidar bien la calidad de la producción y su contenido. Este contenido se basará en la exposición de los logros alcanzados por el presidente municipal y la administración que encabeza.

El objetivo que se persigue con la presentación de este producto audiovisual es el de reforzar la información, explicando y madurando la opinión de la ciudadanía.

Se presentarían en fechas importantes y claves como; la semana altamiranista, el primer informe de gobierno y los subsecuentes, navidad, fin de año, etc.

Mensaje del presidente. Dirigir un mensaje a la población por parte del presidente, que se transmitiría en vivo y en tiempos de mayor sensibilidad a la población, como son; el informe anual de gobierno, navidad, fin de año, semana altamiranista, aniversario del natalicio de "Vicente Guerrero" u otra que sea de gran importancia para el pueblo tixtleco. Se pretende un mayor acercamiento con la población.

Por otra parte se programarán y realizarán entrevistas con el presidente municipal, las cuales se transmitirán y difundirán en los reportajes y documentales.

Con esto se daría la imagen de un ciudadano común, preocupado por el bien del pueblo, reflejando en la opinión pública, un presidente diferente, plenamente identificado con el pueblo.

**Publicidad oficial directa (impresa).** La publicidad gubernamental y la propaganda política y oficial en la actualidad son cada vez mas agresivas, en el sentido de que siempre van hacia adelante, buscando constantemente acercar al público receptor de estos mensajes con el servicio, beneficio o información anunciado.

Para ello se valen de la denominada publicidad directa; impresos que desempeñan la labor de informar o anunciar de manera muy explicita.

La publicidad directa toma su nombre del hecho de que en este caso el Ayuntamiento contacta a los habitantes de manera personalizada, una de las formas puede ser a través del correo o por medio de mensajeros, de mano a mano. La publicidad oficial le habla a las personas por su nombre, le proporciona información gratuita (no tiene que comprar el medio) y se le entrega en su domicilio. De esta manera se establecerá una relación personal y más estrecha entre el Ayuntamiento y sus gobernados.

En el caso Tixtla se podrían conformar directorios de las personas que integran un grupo o sector específico, como los campesinos, artesanos, maestros, albañiles; determinando con ello la selección de a quien se la va a dirigir la información de acuerdo al grupo seleccionado.

Los principales productos de la publicidad directa son: la carta, el tríptico, el folleto, el telegrama, la tarjeta, la invitación, el volante, la circular y la tarjeta de presentación. Todos estos podrán ser utilizados por la Unidad de Comunicación Social para informar a la ciudadanía sobre algún tema en específico.

La carta en la publicidad oficial se utilizaría como el medio para establecer la comunicación personalizada entre la administración municipal y la ciudadanía, con el objeto de proporcionar información, como conocer los beneficios de algún programa social u otro, para informarles sobre cambios administrativos, nuevos procedimientos para recibir los servicios municipales u otro tipo de información de trascendencia para el grupo seleccionado.

El tríptico es el producto impreso de mayor aceptación y uso. Es un impreso, frente y vuelta, doblado dos veces, de manera que presente tres cuerpos ( seis paginas).

El contenido del tríptico puede ser texto exclusivamente, o texto e ilustraciones; estas pueden ser fotografías o dibujos de tipo realista o caricatura. El texto debe ser conciso con el propósito de que se lea en poco tiempo, y de caracteres claros de 12 puntos o mas para facilitar su lectura.

Puede ir impreso en cualquier color, sin embargo no debe olvidarse el criterio de la carta: el texto en color disminuye la calidad de la presentación.

La portada puede llevar una ilustración o una fotografía, o simplemente texto. Es la cabeza del anuncio, y para cumplir esta función se puede emplear cualquiera de los tipos de encabezado: directo, indirecto, de combinación, noticioso, interrogativo o impositivo.

En la solapa se hace la presentación del contenido y en las páginas centrales se desarrollaría la información turística o cultural por citar algún ejemplo; información sobre los murales que se encuentran al interior del palacio municipal o el mensaje del servicio o el mensaje político o gubernamental, si fuera el caso.

El folleto es un encuadernado que puede ser o no, cosido a lomo.

Proporciona una información más completa sobre el servicio municipal o la propaganda política. Se ilustra y se vierte en el mensaje toda la información funcional y técnica si es el caso.

En la portada se imprime una atractiva cabeza que puede o no llevar ilustración. En la primera página interior se publica la presentación del contenido, en las páginas interiores se desarrolla la información y en la contraportada se ponen los datos identificatorios.

Este medio podría utilizarse para difundir brevemente el aspecto cultural en fechas importantes como el natalicio del Gral. Vicente Guerrero Saldaña (agosto) y la Semana Altamiranista (diciembre); en este caso para promocionar la obra de Ignacio Manuel Altamirano o la vida y hazañas del consumidor de la independencia nacional, así como de tradiciones y costumbres típicas del municipio.

El telegrama es un medio rápido de comunicación interpersonal. La administración municipal lo utilizaría en contadas ocasiones, sin embargo sería útil para informar sobre algún asunto de interés inmediato a las personas a quien les fuera dirigido.

La tarjeta, es un medio que se utilizaría para la publicidad turística o en casos muy particulares, como la inauguración de alguna obra de importancia y beneficio para algún sector de la población. Es una tarjeta postal en una cara frontal se imprime en selección de color una fotografía con la obra anunciada.

La invitación este medio se emplearía en situaciones especiales como alguna sesión de cabildo abierto o los informes de gobierno que anualmente hace el presidente municipal, para que asistan personajes de la política municipal y estatal o personalidades artísticas o culturales.

Asume toda la formalidad de una invitación social indicando con precisión la fecha y el lugar de donde se llevará a cabo el evento.

No hay un formato específico, puede ser una simple tarjeta o una hoja doblada que presente una portada, con la invitación en la página interior, se entrega siempre en sobre rotulado.

Se imprime en cualquier sistema de reproducción, pero cuidando de que la impresión sea de excelente calidad.

La circular, este medio de información de carácter masivo, se envía a los habitantes de la cabecera municipal y las comunidades, ya sea por correo o través de mensajeros. Se define como el medio impreso que sirve para informar simultáneamente un asunto a numerosas personas.

Según las recomendaciones hechas para su elaboración y reproducción se debe imprimir en tinta negra, en papel tamaño carta, lleva membrete y datos identificatorios. Si es preciso el texto puede ser mas extenso que el de la carta y ocupar varias hojas.

Cabe mencionar que las circulares no suelen ser únicas, sino que se publican periódicamente y algunas suelen referirse al asunto tratado en otras, por eso es recomendable ponerle número identificatorio.

La tarjeta de presentación, la tradicional tarjeta de presentación, que antiguamente solo llevaba el nombre y la dirección del interesado, ha evolucionado al grado de convertirse en publicidad directa.

En la actualidad ha cambiado su formato tradicional por uno eminentemente publicitario, en el que además del nombre del interesado lleva información sobre sus actividades profesionales. Este caso podría aplicarse para la presentación del presidente municipal, del cuerpo edilicio y de los funcionarios de la comuna durante una conferencia de prensa.

En algunos casos además del nombre se le agrega una fotografía, las tarjetas modernas de presentación se caracterizan por su vistoso diseño y colorido, no hay límites de tintas

**Publicidad exterior.** La publicidad exterior es una de las maneras de mantener la información siempre a la mano y sobre todo siempre presente a los ojos de los pobladores que caminen por donde se exponga esta publicidad para anunciar una obra o programa social.

Esta publicidad esta expuesta a toda clase de públicos y cuyo poder publicitario es probadamente eficaz. La característica de estos medios es de que generalmente están adheridos a las fachadas de edificios públicos, comercios y algunas casas particulares, otros mas se encuentran instalados o colgados sobre

un armazón que se coloca en la azotea de algún edificio o colocados también en oficinas o centros públicos o turísticos en lugares estratégicos

Cartel, el origen de estos medios, en la era moderna, es el cartel. La definición de cartel es "*un grito pegado en la pared*. Es la definición mas gráfica y que mejor que ninguna otra expresa la intención de este medio publicitario"<sup>24</sup>.

La primera característica del cartel es la sencillez. Un grito es una emisión poderosa de voz capaz de llamar la atención en un instante. El cartel tiene la misión de llamar la atención en un instante y de informar en un solo vistazo. Un cartel es eficaz cuando logra enterar de su contenido a un pasajero o automovilista que va a velocidad moderada, sin que se detenga.

Esta fuerza de comunicación solamente se puede obtener mediante el uso vigoroso del color, aplicando la mayor simplicidad en la forma.

"La síntesis en la interpretación de las formas y los volúmenes de la ilustración ubicada en una composición bien encuadrada, sin lujo de detalles, iluminada por pocos, pero agresivos colores, forman la anatomía de un cartel"<sup>25</sup>.

Las medidas del cartel se ajustan al tamaño máximo de pliego en que se imprime. Es muy usual dibujar los originales en cartulinas de 1.02 m X 0.75 cm.

Lo importante en este caso es obtener las mayores dimensiones posibles a fin de poder adosar el anuncio sobre una pared normal.

El diseño de carteles es una especialidad. Tiene sus propias técnicas y requiere un profundo conocimiento del uso del color y de sus efectos, al mismo tiempo una excelente creatividad y facilidad para la simplificación de las formas.

El cartel debe dejar en la mente del transeúnte un mensaje sin la necesidad de que se detenga a observarlo, quien lo diseñe debe saber que muchas personas tienen la posibilidad de observar detenidamente los carteles, por lo que también se debe de pensar en una redacción que complemente o refuerce el mensaje gráfico.

El cartel es un pieza publicitaria eminentemente ilustrativa, en el no caben grandes textos, por lo que la redacción básica no debe excederse de 5 o 6 palabras. Lo ideal es que se reduzca a una sola palabra que haga las veces de ilustración y texto y que ocupe toda el área visual posible, escrita en caracteres y colores muy llamativos.

El procedimiento más común para la elaboración de los carteles es la utilización de la fotografía que actualmente ha desarrollado técnicas de alto contraste, de efectos muy dramáticos.

<sup>24</sup> "PUBLICIDAD EN MEDIOS IMPRESOS". RAUL ERNESTO BELTRÁN Y CRUCES, pag 95.

<sup>25</sup> IBIDEM pag 96.

Los textos del cartel se dibujan con caracteres grandes, pesados y de trazo muy sencillo, se iluminan además en colores que contrasten con el del fondo.

Al cartel se le ha dado un enfoque social, Se le emplea para la publicidad de eventos sociales, culturales y políticos.

Las variantes del cartel son: la cartulina, la pancarta, el cartelón y los espectaculares.

La fuerza publicitaria del cartel es extraordinaria. El hecho de que pueda ser visto de lejos, sin un esfuerzo especial, le da al cartel una gran penetración.

El cartel se usa en ocasiones de relevante importancia, por ejemplo para conmemorar un hecho histórico o cívico, para promocionar eventos turísticos y para algunos acontecimientos políticos.

La cartulina, es un material impreso que se adosa a las paredes, la cual tiene la finalidad de dar una información mas detallada que el cartel, además esta diseñada para que pueda ser observada detenidamente.

Su composición es parecida a la de un anuncio de revista, pero con ciertas características de cartel, como el fuerte colorido, texto sencillo y caracteres pesados y claros para ser leídos a distancia.

Cualquier producto o servicio se anuncia en las cartulinas, mensajes políticos y promoción de programas sociales que implemente el Ayuntamiento encuentran en la cartulina un medio de fácil y efectiva divulgación.

Se pegan en lugares diversos, como las paredes de una tienda, el interior del transporte público, en la vidriería de una sala de espectáculos. No hay una medida especial para las cartulinas, pero lo mas común es que se impriman en materiales del tamaño de un cuarto de cartel. Las hay mayores o menores, según su objetivo de comunicación y el lugar donde se fijen.

La principal función de la cartulina es presentar sugestivamente y a bajo costo, ante públicos diversos, las bondades del servicio municipal, durante un periodo relativamente corto y aprovechando los lugares de mayor afluencia de personas. Esta es la razón por lo que la estructura de este medio tan eficaz no sea rígida, sino que permite a sus productores modificarla para adaptarla al lugar de exhibición.

La banderola es una variante de la cartulina y es un medio efímero, pero se usa mas en interiores que en exteriores, esa es la diferencia con la cartulina y el cartel.



El sustrato de la banderola es más ligero que el de las cartulinas, su diseño es sencillo y sus dimensiones son mayores. Por lo general la composición de las banderolas es tipografía y los caracteres son muy claros, pesados y de gran tamaño. Como en todos los anuncios la redacción de las banderolas es el soporte del mensaje, las letras son el elemento básico de este medio, el cual además puede ir ilustrado con alguna fotografía o dibujo.

La banderola es un elemento que no se usa aislado, sino que de cada modelo se exhiben, en el mismo lugar y al mismo tiempo, muchas unidades, de manera de que el mensaje sea suficientemente repetitivo.

La manta, se encuentra dentro de los medios impresos en tela, su sistema de impresión es a base de pintura sobre un tela ligera de bajo costo.

El mensaje siempre esta en forma escrita y muy pocas veces se ven ilustraciones, excepto cuando se trata de propaganda política. La composición debe ser muy sencilla y el texto debe ser lo más breve posible, escritos con letras grandes para su fácil lectura.

Este medio se utilizaría para anunciar algún evento de trascendencia local. Curiosamente dentro de la propaganda política, las mantas suelen alcanzar grandes dimensiones, que cubren la totalidad de los edificios de donde se instalan, se fijan también en los parques públicos, en transportes colectivos y particulares.

El espectacular, finalmente dentro de los medios impresos encontramos el espectacular. Los comunicadores se vieron en la necesidad de que el cartel se viera con facilidad desde distintos ángulos y a mayor distancia, para lo cual empezaron a utilizar los muros ciegos de los grandes edificios. Los cuales eran pintados y aprovechados para fijar en ellos grandes carteles de lámina o papel.

Pero como la publicidad es ambiciosa se utilizaron las azoteas, para tal efecto se diseñaron estructuras capaces de soportar los grandes carteles, así como de resistir el viento y la lluvia.

La fuerza publicitaria del espectacular es superior a la del cartel tradicional, debido a que puede ser visto por más personas a una mayor distancia.

Por otra parte el anuncio exterior que generalmente lo traen consigo los carros repartidores de algún producto, ha evolucionado al punto de convertirse en un medio eficaz para la propaganda política y porque no, para difundir algunas de las acciones de gobierno, en este caso, de la administración municipal.

Podrían aprovecharse todos los vehículos oficiales como son: patrullas, camionetas, carros de volteo, incluyendo los del sistema recolector de basura, en donde podrían serigrafarse imágenes o tan solo poner textos con mensajes de las principales acciones de gobierno en materia de seguridad pública, de limpia u otros temas de interés a la ciudadanía.

Las muraletas, grandes y visibles, con fotografías y texto con letra de buen tamaño, para que sea más visual y llame la atención. El contenido de la información será un resumen informativo, parecerá una especie de portada de la gaceta, pero más vistoso.

Serán distribuidas y pegadas en lugares estratégicos como son:

- ✓ Paradas y sitios de transporte público, local y de ruta.
- ✓ Banco
- ✓ Farmacias
- ✓ Auditorio municipal (Tesorería, Registro civil).
- ✓ Oficinas.
- ✓ Centro de la Ciudad
- ✓ Plazuelas de los barrios
- ✓ Comercios
- ✓ Clínicas y Consultorios.

Los boletines ilustrados, estos se escribirán con las noticias de mayor trascendencia local, similar a los que se mandan a la prensa escrita. Dichos boletines además de la información escrita, serán ilustrados con la fotografía que le de valor necesario y sobre todo de testimonio de que lo que esta escrito es verdad. Estos se diseñarán en la oficina, scaneando una fotografía y se fotocopiarán cientos o miles para su distribución, según sea el caso.

El periódico mural, se elaborará con una línea editorial definida, con una presentación del material fotográfico y de información, generada durante un mes.

Todo mensaje, toda información y todas las fotografías, deben llevar una intención en su exposición. Comenzando desde el color de fondo, los materiales que se usan, la calidad y claridad de la información y sobre todo una calidad fotográfica; tomas que indiquen acciones claras y concretas.

Además se montarán exposiciones fotográficas sobre bastidores y mamparas durante el informe de gobierno o en fechas especiales como el natalicio del Gral. Vicente Guerrero o la semana Altamiranista.

**Estrategias en comunidades rurales.** Ya que la señal del canal local no llega a las 16 comunidades que conforman el municipio de Tixtla, y que no se puede hacer un gasto mayor para repartir más gacetas, las cuales seguramente no serán leídas por la mayoría de los habitantes de esas localidades, se propone hacerles llegar la información más fácil y entretenida, digerirles y procesarles la información.

En ese sentido se requiere de una producción audiovisual específica para este tipo de público, los campesinos y las zonas rurales, por lo que se producirán;

reportajes, entrevistas, o mini documentales, en un programa con duración de 5 a 10 minutos ( o menos), con temas de interés común para ellos.

El contenido de esos productos referirá las costumbres, sus tradiciones y las fiestas populares de esos pueblos, en lo que irá implícita, la información municipal, los avances del Ayuntamiento y la forma en que se esta apoyando a cada comunidad.

Como estrategia para llamar la atención de la mayoría de los pobladores, se les invitará a la proyección de una película, en la comisaría municipal o en un local lo suficientemente amplio para que la gente se concentre, y antes de proyectarla se les pasaría el reportaje, un documental o una edición del programa sabatino.

El material necesario será una televisión y una videocasetera, con lo que se reducirán gastos significativos, al pagar publicidad en radiodifusoras u otro medio, que no tendría la misma capacidad de penetración.

Además se informará de manera mensual, con la publicación de la gaceta, la cual se ampliará en muraletas, que se pegarán en las comisarías de cada comunidad.

**Calendarización de la propuesta (tiempo).** Dado que la propuesta de medios es diversificado y a mi particular punto de vista, completo y amplia. La calendarización no podría establecerse con una exactitud precisa en los resultados.

Esto porque el tiempo de duración y ejecución de la campaña sería un trabajo permanente, una propuesta de trabajo anual o trianual.

Salvo en momentos de contingencia informativa y que por las necesidades propias de comunicar algún evento, programa social, anuncio de inauguración de una obra de gran dimensión o una campaña de desprestigio; podría establecerse un trabajo de mayor intensidad y continuidad, de acuerdo a las necesidades propias de la situación. En resumen diseñar una estrategia de comunicación a corto plazo.

**Cobertura.** Por obvias razones la cobertura de la propuesta se fija principalmente en la ciudad, que es el punto de mayor concentración poblacional, sin olvidarnos claro, de las 17 comunidades que conforma el municipio. Pero ello no descarta la proyección a los municipios vecinos y en general a nivel estatal, ya que la cobertura de algunos medios de comunicación con que se signaría un convenio es de tipo regional y estatal.

Cumpliendo con ello uno de los objetivos principales del proyecto, que es el de dimensionar, extender y hacer notar el trabajo del Ayuntamiento en otros espacios municipales.

**Beneficiarios.** En primera instancia los beneficiados son los habitantes de Tixtla, principales receptores en este círculo comunicativo, quienes estarían plenamente informados sobre los planes, proyectos y programas que implementa el Ayuntamiento .

En segundo término, sin trascender el orden de importancia, se beneficia la administración municipal y funcionarios, pues con una imagen favorable y un alto índice de credibilidad sobre la manera en que han gobernado durante ese periodo, les favorecería si se diera el caso, a las aspiraciones políticas de los funcionarios que tengan aspiraciones de ocupar algún otro puesto a nivel municipal, estatal y federal.

**Recursos.** El objetivo de este trabajo se plantea con la nueva cultura o política actual de la administración pública y privada, eficientar el trabajo y los servicios gastando menos recursos.

Con respecto al recurso del presupuesto municipal a ejercer, necesariamente tenemos que tomar en cuenta el ejercicio del gasto público que habrá de aprobar el cabildo con respecto al presupuesto de egresos anual en el que regidores, síndico procurador y presidente municipal habrán de analizar en los términos que marca la Ley Orgánica del Municipio Libre; a efecto de autorizar en que se va a gastar el dinero proveniente de las aportaciones federales etiquetadas por el ramo XXXIII, el cual esta etiquetado para la autorización y ejecución de construcción de obras, caminos y programas sociales. Y en ese presupuesto se destinará una partida para llevar a cabo la propuesta de comunicación social.

En esa partida a propuesta del presidente municipal y del responsable de comunicación social se programará el gasto mensual para efectuar pagos de convenios con periódicos, semanarios, revistas, radiodifusoras y la televisora local.

Sin embargo cuando se presente alguna eventualidad del tipo material, humano o económico en el rubro de comunicación social, podrá el responsable del área con la previa autorización del alcalde o bajo un acuerdo establecido entre ellos y el tesorero municipal, para que la Unidad de Comunicación Social pueda solventar gastos extras con el apoyo de los recursos de tesorería municipal que recibe por conceptos de impuestos o trámites, sin necesidad de modificar o quitar recursos del ramo XXXIII o de la partida programada.

Por otra parte, el salario del personal de la Unidad de Comunicación Social, el cual deberá ser justo. De antemano se tiene el antecedente de que el sueldo es bajo en los trabajadores de un Ayuntamiento, pero si tomamos en cuenta que la mayor parte de ellos realizará diversas funciones como reportero, camarógrafo, fotógrafo, conductor de televisión y guionista entre otras, se deberá hacer un esfuerzo presupuestal por parte de la tesorería municipal para implementar una serie de compensaciones económicas en función al rendimiento, desempeño,

resultados y responsabilidad del trabajador, con el objeto de motivar e incentivar la labor del personal.

En cuanto a la propuesta, el presupuesto sugerido estaría en el orden de los 25 mil pesos mensuales, que multiplicado por los doce meses del año nos daría un total de 300 mil pesos a ejercer, a fin de cubrir el pago de convenios en medios impresos y electrónicos, además de pagar el tiraje mensual de la gaceta municipal.

Si comparamos el presupuesto que se sugiere para la presente propuesta con el que ejercieron administraciones pasadas podemos afirmar con base en información proporcionada por los responsables de comunicación social en los trienios que comprenden los años de 1999-2002 y el actual (2002-2005), estamos hablando de un ahorro de 100 mil pesos para el primero y 150 mil o mas para el segundo.

Solo por mencionar debemos tomar en cuenta que el precio de producción y emisión de mensajes en la televisora local es relativamente barato, ya que la producción de un spot cuesta entre 250 y 300 pesos, en un rango de tiempo que va de 1 a 3 minutos. Y la repetición de ese mismo spot cuesta entre los 15 y 30 pesos.

En radio el costo suele ser similar o un poco más elevado el precio de la repetición del spot, debido a que este medio representa mayor cobertura regional y estatal en la mayoría de las veces.

## CONCLUSIÓN

Conocer los antecedentes, el origen al que pertenecemos y quienes son nuestros antepasados, es la base del sentido de identidad y legitimación de un pueblo, de un estado y de una nación.

Es por ello que al inicio de este trabajo se exponen pasajes, leyendas y momentos de gran trascendencia de la historia de Tixtla, esos datos fueron extraídos de documentos, manuscritos, folletos, antologías y otros documentos que están en poder de las autoridades municipales, de investigadores y profesores nacidos en Tixtla; quienes con un alto sentido filantrópico, han dedicado parte de su vida al estudio del origen de una tierra que ha visto nacer a seres que indiscutiblemente aportaron y participaron con su valor y con su inteligencia en periodos de gran trascendencia de la historia de México, personajes de la talla del Gral. Vicente Guerrero Saldaña y del célebre, maestro, escritor y poeta, Ignacio Manuel Altamirano.

Conocidos por muchos, en los ámbitos histórico y cultural pero irónicamente habitantes del mismo municipio no conocen los logros del primero y las obras del segundo. Es por eso que ese vistazo al pasado, esa mirada hacia las raíces, son parte esencial en la propuesta de comunicación social que desarrolló en el tercer capítulo de esta investigación. El pasado refuerza el presente y fortalece el futuro.

Por eso para optimizar el desarrollo cultural, económico, político y social del municipio de Tixtla de Guerrero; se debe pensar en una modernización operativa del H. Ayuntamiento tixtleco, ese diseño municipal requiere la integración del conjunto de su estructura interna y de sus relaciones sociales e intergubernamentales, así como de los procesos comunicativos.

Una de las obligaciones de un gobierno es informar sobre sus acciones, programas sociales y las obras que tiene proyectadas o que ejecuta. En esa dirección planteamos la promoción de los valores cívicos y el sentimiento de identidad que hermana a todos los tixtlecos. Significados que se deben difundir a través de diferentes estrategias por los medios de comunicación. En fechas importantes como el natalicio de Vicente Guerrero o la semana cultural dedicada a Altamirano que se lleva a cabo año con año durante el mes de diciembre. Lo que sin duda reforzaría la identidad local en todos los hijos de esa tierra sureña.

Por otra parte el ciudadano debe conocer la estructura de la administración municipal, como parte del derecho a la información al cual todos deben tener acceso.

Es común que una persona desconozca a quien deba acudir para resolver un problema o gestionar algún apoyo. Es este uno de los factores por los que la propuesta de comunicación social utiliza los diversos medios de comunicación y los géneros periodísticos como el reportaje, la entrevista y la nota informativa para

dar a conocer a la luz pública quienes están a cargo del destino del municipio, con el objeto de que la ciudadanía identifique al presidente municipal, al síndico procurador y todo el cuerpo edilicio quienes junto con los funcionarios municipales conforman la administración del Ayuntamiento.

Esa es la función del estudio y reconocimiento del papel que desempeñan todos los que integran el aparato de gobierno. Información que el responsable de la Unidad de Comunicación Social debe dominar y conocer. Para efficientar y profesionalizar el quehacer comunicativo, así como ampliar, diversificar y mejorar el flujo de la información veraz, oportuna y objetiva que debe prevalecer en la administración municipal.

La existencia y funcionalidad de una Unidad de Comunicación Social en el aparato administrativo en el gobierno municipal de Tixtla de Guerrero, Gro; responde a la necesidad social de instrumentar una política de comunicación que permita a la opinión pública mantenerse informada de lo que realiza su presidente municipal a la vez de justificar las acciones gubernamentales en los diferentes estratos sociales.

Se trata de mejorar las funciones a través de la emisión de comunicados, imprimir y distribuir folletos, volantes, carteles y la gaceta municipal. Producir y transmitir programas y promocionales en radio y televisión; llevar a cabo los trabajos de compilación y análisis de información periodística que se publica cotidianamente, participar en la organización, reuniones y ceremonias oficiales de carácter informativo. Un manejo profesional de la información. Cumplir con la función social en la promoción de los proyectos, planes y programas de gobierno a nivel federal, estatal y por supuesto municipal.

Este trabajo tiene la finalidad de marcar una directriz en el proceso y el significado del trabajo del comunicador en una Unidad de Comunicación Social, en un Ayuntamiento que gobierne el municipio de Tixtla de Guerrero, con sus características muy particulares como son sus tradiciones, costumbres e ideología de la población.

Quizá esta nueva propuesta, en esencia no contenga un elemento netamente creativo e innovador, si tomamos como referencia el plan y lo comparamos con el esquema de trabajo de Ayuntamientos dentro del mismo estado de Guerrero como son Acapulco o Chilpancingo, municipios con mas recursos y que tienen una estructura que se acerca mas a lo formal, en lo operativo, organizativo y técnico a una Dirección General de Comunicación Social.

Los planes de trabajo de esos ayuntamientos en el rubro de la comunicación social se basan en estrategias que se plantean en este trabajo, pero el verdadero reto es como adecuarlos, aplicarlos y cumplir con el objetivo de dar a conocer el trabajo del gobierno municipal y mejorar su imagen, su popularidad y aceptación de la población tanto urbana como rural del propio municipio de Tixtla de Guerrero y por extensión de cualquier otro municipio del estado.

En las administraciones municipales en Tixtla de Guerrero, se le puso el término de dirección al área de comunicación social, sin darse cuenta del trabajo que significa conformar una dirección, en cuanto a su estructura como el personal, materiales y recursos financieros.

Por ello se optó en denominar esta área como Unidad de Comunicación Social, que implica un grado menor que dirección, lo cual no demerita en el trabajo que se realice, pues de lo que se trata en un Ayuntamiento con poco presupuesto es aprovechar los escasos recursos y diversificarlos para hacer mas eficiente el trabajo de comunicación socia.

Comunicación social es un término muy amplio, que engloba la labor periodística, de imagen gubernamental, de relaciones públicas y de administración en el uso efectivo y discrecional de los recursos. Tareas que podrían cumplirse cabalmente con la puesta en práctica de esta propuesta.

Finalmente y como se expuso en el desarrollo del trabajo y que solo concluyo en este espacio, es que sus propósitos radican en crear, mantener y desarrollar la legitimidad del ejercicio del poder público en el contexto específico de donde emana a través de la difusión de contenidos e información acorde con los valores e imágenes inculcados por los medios de comunicación a todos los miembros de su cultura, costumbres y las tradiciones de la comunidad de Tixtla de Guerrero, tanto en lo interno a todo lo que integra la administración municipal y en lo externo que refiere a toda la comunidad que representa.



## BIBLIOGRAFÍA

- Beltrán y Cruces, Raúl Ernesto, **PUBLICIDAD EN MEDIOS IMPRESOS**, Ed. Trillas, 1997.
- Bohmann, Karin, **MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SISTEMAS INFORMATIVOS EN MÉXICO**, Ed. Alianza Mexicana.
- Buendía, Manuel, **APUNTES SOBRE GOBIERNO Y COMUNICACIÓN SOCIAL**, Océano, México, 1985.
- Buendía, Manuel, **NOTAS PARA UN MANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL, Ejercicio periodístico**, Océano, México, 1985.
- De Gortari, Elí, **EL MÉTODO DE LAS CIENCIAS**, Ed. Grijalbo, 1994.
- Eco, Humberto, **COMO SE HACE UNA TESIS; Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura**, Ed. Gedisa, 1984.
- Ellis, Nigels y Bowman, Pat, **MANUAL DE RELACIONES PÚBLICAS**, Ed. SAGITARIO, 1964.
- Everett M. Rogers; Rekha Agarwala, **LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES**, Ed. McGraw-Hill, 1980.
- Fernández, Ch, Fátima. **LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA EN MÉXICO**, Juan Pablos Editor, México, 1984.
- Goldhaber, Geral M., **COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**, Ed. Diana.
- González Reyna, Susana, **MANUAL DE REDACCIÓN E INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL**, Ed. Trillas, 1998.
- Guajardo, Horacio, **TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**, Ed. GERNIKA, 1994.
- Hiriart, Pablo. **LA PLURALIDAD EN LA COMUNICACIÓN SOCIAL**, UNAM, México 1990.
- Ibáñez Brambillia, Berenice, **MANUAL PARA LA ELABORACIÓN DE TESIS**, Ed. Trillas, 1992.
- Lee, Thayer, **COMUNICACIÓN Y SISTEMAS DE COMUNICACIÓN**, Ed. Península.
- Massé Narváez, Carlos E, Sandoval Forero, Eduardo, **POLÍTICAS PÚBLICAS Y DESARROLLO MUNICIPAL**, Ed. El Colegio de Mexiquense, 1991.
- Maza , Pérez, Maximiliano. Cervantes de Collado, Cristina, **GUIÓN PARA MEDIOS AUDIOVISUALES, CINE, RADIO Y TELEVISIÓN**, Alambra, México, 1997.
- Menéndez, Ana María. **DEMOCRACIA Y COMUNICACIÓN SOCIAL**, UNAM, México, 1990
- Menéndez, Antonio, **COMUNICACIÓN SOCIAL Y DESARROLLO**, Ed. UNAM.
- Nosnik, Abraham, **EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL, UN ENFOQUE METODOLÓGICO**, Ed. TRILLAS, 1991.
- Pardo, Romero, **COMUNICACIÓN POLÍTICA Y TRANSICIÓN DEMOCRÁTICA**, Ed. UAM, 1997.

- Parra Hernández Jorge, **Tesis. "La Comunicación Social, una experiencia práctica"**, UNAM – FCP y S.
- Reed, H, Blake. Haroldsen, Edwin, O. **UNA TAXONOMÍA DE CONCEPTOS DE LA COMUNICACIÓN**, Ediciones Nuevomar, Atenas 1980.
- Rojas Soriano, Raúl, **GUÍA PARA REALIZAR INVESTIGACIONES SOCIALES**, 16ª edición, Ed. Plaza y Valdez, 1995.
- Ruiz, Olabuértega, José Ignacio, **SOCIOLOGÍA DE LAS ORGANIZACIONES**, Ed. Universidad de Deusto
- Toussaint, Florence, **DEMOCRACIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN: UN BINOMIO INEXPLORADO**, Ed. La Jornada.
- Ziccardi, Alicia, **AGENDA DE LA REFORMA MUNICIPAL EN MÉXICO, MUNICIPIO Y REGIÓN**, Ed. UNAM. 2000.
- **AGENDA DEL PRESIDENTE MUNICIPAL**, UNAM- FCPyS, 1981
- **ANTOLOGÍA DE TIXTLA, BIBLIOTECA MUNICIPAL**, TIXTLA, GRO, 2001.
- **CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE GUERRERO**, Consejo Estatal Electoral, 1999.
- **LEY ORGÁNICA DEL MUNICIPIO LIBRE DEL ESTADO DE GUERRERO**, 1999.
- **MANUAL DE ESTILO PERIODÍSTICO**, DGCS, GOBIERNO DEL ESTADO DE GUERRERO, 2002.
- **MANUAL DE ORGANIZACIÓN**, SECOFI, D.G.P.C.S. 1989.
- **PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 1999-2002**, H. AYUNTAMIENTO MUNICIPAL CONSTITUCIONAL DE TIXTLA, GRO.
- **PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL 2002-2005**, H. AYUNTAMIENTO MUNICIPAL CONSTITUCIONAL DE TIXTLA, GRO.
- **TIXTLA: ESPEJO DE LOS DIOSES, SEMBLANZA HISTÓRICA DE LA CIUDAD**, Ed. H. Ayuntamiento Municipal Tixtla, Gro, 2000.
- **TIXTLA: ESPEJO DE LOS DIOSES, ICONOGRAFÍA DEL H. AYUNTAMIENTO DE TIXTLA DE GUERRERO**, GRO, Ed. H. Ayuntamiento Municipal Tixtla, Gro, 2001.