



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**LA EXPERIENCIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
EN EL AYUNTAMIENTO DE IGUALA, GUERRERO
EN EL TRIENIO 2002-2005
REPORTE DE EXPERIENCIA LABORAL**

TESINA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PRESENTA:

Lizbeth Cruz Cruz

ASESORA: DRA. FRANCISCA ROBLES



CIUDAD UNIVERSITARIA, SEPTIEMBRE 2011



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.

Agradecimientos

A doña Paula Cruz Clemente, mi mamá, quien además de la vida me dio su amor, paciencia y dedicación para forjarme como una persona de bien, y desde el cielo sigue enviándome bendiciones.

A Naila Cecilia, mi mayor tesoro, la bendición más grande que tengo y el motor que me da fuerzas para trabajar día con día.

A don Cándido Cruz, mi papá, quien siempre me ha dado todo su amor y apoyo.

A Ana Paula, la lucecita que llegó a iluminar nuestras vidas.

A mis hermanos, a quienes quiero infinitamente.

Al Dr. Lázaro Mazón Alonso por su confianza y a Francisco Lara por su hospitalidad y apoyo para realizar este trabajo.

A mis amigas y amigos de la FCPYS por su cariño y porque siempre han creído en mí.

A mis amigos y cómplices en Hidalgo y Tlaxcala

A toda mi familia de quien siempre he recibido mucho amor.

A mi asesora Francisca Robles por la paciencia y la oportunidad de conocerla.

A todos aquellos con quienes he compartido buenas y malas a lo largo del camino y a quienes en algún momento confían en mí.

Índice

| | |
|---------------------|--------|
| Introducción | Pág. 4 |
|---------------------|--------|

CAPÍTULO 1. EL MUNICIPIO DE IGUALA, GUERRERO

| | |
|---|---------|
| 1.1 El municipio de Iguala: breve semblanza | Pág. 10 |
|---|---------|

1.2 Aspectos socioeconómicos de Iguala

| | |
|-----------------|---------|
| 1.2.1 Población | Pág. 12 |
|-----------------|---------|

| | |
|-----------------|---------|
| 1.2.2 Educación | Pág. 16 |
|-----------------|---------|

| | |
|------------------------------|---------|
| 1.2.3 Actividades Económicas | Pág. 18 |
|------------------------------|---------|

| | |
|---|---------|
| 1.3 La Conformación del H. Ayuntamiento de Iguala en el periodo 2002-2005 | Pág. 21 |
|---|---------|

| | |
|---|---------|
| 1.4 La administración municipal de Iguala | Pág. 27 |
|---|---------|

| | |
|--------------------------|---------|
| 1.4 El alcalde de Iguala | Pág. 29 |
|--------------------------|---------|

Capítulo 2. LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL MUNICIPIO DE IGUALA

| | |
|---|---------|
| 2.1 La importancia de la comunicación social como una política de gobierno. | Pág. 31 |
|---|---------|

| | |
|---|---------|
| 2.2 El caso Iguala, una segunda oportunidad | Pág. 34 |
|---|---------|

| | |
|---|---------|
| 2.3 Marco jurídico de la comunicación social | Pág. 35 |
| 2.4 Estructura y metas de la dirección de comunicación social de Iguala | Pág. 38 |
| 2.5 Retos para la implementación de una política de comunicación social | Pág. 44 |
| 2.6 Herramientas de difusión y manejo de información del gobierno | Pág. 48 |
| 2.7 Los medios de comunicación en el municipio de Iguala | Pág. 55 |

CAPÍTULO 3. ANÁLISIS FODA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL AYUNTAMIENTO DE IGUALA GUERRERO 2002-2005.

| | |
|---|---------|
| 3.1. El análisis FODA | Pág. 61 |
| 3.2 Gráfica FODA Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento de Iguala, Gro.2002-2007 | Pág. 63 |
| Conclusiones | Pág. 68 |
| Fuentes | Pág. 70 |
| Anexo Fotográfico | Pág. 72 |

Introducción

En el ámbito de los gobiernos municipales la transparencia y la rendición de cuentas son vitales en la consolidación de una cultura democrática, donde los ciudadanos exigen cada vez más información de las obras y acciones que realizan sus gobernantes, en quienes depositaron su confianza a través del voto.

Para ello, la comunicación social debe ser instrumento vital en cualquier estructura de gobierno, como parte de una política que busque establecer un enlace más directo con la población, en el marco de una institucionalidad establecida por las legislaciones en el ámbito local.

Sin embargo, son principalmente los gobiernos de los municipios con mayor población quienes establecen un área de comunicación social, para difundir las actividades del alcalde y de quienes integran el ayuntamiento, destacando las obras y acciones que muestren a los ciudadanos la eficacia y eficiencia de su gestión.

Por lo general, esta decisión depende más de los recursos económicos disponibles en las arcas municipales para la contratación de personal y adquisición de equipo que de voluntad política de transparentar el ejercicio de gobierno.

Por ello, es de reconocer el trabajo que se realiza en aquellos municipios, donde la creatividad y las ganas de realizar un buen trabajo, han sido el factor principal para la realización de cualquier obra o acción ante la carencia de recursos económicos, por lo que es importante difundir estas experiencias de trabajo con el fin de que puedan multiplicarse en otros espacios.

En estas páginas expondremos el caso del ayuntamiento de Iguala, Guerrero, durante el periodo 2002-2005, encabezado por el Dr. Lázaro Mazón Alonso, que

en su momento destacó por el interés de ser un gobierno cercano a la población, que rindiera cuentas y fuese transparente en su gestión, para lo cual creó por primera vez una dirección de comunicación social con equipo humano y técnico dedicados exclusivamente a realizar la labor informativa, confiándoles por completo esta responsabilidad, para él dedicarse plenamente a las funciones propias de su cargo como ejecutivo municipal.

Esto, como parte de una percepción, resultado del trabajo que realicé en la Asociación de Autoridades Locales de México A.C. (AALMAC), la cual agrupa a las autoridades locales del PRD en todo el país, donde conocí muy de cerca el trabajo que realizaban gobiernos municipales de todo el país y donde siempre destacó la gestión de Iguala, Guerrero, quienes encabezados por su presidente municipal siempre se mantuvieron muy activos en su participación con la Asociación, además de que diariamente a través de distintos medios nos mantenían informados de las actividades que realizaban en el municipio, a través de la dirección de comunicación social.

Desde la AALMAC apoyamos ampliamente la labor de difusión de las actividades del ayuntamiento, aprovechando el gran potencial que la Asociación tiene con los medios de comunicación en el ámbito nacional, así como con las organizaciones internacionales de municipios.

Para entender mejor el marco en el que realizó el trabajo del gobierno municipal de Iguala, y principalmente la dirección de comunicación social, en el primer capítulo presentamos una breve semblanza histórica del municipio, así como sus principales referentes socioeconómicos, a fin de que el lector tenga una visión de las características propias de su población, así como de las principales actividades que allí se desarrollan.

Asimismo presentamos la conformación de ayuntamiento, de acuerdo a como lo establece la legislación nacional y la del estado de Guerrero, donde también se hace mención a la obligatoriedad de los municipios a informar a los ciudadanos, sin establecer claramente los medios para realizar esta acción.

En este caso, se destaca la imagen de quien fungió como presidente municipal durante el periodo señalado, toda vez que su personalidad y su trayectoria política son fundamentales para la obtención de buenos resultados en el trabajo que realizó el equipo de comunicación social, pues se trató de un personaje reconocido por los igualtecos.

En el segundo capítulo, se presenta una breve explicación de la importancia de contar con un área de comunicación social en el municipio, que sea el vínculo entre el gobierno y la población. Asimismo, se presentan las bases legales que establecen la creación de ésta figura a través de la legislación del estado de Guerrero.

En este mismo capítulo se muestra la conformación de la dirección de comunicación social en Iguala, así como las metas de trabajo que se establecieron para el periodo de tres años, tiempo que constitucionalmente debía durar la gestión.

Por otra parte, en este segundo capítulo se muestran las distintas herramientas que la dirección de comunicación social utilizó para la difusión de la información del ayuntamiento, así como del impacto que se creyó alcanzar con estos métodos. También se presenta un breve panorama de los medios de comunicación privados existentes en el municipio, con los cuales se establecieron convenios de trabajo.

Es en este segundo capítulo donde el lector conoce las acciones que se realizan para establecer una estrategia de comunicación social municipal, que si bien por

el momento en el que se realizó carece de aspectos como el uso de tecnologías como Internet, lo que si queda claro es que se realizó un trabajo que dio una verdadera cercanía al gobierno municipal con su gente, dándole un sello distintivo a esta experiencia, situación que pocas veces se logra, considerando el tamaño del municipio.

En el tercer capítulo se hace un análisis FODA de esta experiencia, a fin de comprender mejor cuales fueron las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas a las que se enfrentó la dirección de comunicación social de Iguala, a fin de clarificar también los aciertos y errores.

Finalmente en las conclusiones se nos permite ubicar los logros y los retos, considerando que el equipo sigue unido, trabajando en otros ámbitos y para quienes ésta reflexión ha sido útil en sus nuevos espacios.

Si bien es complicado calificar como bueno o malo el trabajo que realizó el equipo de comunicación social de Iguala, la intención es que esta experiencia pueda ser útil para otros municipios, principalmente los que tienen una menor población y por ende presupuesto, para que comprendan que la cercanía con la población y la transparencia en el gobierno municipal, deben ser elementos primordiales de su gestión, ante una población que demanda cada vez más de sus gobernantes, quienes además de buenos administradores deben ser creativos, para que haya un sello que distinga su trabajo.

Seguramente en el país existen muchas más experiencias, tal vez con otros elementos o mayores recursos, lo importante es sistematizarlas, para que puedan ser útiles, porque gobiernos van y vienen, y todo lo que se pueda aportar para su buen desempeño no debe ser desdeñado.

CAPÍTULO 1. EL MUNICIPIO DE IGUALA, GUERRERO

Al hablar de los municipios en cualquier parte del mundo, inmediatamente pensamos en una gran diversidad de aspectos que los identifican, como son su gente, su cultura, costumbres, gastronomía, formas de gobierno y una lista interminable de aspectos que van más allá de un simple espacio territorial.

En México existen aproximadamente 2,430 municipios, cada uno con características propias, que hacen a todos y cada uno difíciles de analizar y clasificar, sin embargo, algunos son reconocidos o recordados por situaciones en particular que los hace especiales, lo que nos obliga a detenernos para realizar un estudio más profundo de aquello que nos interesó o despertó nuestra curiosidad.

Durante mi paso por la Asociación de Autoridades Locales de México A.C. (AALMAC), organización que agrupa a los gobiernos municipales del PRD de todo el país, donde laboré por cuatro años, pude conocer muchas de las experiencias exitosas de gobiernos municipales, en distintos ámbitos: el manejo de programas de desarrollo social, prestación de servicios públicos, políticas públicas, participación ciudadana, entre otros, destacando para mí lo referente al trabajo que realizaban los ayuntamientos en la dirección de comunicación social, con quienes en múltiples ocasiones coadyuvamos en procesos de capacitación o asesoría, así como en la difusión de su información en medios nacionales.

Una de estas experiencias, que podemos considerar exitosa, es la del municipio de Iguala de la Independencia, Guerrero, en el trienio 2002-2005, siendo presidente municipal el **Dr. Lázaro Mázon Alonso**¹.



El reconocimiento de la importancia que para este gobierno municipal tuvo el contar con una dirección de comunicación social, por parte del Dr. Mazón y de quienes formaron esa administración, permitió que esta instancia contara con todo el apoyo para realizar una estrategia que dio resultados, la cual es el objeto de estudio de este trabajo, mismo que después de conocerla nos dará elementos para entender porque es considerada como exitosa.

Para esto es importante conocer primero las particularidades del municipio de Iguala, así como el contexto sociopolítico en el que operó la dirección de comunicación social, a fin de reconocer los retos que enfrentó.

¹ Médico cirujano de profesión, ha sido presidente municipal de Iguala, Guerrero, en los periodos 1996-1999 y 2002-2005.

Senador para el periodo 2006-2012 por el Estado de Guerrero.

En abril de 2011 es nombrado Secretario de Salud por el mismo estado.

Fundador de la Asociación de Autoridades Locales de México A.C. (AALMAC), organización que agrupa a los gobiernos municipales del PRD.

Durante su gestión como presidente del H. Ayuntamiento de Iguala obtuvo el primer lugar nacional del programa *Hábitat* 2003, así como el primer lugar Nacional de *Gobierno y Gestión* 2005.

Otras actividades: Consejero de la Cámara Nacional de Comercio de Iguala (CANACO) y de la Confederación Patronal de la República Mexicana (COPARMEX) en Iguala, Consejero del Desarrollo Empresarial Guerrero (DESEM), Coordinador de la Campaña de Cuauhtémoc Cárdenas en el Frente Democrático Nacional 1988, Fundador del Partido de la Revolución Democrática (PRD) Iguala 1989, Coordinador de Alcaldes del Partido de la Revolución Democrática (PRD) del estado de Guerrero 1996-1999, Coordinador de la V Circunscripción (Estado de México, Michoacán y Guerrero) de alcaldes del Partido de la Revolución Democrática 1997, Fundador de la Primera Intermunicipalidad en México 2003-2005.

1.1 El municipio de Iguala: breve semblanza

“El municipio de Iguala, en el estado de Guerrero se encuentra al norte de la ciudad de Chilpancingo, a una distancia de 100 kilómetros sobre la carretera federal Acapulco-México.

Se encuentra asentado en los comienzos de la representación de la cuenca del río Balsas. Colinda al norte con Buena Vista de Cuellar y Taxco; al este con Huitzucó, Tepecoacuilco y Cocula; al oeste con Teloloapan.”²



“El significado de la palabra Iguala se deriva del mexicano yohualcehuatl que quiere decir “donde serena la noche”. Hay quienes la traducen en “Yoalla” que significa Ya volvió o Ya viene.”³

El municipio de Iguala es reconocido principalmente por acontecimientos históricos, que se suscitaron durante la época de la independencia de México, siendo que el 24 de febrero de 1821, Agustín de Iturbide promulgó el llamado Plan de Iguala, proclamando la Independencia de nuestro país.

Los principales postulados de El Plan de Iguala o De Las Tres Garantías, fueron: la religión católica sin tolerancia, forma de gobierno monárquica, integración del ejército de las Tres Garantías.

Es en Iguala donde se conforma el primer ejército mexicano.

² www.inafed.gob.mx, noviembre 2006.

³ Idem

El mismo día de la promulgación del Plan de Iguala, Iturbide presentó la primera Bandera Nacional, la de las Tres Garantías, con franjas blancas, verdes y rojas y tres estrellas bordadas con hilos en color oro que simbolizaban: la religión, la Independencia y la unión de todos los americanos. Por este acontecimiento se le reconoce a Iguala como la “Cuna de la Bandera”, por lo que en febrero de cada año se realizan las festividades al lábaro patrio, de manera muy especial en este lugar.



Asimismo, Iguala es el único territorio mencionado en una estrofa del Himno Nacional, la número 7 que dice:

Y el que a golpe de ardiente metralla

De la Patria en las aras sucumba

Obtendrá en recompensa una tumba

Donde brille la gloria y la luz

*Y de **Iguala** la enseña querida*

A su espada sangrienta enlazada

De laurel inmortal condenada

Formará de su fosa la cruz.⁴

Actualmente en el centro del municipio hay un Museo-Santuario en honor a estos acontecimientos históricos, además de que en este municipio se encuentra la Bandera más grande de México y una de las más grandes de Latinoamérica,

⁴ Himno Nacional Mexicano. Autor: Francisco González Bocanegra

con una altura de 114 metros misma que se visualiza de todos los ángulos del municipio.

La historia de Iguala data desde la época precolombina, sin embargo, los acontecimientos antes mencionados son considerados por su población como los más importantes, toda vez que son los que han sido elementales en la formación de su identidad nacionalista y patriota, que hace a los igualtecos reconocerse como herederos de un importante legado histórico.

Ello ha permeado para que varios sectores de la sociedad, principalmente del centro del municipio, se interese en las acciones de la vida pública, a través del gobierno municipal o de los partidos políticos, buscando ser parte de esa riqueza histórica, enarbolando la tierra a la que pertenecen.

1.2 Aspectos socioeconómicos de Iguala

1.2.1 Población

De acuerdo a los datos del XIII Censo General de Población y Vivienda 2010, efectuado por el INEGI, la población total del municipio es de 140, 363 habitantes, lo que representa el 4.0 por ciento con relación a la población total del Estado.

| TOTAL | HOMBRES | MUJERES |
|---------|---------|---------|
| 140 363 | 67 611 | 72 752 |

De acuerdo con datos de INEGI de 2000 (la información específica de 2010 aún no está publicada), la tasa de crecimiento media anual es del 2.1 y es más alto al promedio estatal que es del 1.6 por ciento, concentrándose los más altos niveles de población en un rango de 5 a 19 años.

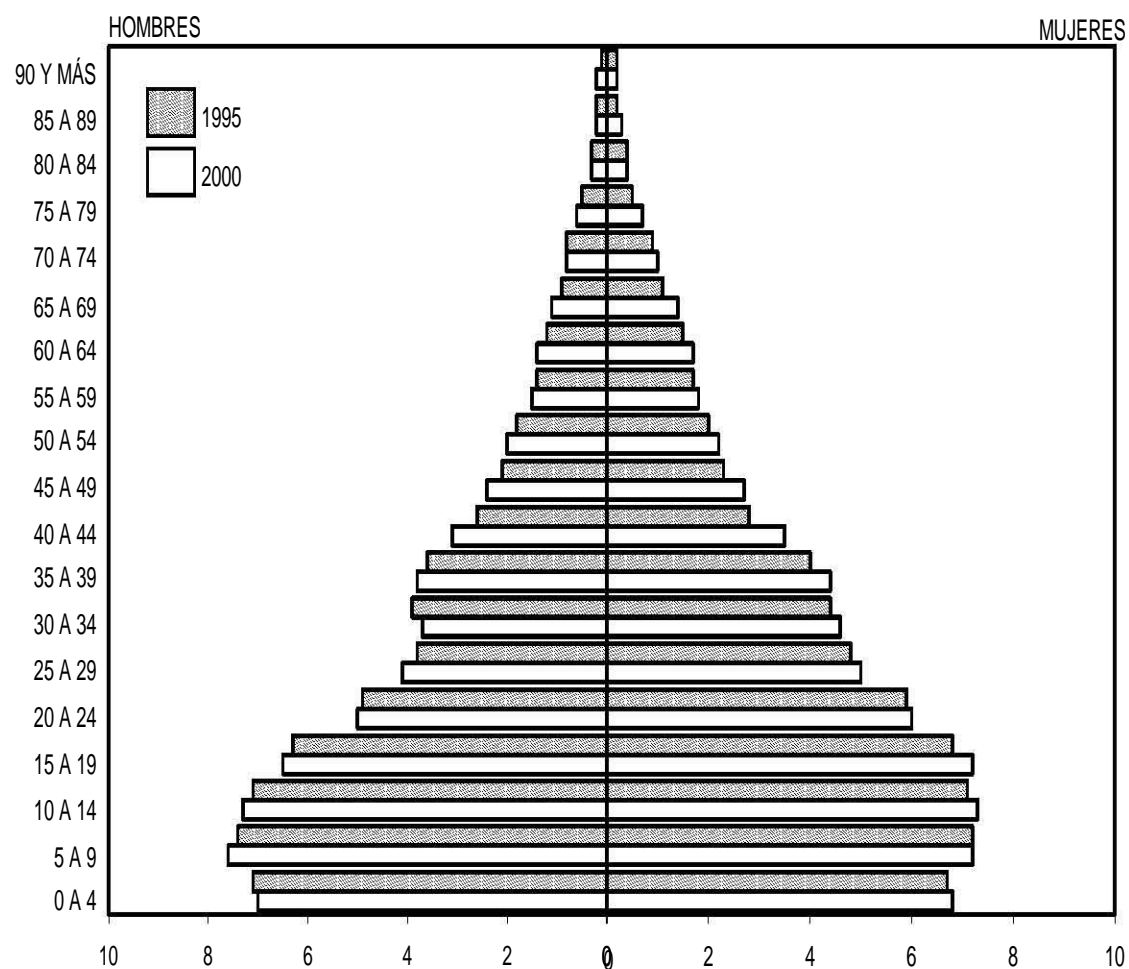
POBLACIÓN TOTAL POR GRUPO QUINQUENAL

Gráfica 2.c

DE EDAD SEGÚN SEXO ^{a/}

Años censales 1995 y 2000

(Miles)

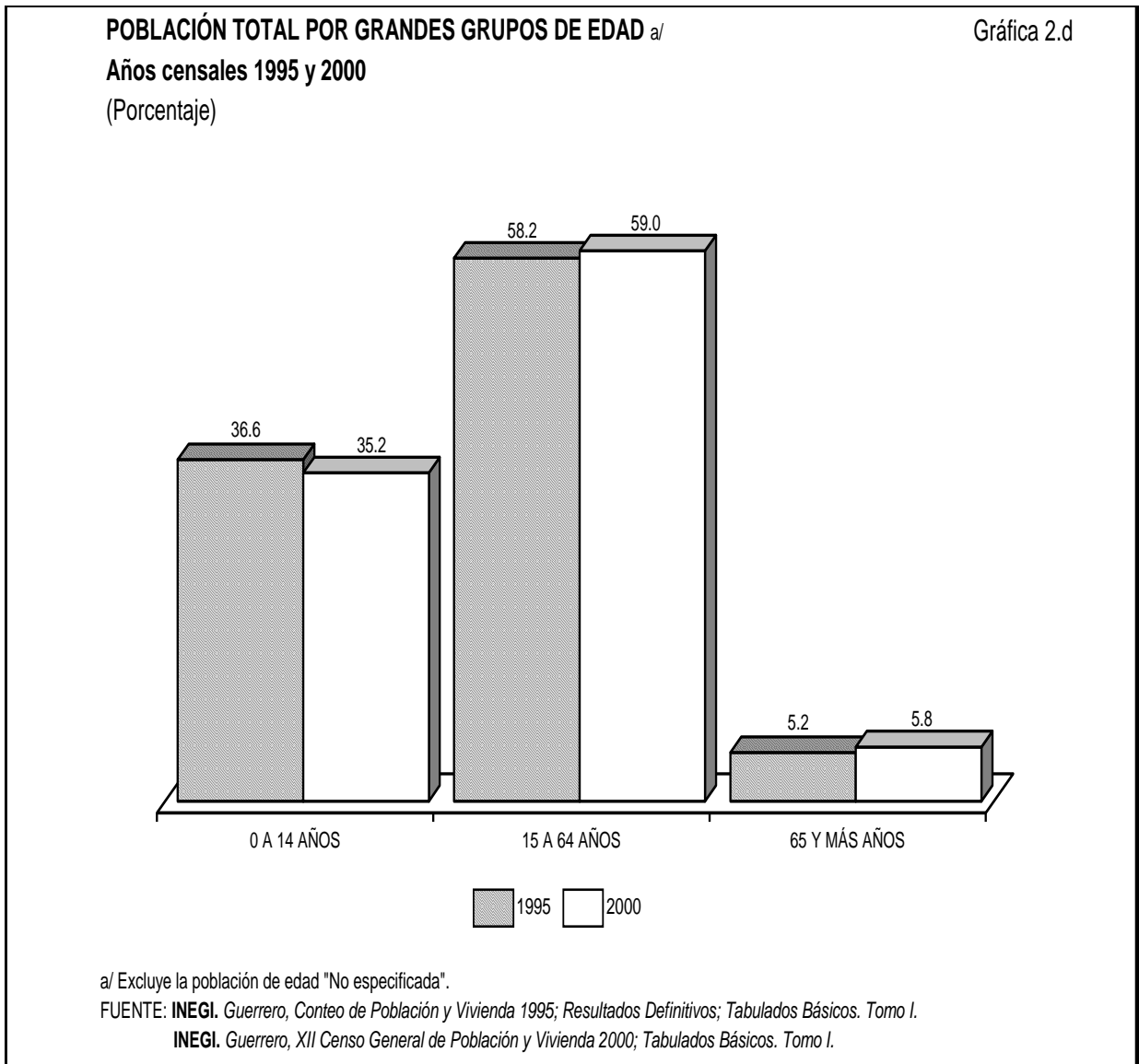


a/ Excluye la población de edad "No especificada".

FUENTE: INEGI. Guerrero, Censo de Población y Vivienda 1995; Resultados Definitivos; Tabulados Básicos. Tomo I.

INEGI. Guerrero, XII Censo General de Población y Vivienda 2000; Tabulados Básicos. Tomo I.

Sin embargo, en el periodo comprendido de 1995 al 2000, en Iguala se dio un descenso la población menor de 14 años y un aumento en la mayor de 65, fenómeno que se explica por la disminución en las tasas de nacimientos y de mortalidad.

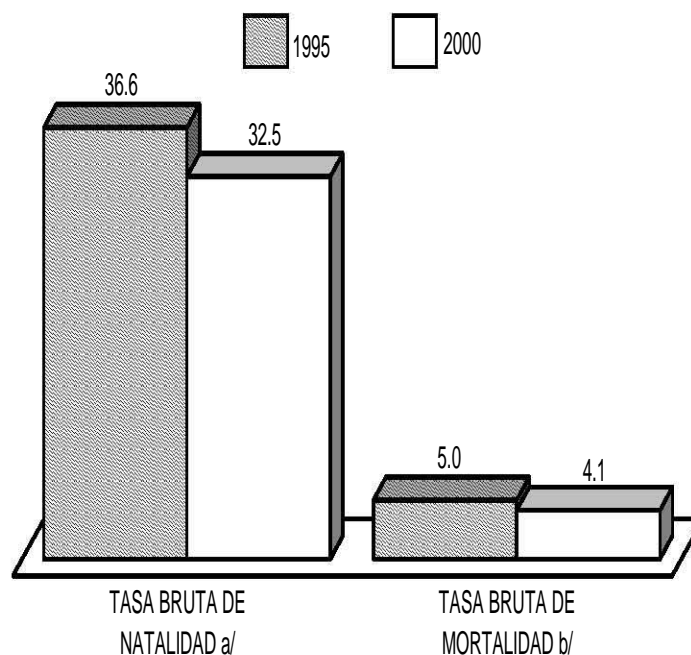


TASAS BRUTAS DE NATALIDAD Y MORTALIDAD

Gráfica 2.j

1995 y 2000

(Por mil)



a/ Se calculó como: Nacimientos registrados en el año, conforme a la residencia habitual de la madre / Población al 30 de junio X 1 000.

La población al 30 de junio se estimó como:

Población al 30 de junio de 1995= $\frac{\text{Población al 5 de noviembre}}{\text{Población al 30 de junio de 1995}}$

$(\text{Tasa de Crecimiento media anual de 1995 a 2000}/100 + 1)^{\wedge} \text{Tiempo entre el 30 de junio y el 5 de noviembre.}$

Población al 30 de junio de 2000= Población al 14 de febrero $[(\text{Tasa de Crecimiento media anual de 1995 a 2000}/100 + 1)^{\wedge} \text{Tiempo entre el 14 de febrero y el 30 de junio}]$.

b/ Se calculó como: Defunciones generales registradas en el año, conforme a la residencia habitual del fallecido / Población al 30 de junio X 1 000.

FUENTE: Elaborada con base en datos de:

INEGI. Estadísticas de Natalidad y de Mortalidad.

INEGI. Guerrero, Censo de Población y Vivienda 1995; Resultados Definitivos; Tabulados Básicos. Tomo I.

INEGI. Guerrero, XII Censo General de Población y Vivienda 2000; Tabulados Básicos. Tomo I.

Los mismos datos del INEGI, nos dicen que en el municipio de Iguala se concentra una población principalmente urbana, la cual representa el 89.3 con un total mil 615 habitantes; por otra parte la población rural representa el 10.7 por ciento con un total de 13 mil 128 habitantes.

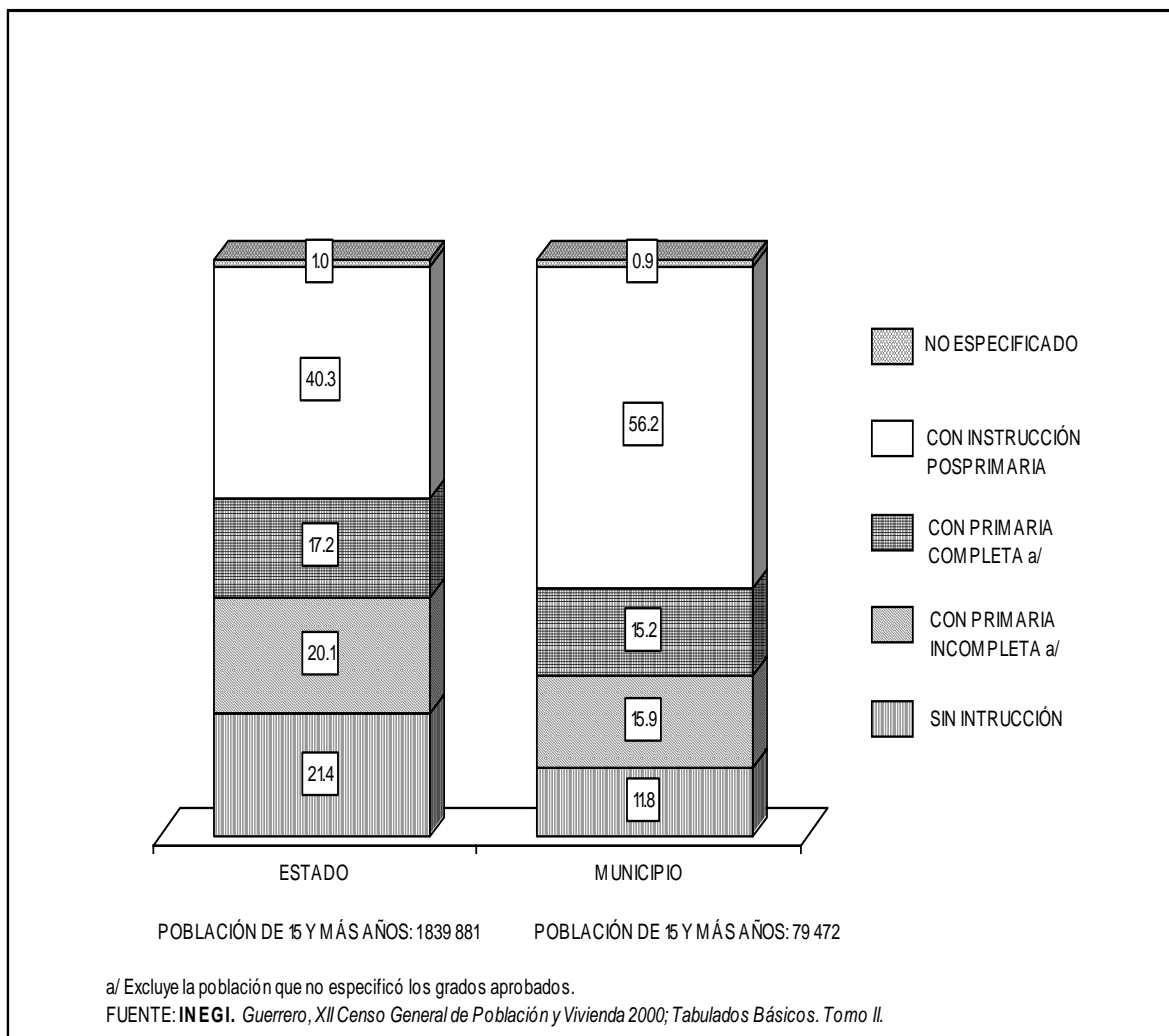
1.2.2 Educación

En lo concerniente al tema educativo, en el municipio de Iguala, según los datos del Censo del 2000, se contabilizaron aproximadamente 43 mil personas que realizaban algún tipo de estudios, desde preescolar hasta superior.

| NIVEL DE ESTUDIOS | ALUMNOS INSCRITOS |
|---------------------|-------------------|
| TOTAL | 43,131 |
| PREESCOLAR | 6,639 |
| PRIMARIA | 18,897 |
| SECUNDARIA | 8,009 |
| PROFESIONAL TÉCNICO | 588 |
| BACHILLERATO | 5,927 |
| SUPERIOR | 3,071 |

De la población mayor de 15 años, un 11.8 por ciento de la población no tiene ningún estudio realizado. En comparación con datos estatales, Iguala cuenta con un menor índice educativo a nivel primaria, lo que se es resultado del descenso en la disminución de la población infantil y un aumento de sus cifras a nivel pos primaria, que corresponde a la población en edad adolescente, la cual representa uno de los mayores rangos de crecimiento.

| <i>Total</i> 79,486 | <i>Alfabeta</i> | | <i>Analfabeta</i> | | <i>No Especificada</i> | |
|-------------------------------|-----------------|---------------|-------------------|--------------|------------------------|-----------|
| | hombres | mujeres | hombres | mujeres | hombres | mujeres |
| | 33,533 | 37,488 | 3,088 | 5,324 | 29 | 24 |



1.2.3 Actividades Económicas

De acuerdo con cifras al año 2000 presentadas por el INEGI, la población económicamente activa del municipio se presenta con los siguientes porcentajes:

Primario

Agricultura, ganadería, caza y pesca

5.69 %

Secundario

Minería, petróleo, industria manufacturera, construcción y electricidad:

21.88 %

Terciario

Comercio, turismo y servicios

70.42%

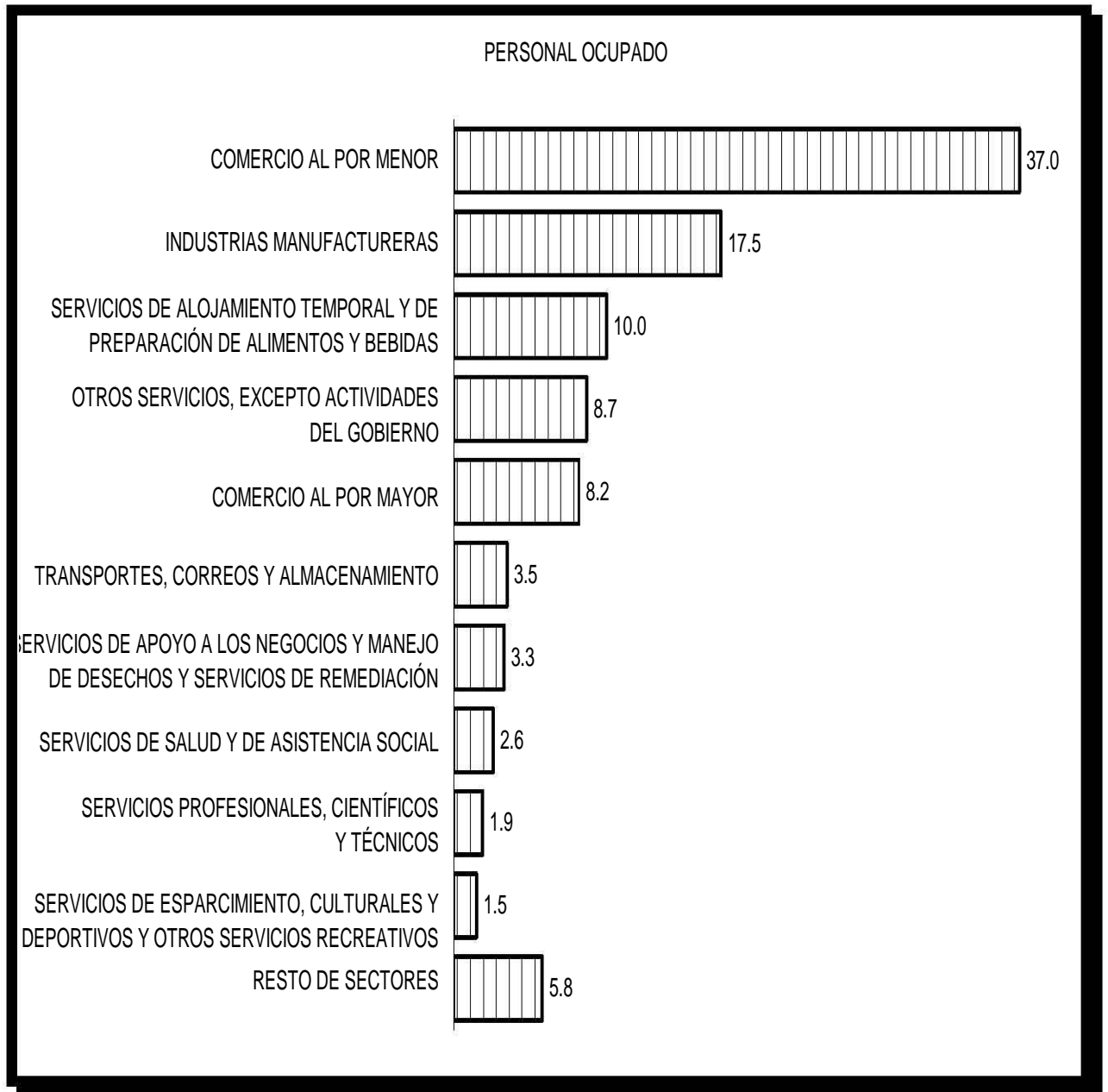
Otros

2.01 %

En el municipio destaca la producción del maíz, estropajo, sorgo, grano, cacahuate, jitomate, sorgo farrajero, tomate y ajonjolí. Existen especies pecuarias tanto de ganado mayor como de ganado menor, de la primera destacan los bovinos, porcinos, caprinos, ovinos y equinos. Respecto a la segunda, existen aves de engorda y postura, así como colmenas.

En lo que respecta a la industria, en el municipio se cuenta con una planta laminadora de mármol, además de la elaboración de piezas de oro y plata, convirtiéndose en uno de los principales centros de distribución de joyas en el país.

En el sector servicios, Iguala cuenta con hoteles, campo aéreo, moteles, centros nocturnos, restaurantes, agencias de viajes, transporte turístico etc.



El municipio de Iguala, se encuentra en uno de los estados con más altos índices de marginación del país.

“En el año 2005, 20 por ciento de su población de 15 o más años de edad es analfabeta y 36 por ciento no terminó la primaria; más de uno de cada cuatro habitantes ocupa viviendas sin drenaje ni sanitario, seis de cada cien habitantes reside en viviendas sin energía eléctrica, tres de cada diez sin agua entubada, uno de cada tres con piso de tierra, y más de la mitad ocupa viviendas en condiciones de hacinamiento. Asimismo, 65 por ciento de la población ocupada gana hasta dos salarios mínimos y 51 por ciento vive en localidades con menos de cinco mil habitantes, donde la dispersión y el aislamiento vulnera las condiciones de vida de quienes viven, sobre todo, en las localidades de menor tamaño.”⁵

En este contexto dio inició a sus actividades el gobierno municipal de Iguala, encabezado por el doctor Lázaro Mazón Alonso, en diciembre del 2002.

Es indispensable destacar la importancia de presentar el panorama socioeconómico del municipio de Iguala, toda vez que la estrategia que implemente un gobierno municipal, en todos sus ámbitos, dependerá del tipo de población que se gobierne.

Ahora daremos paso a explicar la conformación del gobierno municipal de Iguala, de acuerdo a como lo establecen el marco jurídico federal y estatal. Asimismo se presentará el funcionamiento del Ayuntamiento de Iguala, así como a quienes, a través del voto, ocuparon los cargos de síndicos y regidores en el citado periodo y a responsables de los espacios administrativos, designados por el presidente municipal.

⁵ Consejo Nacional de Población *Índices de marginación 2005*, México, D.F., 2006, Pág. 27

1.3 La Conformación del H. Ayuntamiento de Iguala en el periodo 2002-2005

En México, cada tres años se celebran elecciones municipales en 31 estados del país⁶, donde los ciudadanos de manera libre y democrática, eligen al gobierno municipal que deberá ser el gestor y facilitador del desarrollo regional, durante un trienio.

Cada municipio tiene características muy particulares: la forma, los límites, los derechos y obligaciones de cada uno de ellos están definidos en la Constitución Federal, en la Constitución del Estado y sobre todo en la Ley Orgánica Municipal, siendo el espacio por excelencia de convivencia ciudadana y de la participación social, así como la instancia más cercana a la gente. Es en este ámbito donde se conocen mejor las necesidades más apremiantes de la población y donde se toman las decisiones de mayor relevancia para su desarrollo.

El municipio, es además, la célula básica de la división política del país, como lo establece el artículo 115 constitucional:

“Los estados adoptarán para su régimen interno la forma de gobierno republicano, representativo, popular, teniendo como base de su división territorial y de su organización política y administrativa el municipio libre...”

El municipio es pues, una comunidad territorial de carácter público con personalidad jurídica propia y, por ende, con capacidad política y administrativa.”⁷

⁶ El Distrito Federal no es considerado un estado, pero cuenta con delegaciones políticas que aunque no tienen las facultades y atribuciones de un municipio, también celebran elecciones cada 3 años para elegir a sus autoridades.

⁷ Instituto de Desarrollo Municipal del PRD. *ABC del gobierno municipal*. México, D.F., 1997, pág.36

“El municipio tiene tres elementos básicos:

Población: Es el conjunto de individuos que viven en el territorio del municipio, establecidos en asentamientos humanos de diversa magnitud, y que conforman una comunidad viva, con su compleja y propia red de relaciones sociales, económicas y culturales.

Territorio: es el espacio físico determinado jurídicamente por los límites geográficos que constituye la base material del municipio; la porción del territorio de un estado que, de acuerdo con su división política, es ámbito natural para el desarrollo de la vida comunitaria.

Gobierno: como primer nivel de gobierno del sistema federal, el municipal emana democráticamente de la propia comunidad; el gobierno municipal se concreta en el ayuntamiento, su órgano principal y máximo que ejerce el poder municipal”.⁸

Sobre este último, el Artículo 95 de la Constitución Política del estado de Guerrero, al que pertenece el municipio de Iguala, marca el periodo del gobierno para tres años, sin posibilidad de reelección para el periodo inmediato, pero después de tres años existe la posibilidad de que el presidente municipal pueda volver a ser candidato, y en caso de ganar, de nueva cuenta estar al frente del ayuntamiento.

ARTÍCULO 95.- *Los Ayuntamientos son cuerpos colegiados deliberantes y autónomos que entrarán a realizar sus atribuciones para un período de tres años.*

Los Presidentes Municipales, Regidores y Síndicos de los Ayuntamientos, electos popularmente por elección directa, no podrán ser reelectos para el período inmediato. Las personas que por elección

⁸Idem, pag. 37

indirecta, o por nombramiento o designación de alguna autoridad desempeñen las funciones propias de esos cargos cualquiera que sea la denominación que se les dé no podrán ser electas para el período inmediato. Todos los funcionarios antes mencionados, cuando tengan el carácter de propietarios, no podrán ser electos para el período inmediato con el carácter de suplentes, pero los que tengan el carácter de suplentes sí podrán ser electos para el período inmediato como propietarios a menos que hayan estado en ejercicio.⁹

En el caso del municipio de Iguala, en la historia de sus gobiernos municipales, encontramos que el primer gobierno de “*oposición*”, después de una larga trayectoria de gobiernos priístas, fue el del Dr. Lázaro Mazón Alonso, quien fuera presidente municipal por primera vez en el periodo 1996-1996, bajo las siglas del Partido de la Revolución Democrática (PRD).

| Presidente Municipal | Periodo de Gobierno |
|-----------------------------|----------------------------|
| Antonio Jaimes Atunez | 1972-1974 |
| Saturnino Martínez Lugo | 1975-1974 |
| Julio César Catalán Flores | 1978-1980 |
| Emilio Alonso Avilés | 1981-1983 |
| <i>Sin datos</i> | 1984-1986 |
| <i>Sin datos</i> | 1987-1989 |
| <i>Sin datos</i> | 1990-1993 |

⁹ <http://www.guerrero.gob.mx/consejeriajuridica>, febrero de 2007

| | |
|----------------------------|-----------|
| José Luis Román Román | 1993-1996 |
| Lázaro Mazón Alonso | 1996-1999 |
| Juan Muñoz Caballero | 1999-2002 |
| Lázaro Mazón Alonso | 2002-2005 |
| Raúl Tovar Tavera | 2007-2010 |

Fuente: www.e-local.gob.mx, agosto 2010

En Iguala, Lázaro Mazón es el primer presidente en repetir el cargo de forma constitucional, es decir, a través de elección de forma libre y secreta en las urnas.

Aunque este reporte se centra en el trabajo que realizó el gobierno municipal en el periodo 2002-2005, es de gran importancia hacer énfasis en la existencia de una primera administración encabezada por Lázaro Mazón Alonso, pues es en ella donde se inicia un importante proceso de aprendizaje, que permite en una segunda etapa, dar continuidad a su labor con un conocimiento previo de errores y aciertos en distintos ámbitos de la administración municipal.

Por consiguiente, durante el periodo de gobierno del doctor Mazón Alonso, en el 2002-2005, se contó con personal de mayor profesionalismo, repitiendo quienes habían dado buenos resultados en la primera administración.

Además, en el país son pocos los ejemplos de alcaldes que se reeligen y vuelven a ganar una elección, por citar algunos ejemplos, en el estado de Guerrero también se ha dado este caso en el municipio como Pungarabato (Ciudad Altamirano), donde se puede interpretar que la ciudadanía reconoce que en la primera administración realizaron un buen trabajo, por lo que vuelve a brindar su confianza a una persona, para gobernar un segundo periodo.

Pero es importante recalcar que en este caso sólo se reeligió el presidente y no a todos los integrantes del ayuntamiento, que en conjunto conforman el gobierno municipal.

Para el periodo 2002-2005, el gobierno fue designado en una elección constitucional celebrada el 3 de octubre de 2002, donde se dieron los siguientes resultados:

| | |
|--------------------------------------|----------------------|
| Lázaro Mazón Alonso (PRD) | 20,874 votos |
| Eduardo Marroquín Reyes (PRI) | 15,321 votos |
| Nacim Kuri Limón (PAN) | 3,256 votos |
| Total | 39, 451 votos |

De igual manera en esta elección se eligieron a los síndicos y regidores que en conjunto formaron el H. Ayuntamiento de Iguala, Guerrero, para el periodo 2002-2005, mismo que quedó conformado de la siguiente manera:

Presidente Municipal: Lázaro Mazón Alonso

Síndico Administrativo: Gustavo Adán Tabares

Síndico Procurador: José Isaac Carachure Salgado

- Regidores -

1.- Ma. Teresa Ramírez Delgado (PRD)

2.- Jesús Vergara Meza (PRD)

3.- Camelia Soto Santana (PRD)

4.- Joaquín Moreno Saldaña (PRD)

5.- Gerardo Román Chávez (PRD)

6.- Irineo Peralta Martínez (PRD)

7.- Esteban Cayetano Hernández (PRD)

8.- Leticia Márquez Ocampo (PRI)

9.- Esther Orea Vargas (PRI)

10.- Francisco Román Jaimes (PRI)

11.- Esteban Albarrán Mendoza (PRI)

12.- Ma. Teresa Alanis Domínguez (PAN)

13.- Zoila Margarita Román Castro (PAN)

14.- Arturo López Facundo (PAN)

“La Ley Orgánica del Municipio Libre de cada estado, fija el número de regidores que deben formar el ayuntamiento de acuerdo con los factores locales. Fija también las atribuciones de los ayuntamientos, que en síntesis comprenden: atender los servicios públicos, como los de seguridad pública, ornato, electricidad, agua potable, drenaje, urbanización, salubridad y transporte público; cuidado de los caminos vecinales; atender a la conservación y fomento de los bienes comunales; impulsar la educación y la cultura; fomentar el civismo; administrar el erario municipal; publicar y hacer cumplir las leyes y disposiciones

emanadas de autoridad superior y realizar otras tareas específicas dictadas por las peculiaridades de cada estado.”¹⁰

En el estado de Guerrero, la Ley Orgánica municipal en su Artículo 97, establece la conformación del ayuntamiento de la siguiente forma:

“ARTICULO 97.- *Los Ayuntamientos se integrarán a partir de las bases siguientes: (REFORMADO PRIMER PARRAFO, P.O. 17 DE MAYO DE 1996)*

En los municipios con más de 115 mil habitantes, los Ayuntamientos se integrarán por un Presidente Municipal y dos Síndicos Procuradores; cuando posean entre 115 mil y 300 mil habitantes, los formarán también 14 Regidores y hasta 28 si exceden esa cantidad. (REFORMADA PRIMER PARRAFO, P.O. 17 DE MAYO DE 1996)

Con esta información podemos entender la conformación del ayuntamiento de Iguala, que con base en el número de votos de cada partido tuvo un presidente municipal, dos síndicos y siete regidores del PRD; cuatro regidores del PRI; y tres regidores del PAN.

1.4 La administración municipal de Iguala

Haciendo uso de sus facultades, la designación de los funcionarios municipales está a cargo del presidente municipal, quien también determina la existencia de direcciones o áreas de trabajo, de acuerdo con las necesidades del municipio y para el cumplimiento de las responsabilidades del gobierno.

Es necesario hacer la distinción, entre las actividades de los integrantes del ayuntamiento respecto a la de funcionarios, siendo estos últimos quienes se encargan de atender los distintos rubros de la administración, entre los que se puede encontrar al secretario del ayuntamiento, tesorero, así como a directores

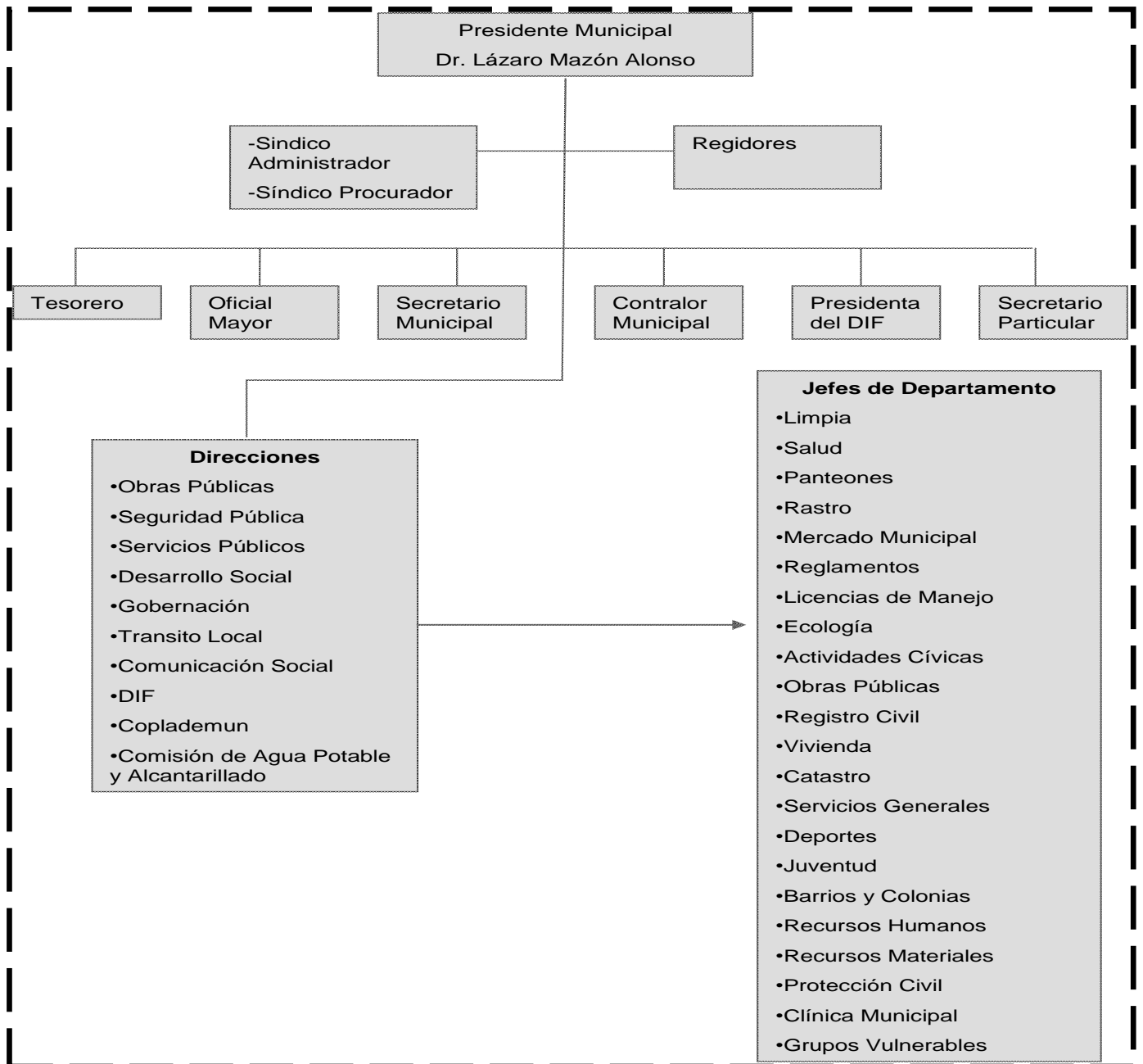
¹⁰ Ochoa Campos Moisés. El municipio y su evolución institucional, México, D.F., 1987, pag. 237

de obras públicas, seguridad pública y tránsito, agua potable y alcantarillado, servicios públicos, y por supuesto al responsable de comunicación social.

A continuación presentamos la conformación administrativa del Ayuntamiento de Iguala, que a juicio del alcalde, era el necesario el buen ejercicio de gobierno.

Organigrama del Ayuntamiento de Iguala, Guerrero

Periodo 2002-2005



Los responsables de los puestos presentados en el organigrama son designados por el presidente municipal y ratificados por los síndicos y regidores (que como ya señalamos son los únicos electos a través del voto), en asamblea de cabildo.

Podemos observar que en el tercer nivel encontramos a los responsables de los cargos administrativos y de gobierno, quienes son también responsables del diseño de las políticas públicas.

Por su parte, los directores también forman parte en la elaboración de planes y programas, pero su principal función es la ejecución, para lo cual se apoyan en los departamentos, donde recaen las actividades a realizar de forma más específica.

Esta administración inició sus funciones el 1 de diciembre de 2005 y concluyó el 31 de noviembre de 2005.

1.5 El alcalde de Iguala

En las elecciones de 1999, para la sucesión de Lázaro Mazón, contrario a lo que se pronosticaba, el PRD perdió las elecciones ante el PRI, lo que se pensó sería un importante descalabro en la imagen del alcalde perredista, pues en el ámbito político se dice que: “si se gana la elección, gana el candidato; si se pierde la elección, pierde el presidente”.

Sin embargo, esto no sucedió así, pues Mazón Alonso tenía una trayectoria que lo respaldaba, toda vez que parte de su ejercicio profesional lo realizó en la Cruz Roja Mexicana y como docente en el Colegio de Bachilleres, actividades que los igualtecos le reconocían ampliamente.

Esto le permite para el periodo 2002-2005 volver a postularse como candidato del PRD a la presidencia, cargo que gana con amplio margen y que le permite encabezar la administración con experiencia de lo que representaba gobernar un municipio como Iguala.

Además en el periodo intermedio de sus mandatos, se postuló como candidato a diputado federal, y aunque perdió la elección, esto le permitió mantenerse vigente en actividades públicas.

Es importante destacar estas dos etapas en la historia del municipio, pues al momento de hacer la revisión a la estrategia que estableció el gobierno municipal de Iguala, que es el objetivo de este trabajo, entenderemos mejor el por qué de una serie de acciones que dieron paso a una labor más planeada y eficiente.

Referirnos a la figura del Dr. Lázaro Mazón como eje central, es importante si consideramos que es principalmente en torno a él como se establece la estrategia de la Dirección de Comunicación Social, y la percepción de la gente sobre éste personaje facilita que haya una buena penetración de la información que generó en su administración.

CAPÍTULO 2. LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL MUNICIPIO DE IGUALA

El siguiente capítulo está enfocado en presentar el marco jurídico de la comunicación social en el ámbito municipal, así como la labor que se realizó en la dirección de comunicación social de Iguala y la estrategia que estableció para su trabajo de información y difusión durante el periodo municipal 2002-2005, a fin de conocer sus particularidades.

2.1 La importancia de la comunicación social como una política de gobierno.

En México, los gobiernos municipales pocas veces consideran la necesidad de contar con un área o dirección de comunicación social, primero por desconocimiento de lo que representa, y segundo, por la falta de recursos económicos que permita echar a andar un proyecto que, podemos afirmar, requiere más de creatividad y de voluntad política.

Al hablar de la comunicación social podemos referirnos a ella como *“una expresión general para designar todas las relaciones sociales de comunicación en las que existe una participación social de los individuos, los grupos y las clases.”*¹¹

Podemos decir que la comunicación social es el *“vinculo entre el gobierno y la sociedad”*¹², que a su vez *“se convierte en un poderoso instrumento para*

¹¹ Pérez Cristino, Laura Noemí. *Dirección General de Comunicación Social del Gobierno del Distrito Federal, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, FCPYS-UNAM*

¹² *Idem*

potenciar la gestión global de la empresa, o en el caso del sector público, la estrategia de gobierno”¹³

“Pero los gobiernos municipales constantemente establecen procesos de comunicación social con sus gobernados, pero al no reconocerlos, no logran trabajarlos de forma profesional, a fin de sistematizar y dar un manejo adecuado a la información que se genera en su municipio”.¹⁴

Sin embargo, a nivel mundial los regímenes que se presuman democráticos, deben establecer nuevas estrategias de gobierno, que les permitan cumplir con principios como la transparencia y el derecho de los ciudadanos a la información.

“En la actual sociedad de la información, es inconcebible una buena gestión de gobierno que no asiente uno de sus puntos fuertes en la comunicación con los ciudadanos. En muchos casos, esta comunicación pública es una obligación jurídica, y en todos ellos es absolutamente necesaria para transmitir una imagen positiva de la gestión de gobierno.”¹⁵

Por esta razón, todos los municipios mexicanos se deben obligar a la utilización de la comunicación social, misma que, más allá de recursos humanos y materiales, requiere de capacidad del gobierno en turno para buscar alternativas que tengan como objetivo mantener oportunamente informados a los habitantes del municipio.

Así, podemos referirnos a la necesidad de que **“establezcan una política de comunicación”**, destacando la importancia de que esta forme parte real en la

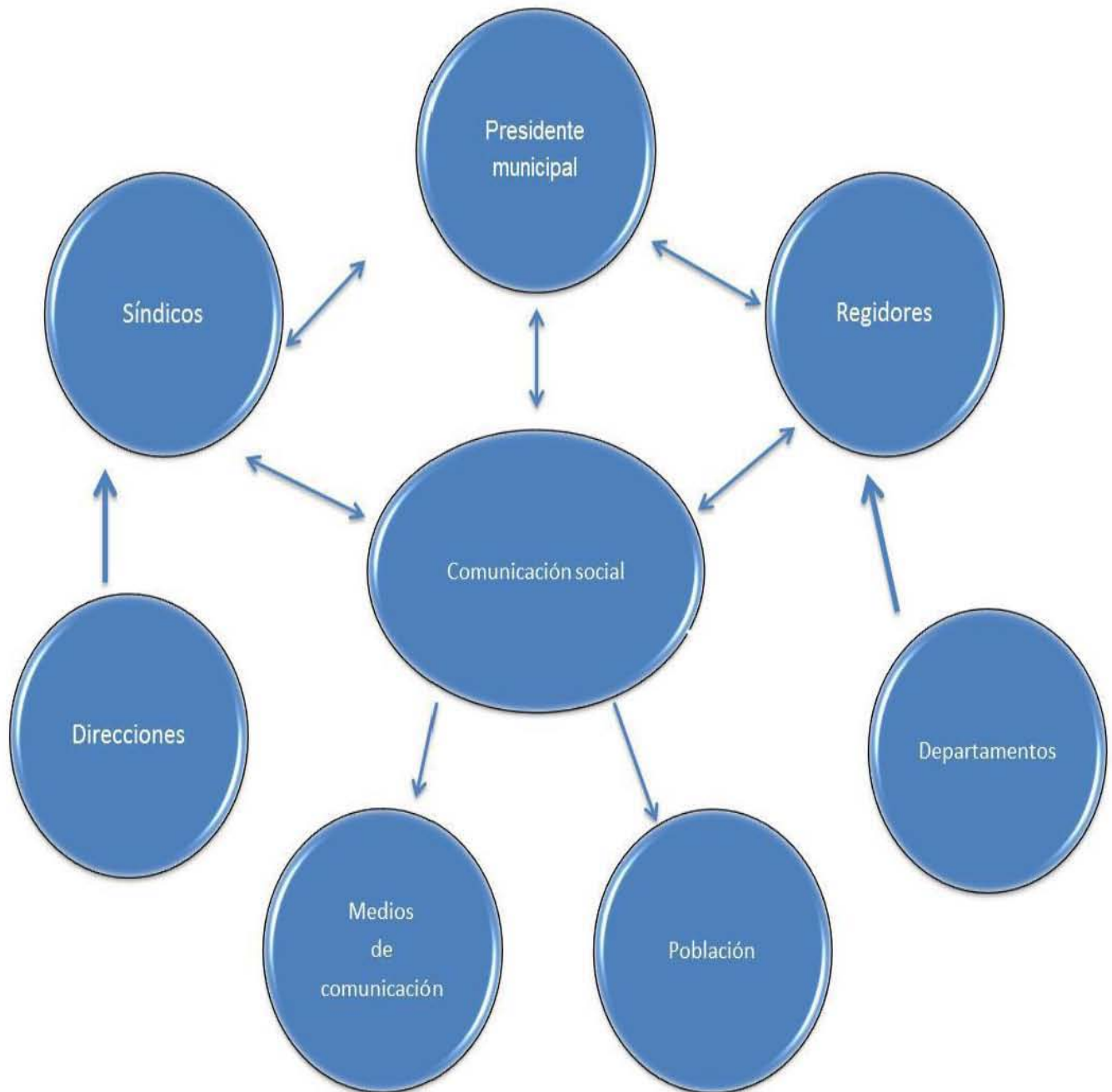
¹³ Pere-Oriol, Costa Badía. Comunicación Pública en el ámbito local, en Dirección de comunicación empresarial e institucional. Gestión 2000, Barcelona, España, 2001, pág 251.

¹⁴ Ibidem

¹⁵ Idem, pág 258

estrategia de gobierno, y por ende, también se planteen objetivos a cumplir y un esquema de organización que lo haga eficiente.

Diagrama de flujo comunicacional del Ayuntamiento de Iguala



2.2 El caso Iguala, una segunda oportunidad

Con la experiencia de un primer periodo al frente del gobierno municipal, que representó la oportunidad de aprender y adquirir un conocimiento importante en torno a la administración municipal, el Dr. Lázaro Mazón Alonso inició una segunda etapa, a través de un proceso electoral donde la ciudadanía lo eligió nuevamente como alcalde para el periodo 2002-2005.

Sabedor de los errores de la primera administración, esta nueva etapa representaba un reto mayor, pues la gestión dio inicio con una visión más amplia de la labor que tenía que realizar para lograr las metas planteadas por el ayuntamiento, de acuerdo a los principios de su plataforma política y a las demandas de la ciudadanía.

El alcalde de Iguala mostró sensibilidad para contar con una dirección de comunicación social, misma que buscó fortalecer desde el inicio de su gestión, primero invitando a colaborar a un grupo de profesionales de la comunicación con amplia experiencia, y segundo, proporcionándoles un presupuesto que les permitiera contar con el equipo técnico necesario para el mejor desempeño de sus funciones, con plena confianza en el desarrollo de su trabajo.

Esto, toda vez que en la campaña reconoció la importancia de contar con un equipo eficiente en el manejo de la información y de su imagen, quien a través de los distintos medios de comunicación regionales y con herramientas básicas como los periódicos murales, el perifoneo, entre otros, logró posicionar un perfil positivo de su persona, dándole como resultado el triunfo en las urnas.

2.3 Marco jurídico de la comunicación social

Los gobiernos municipales en Guerrero, rigen su trabajo principalmente con base en los Artículos 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Constitución Política del Estado de Guerrero y la Ley Orgánica Municipal del Estado de Guerrero.

Respecto a la Comunicación Social, en el artículo 234 de la Ley Orgánica Municipal del Estado de Guerrero, se refiere a la existencia de un “cronista municipal”, como difusor de las actividades del ayuntamiento.

“DEL CRONISTA MUNICIPAL

ARTÍCULO 234.- Los Ayuntamientos a propuesta del Presidente designarán al Cronista del Municipio, quien durará en su encargo 5 años, pudiendo ser confirmado ilimitadamente. Cuando así se requiera, podrá el Ayuntamiento designar auxiliares del Cronista Municipal o Cronistas por poblados distintos a la cabecera municipal quienes integrarán el Consejo de la Crónica Municipal.

*ARTICULO 235.- Cada Municipio dispondrá de un Cronista Municipal que tendrá a su cargo la **elaboración de la crónica sobre los acontecimientos más revelantes que acontezcan en el Municipio** y tendrá a su cargo los programas relacionados con la integración, conservación y acrecentamiento de los Archivos Históricos del Municipio.*

*ARTÍCULO 236.- Los Ayuntamientos celebrarán Convenios de Coordinación con el Gobierno del Estado para la **integración y establecimiento de los Archivos del Municipio.***

*ARTICULO 237.- Los Cronistas Municipales darán su **opinión** técnica sobre la pertinencia de que los Ayuntamientos **editen libros, revistas,***

discos, películas, videos y otras formas de comunicación que tiendan a difundir y preservar la vida municipal.¹⁶

En este caso sólo se hace referencia a un *cronista*” cuyo significado de acuerdo al Diccionario de la Real Academia Española es “*autor de una crónica*”, quedando claro que en un municipio ésta figura no es suficiente, pues en la actualidad los ayuntamiento requieren de un equipo de profesionales que estén capacitados en el uso de mayores herramientas de comunicación y el uso de nuevas tecnologías, por lo que la Ley presenta un desfase en el concepto.

“El nombramiento de cronista oficial suele recaer sobre personas que se han distinguido en su labor de estudio, investigación y difusión de temáticas relacionadas con la población y debe producirse por acuerdo de la Corporación municipal (ayuntamiento) en sesión plenaria (ordinaria o extraordinaria). El nombramiento se ha asentado históricamente en los principios esenciales del carácter honorífico, no retribuido y vitalicio del cargo y, además, conllevaba el nombramiento como concejal honorario de la localidad.

Las tareas de los cronistas en sus respectivas poblaciones son muy diversas y salvo en aquellas poblaciones que tienen su reglamentación, se puede decir que cada cronista elige las tareas más adecuadas con las que considera que sirve mejor a su población. Sin embargo, es necesario aducir, que el cargo de cronista oficial en puridad no comporta ninguna obligación dado su carácter no remunerado, no obstante las numerosas

¹⁶ www.guerrero.gob.mx/consejeriajuridica

*actividades y trabajos que vienen realizando los cronistas oficiales españoles”.*¹⁷

Asimismo en el Artículo 150 de esta misma ley se señala:

*ARTÍCULO 150.- Los Ayuntamientos publicarán, en las **Gacetas Municipales**, si dispusieran de este medio, así como en 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.*

Podemos decir que estos Artículos son la base jurídica para que en un ayuntamiento haya dirección de comunicación social, pero esto no se cumple en todos los municipios del estado, porque depende más de la voluntad política del gobernante en turno.

En el caso de Iguala, el alcalde no sólo buscó cumplir con los lineamientos legales, sino que consideró que su trabajo debía regirse por primicias como el de dar transparencia a su gestión, cumpliendo con el compromiso del derecho de la población a la información, además de que necesitaba contar con estrategias que proyectarán ampliamente la labor que realizaría en tres años y que lo posesionara en el ámbito público.

“La ciudadanía tiene que enterarse de lo que su gobierno hace, pues es importante que la gente conozca qué hace su presidente y que sepan que está trabajando, pues además cuando se tiene un logro hay que lucirlo, porque uno de los problemas constantes es el hacer frente a las críticas

¹⁷ <http://es.wikipedia.org/wiki/Cronista>, 5 de septiembre de 2011

*de los adversarios, porque siempre habrá gente en contra de uno y la única manera de hacerles frente es transparentando nuestro trabajo e informando a detalle de las acciones que realizamos”.*¹⁸

Es así, que en uso de sus atribuciones y con la autorización de los integrantes del ayuntamiento en sesión de cabildo,¹⁹ se autorizó la existencia de la Dirección de Comunicación Social del Municipio de Iguala, 2002-2005.

2.4 Estructura y metas de la dirección de comunicación social de Iguala

La Dirección de Comunicación Social del ayuntamiento de Iguala estuvo encabezado por el licenciado Francisco Lara Balderas²⁰, quien ocupó el puesto en los últimos meses de la primera administración de Lázaro Mazón.



¹⁸ Lázaro Mazón Alonso. Entrevista realizada el 15 de febrero de 2007

¹⁹ El ayuntamiento, como órgano colegiado de gobierno funciona en forma de cabildo, es decir, en reuniones donde ejerce su autoridad, donde decide y acuerda sobre los asuntos colectivos y encarga al presidente municipal que ejecute los acuerdos.

²⁰ Egresado de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Guerrero de Chilpancingo, Gro.

Director de Comunicación Social del H. Ayuntamiento de Iguala. Gro. en los periodos 1996-1999 y 2002-2005.

Coordinador de Prensa del Sen. Lázaro Mazón Alonso en la zona Norte del Estado de Guerrero.

Otras actividades:

Reportero de los periódicos “Acción”, “Diario de Iguala” y “El Correo”, así como del noticiero radiofónico “Enfoque” de “Sabrosita” 93.9 FM de Iguala, Gro.

Jefe de Redacción de los periódicos “Diario de Iguala” y “El Correo”.

Sub-director del periódico “Acción”.

Director del programa “El apasionante mundo de los deportes” de la XEKF Radio de Iguala, Gro.

Responsable de la sección deportiva del noticiero “Notipanorama” de la radio XEIG de Iguala.

Director del programa sabatino de radio “Enfoque deportivo” de “Sabrosita” 93.9 FM de Iguala.

Creador de la columna política “FRANK EN SU TINTA” en Diario 21 de Iguala, Gro.

Co-conductor del noticiero “ABC” que se transmite de lunes a viernes a las 8 de la mañana simultáneamente por Siga TV y ABC Radio en Iguala, Gro.

Para designar al director, el presidente municipal destacó la confianza en la persona, de quien ya conocía su trabajo y sabía que era un profesional en quien podía encomendar la imagen que a través de los medios de comunicación se daría del municipio. *“Sabía que tenía la capacidad y principalmente que sería leal, pues en mi primera experiencia tuve un director de comunicación social con intereses distintos a los del ayuntamiento y no cuidó la imagen con los medios para que hablaran bien de nosotros”.*²¹

Francisco Lara Balderas es egresado de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Guerrero, de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

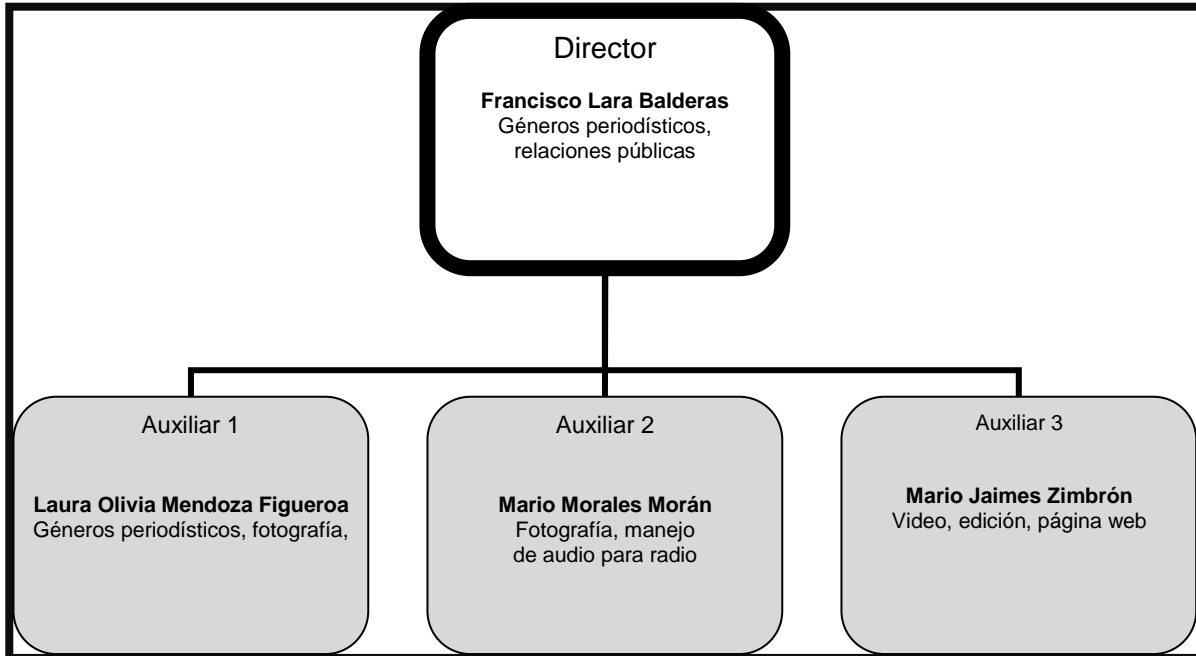
En 1987 inicia su labor profesional como reportero de deportes, política e información general. Fue jefe de redacción del Diario de Iguala, jefe de noticias del noticiero Enfoque, que se transmitía en la estación de radio *La Sabrosita*, hasta 1996 donde ingresa a laborar a la administración de Iguala, a invitación de Lázaro Mazón, como auxiliar del entonces Departamento de Prensa Municipal.

Como auxiliar estuvo un año y en 1997 es designado como director de comunicación social y es aquí donde cambia el nombre de Departamento a Dirección, lo que significaría un mayor reconocimiento y fortaleza institucional al trabajo que realizaban.

Como parte del equipo se integraron tres personas más, quienes se encargaban de reportear las actividades del presidente, redactar boletines de prensa, tomar fotografías, tener actualizada la página web, entre otras actividades que más adelante se especificarán con detalle.

²¹ Lázaro Mazón Alonso. Entrevista realizada el 15 de febrero de 2007

El organigrama de la dirección quedó de la siguiente manera:



En la primera administración de doctor Mazón Alonso, en el Departamento de Comunicación Social no contaban con recursos materiales para realizar su trabajo, incluso los boletines de prensa se hacían en máquina de escribir y las cámaras fotográficas eran de 35 mm, lo que retardaba la difusión de las imágenes, por el proceso de revelado.

Para esta segunda etapa, la Dirección ya contó con equipo de cómputo, cámaras digitales, además de que el equipo se estructuró con base a perfiles profesionales para el trabajo a desempeñar, pues todos los integrantes habían realizado estudios de comunicación en la Universidad de Guerrero y tenían experiencia en campañas políticas.

Con el equipo completo y la designación de sus funciones, la dirección de Comunicación Social inició su trabajo con base en una estrategia que destacaba lo siguiente:

| Estrategia | Resultados |
|---|---|
| Proyectar una imagen positiva a los habitantes del municipio, de las obras y acciones que realizaron los integrantes del ayuntamiento. | Se consideró que este objetivo se cumplió, toda vez que en la siguiente elección volvió a ganar la presidencia municipal el PRD, además de que el alcalde Lázaro Mazón gana las elecciones para Senador en 2006. |
| Establecer un trabajo de relaciones públicas con los medios de comunicación de mayor penetración en la entidad, a fin de establecer convenios de difusión que permitiera dar un manejo adecuado y efectivo a la información, así como un mejor manejo de los recursos económicos. | Se realizó una planeación estratégica que permitió definir los espacios más convenientes para la difusión de la información, con base en criterios de tiraje, cobertura y costos. |
| Hacer rápida la difusión de la información en los medios de comunicación locales, principalmente en la radio, considerando que es el medio de comunicación de mayor penetración en el municipio. | Con la total confianza y respaldo del alcalde se difundió de manera rápida y oportuna la información de las actividades, a través de la llamada <i>nota rápida</i> , donde principalmente se destacaban las opiniones favorables de la población sobre las obras y acciones realizadas por el gobierno municipal. |
| Tener una reacción de respuesta inmediata a los ataques al gobierno municipal, siempre en una línea institucional y con base en la plataforma política del ayuntamiento. | La manera de responder fue estableciendo una política de transparencia y rendición de cuentas del trabajo del gobierno municipal, informando a detalle, a través de los distintos medios de comunicación, de las obras y acciones que se realizaban, |

| | |
|--|---|
| | anulando de esta forma las críticas de los adversarios políticos. |
| Mantener contacto directo y continuo con el presidente municipal para conocer su agenda de trabajo y cubrir de manera eficaz y oportuna sus actividades, así como de los demás integrantes del ayuntamiento | El director de comunicación social contó con toda la confianza del alcalde, permitiéndole ser una persona muy cercana al ejercicio de gobierno, lo que le permitió tener de primera mano la información de las actividades del presidente municipal. En el caso de los demás integrantes del Ayuntamiento, comprendieron que el dar a conocer sus actividades a la población era parte de una política institucional, que legitimaría su trabajo, agilizándose el manejo de su información. |
| Ser institucionales en el manejo de la información, priorizando las actividades del presidente sin descuidar el manejo de la información de los demás integrantes del ayuntamiento, siempre y cuando no tenga como objetivo atacar al ejecutivo municipal. | Se dio participación a todos los integrantes del cabildo para el uso de espacios pagados, esto con el fin de dar una imagen de un gobierno eficiente, en el cual todos participaban. |
| Establecer alianzas con organizaciones nacionales que coadyuven a la difusión de las actividades del ayuntamiento en todo el país. Para esto se fortalecieron los lazos de cooperación con la Dirección de Comunicación Social de la AALMAC | A través del boletín mensual y de la página web de la AALMAC se dio a conocer en distintos ámbitos nacional e internacional, del trabajo que realizó el gobierno municipal de Iguala, aprovechando la relación de la Asociación con organizaciones de municipios en todo el mundo, así como con los medios de comunicación en |

| | |
|--|---|
| | todo el país. |
| Hacer uso de nuevas tecnologías, para la realización de videos y la página web del ayuntamiento. | En este punto la dirección no pudo cumplir sus objetivos, principalmente por la falta de recursos económicos para contratar personal especializado en el uso de nuevas tecnologías. |

Para el cumplimiento de estos objetivos fue importante que el presidente municipal mostrara confianza y respeto por el trabajo que realizaba su equipo, a fin de no retrasar la difusión de la información y generar un esquema de colaboración horizontal, aunque en situaciones de gran importancia o emergentes si marcará una línea de acción.

Confiando en el profesionalismo del equipo de comunicación social, les dio completa libertad con el principio de “ustedes saben cual es su trabajo” y eso dio un gran margen para la realización de actividades, aunque también representaba una gran responsabilidad pues debían estar al nivel de la confianza que les estaba depositando.

*“Parte del éxito de la dependencia es la atención que le puso el presidente municipal. Yo asistí a varios cursos de comunicación social, donde se intercambiaban experiencias y algunos comentaban que hacían sugerencias a su presidente pero estos no les hacían caso, y así no tenían elementos para defenderlo ante los medios, y creo que el trabajo así no sirve, porque debe haber una comunicación estrecha con el líder, porque él no puede declarar una cosa y el director publicar otra”.*²²

Al presentar esta experiencia, se ha destacado en repetidas ocasiones la confianza que Lazaron Mazón depositó en el equipo de Comunicación Social,

²² Francisco Lara Balderas, Director de Comunicación social, entrevista realizada el 17 de febrero de 2007

encabezado por Francisco Lara, lo que permitió que por lo general siempre funcionaran en sincronía ambas responsabilidades, proyectar una imagen de cooperación que posteriormente les redituó con varios triunfos electorales.

2.5 Obstáculos para la implementación de una política de comunicación social

Como se ha señalado, dar inicio a la labor de comunicación en el periodo 2002-2005 representó un importante reto, toda vez que había una experiencia previa, que para quienes participaron en ella, les había dejado un aprendizaje importante.

Ahora debían trabajar con mayor profesionalismo, por lo que era necesario buscar mecanismos para que la proyección del trabajo del ayuntamiento se diera más allá del municipio de Iguala, con acciones que tuvieran mayor penetración e impacto en la población, a fin de que hubiese un reconocimiento real de la gente sobre las obras y acciones que realizaría la administración.

También se debía considerar que en tres años se había incrementado el número de espacios noticiosos en prensa y radio en la región, además de que ya se contaba con la televisión, a través de un canal de cable local, lo que implicaba redoblar esfuerzos.

También al tratarse de una administración perredista, había que construir una imagen positiva de ésta con miras a otras elecciones, como la de gobernador en 2005 y las federales de 2006, toda vez que la figura del candidato presidencial era muy fuerte y debían estar al nivel de las expectativas.

Todas estas elecciones fueron ganadas finalmente por el PRD en esta región.²³

Por otra parte, en el municipio la imagen del doctor Lázaro Mazón es muy reconocida, pues ya había sido alcalde y su participación en actividades docentes y de servicio a la comunidad le daban un importante reconocimiento ciudadano, por lo que la Dirección de Comunicación Social tenía el reto de mantenerla y repuntarla.

En el caso de los demás integrantes del ayuntamiento, la primicia de la Dirección de Comunicación Social, debía ser trabajar para todos, sin embargo, los esfuerzos de difusión de la labor del presidente municipal debían priorizarse como parte de una regla institucional, que además ayudaba a evitar confrontaciones públicas, principalmente con regidores de un partido distinto al del presidente municipal, pero también del que lo postuló, pues en varias ocasiones síndicos y regidores, incluso del mismo partido del alcalde, intentaron utilizar los espacios institucionales para atacar el trabajo que se estaba realizando.

“Tuvimos muy buena relación con los regidores del PRI, del PAN y del PRD, porque busqué darles su lugar a cada uno y sobre todo ser institucional, por que yo les decía que estábamos ahí para dar a conocer las actividades de los miembros del ayuntamiento, siempre y cuando sus actividades fueran del trabajo que realizaban como ediles, no de su partido político, pues llegaron a pedirme cosas de su partido y yo les dije que no, porque nuestro trabajo debía ser institucional y no lo haríamos aunque nos lo pidiera el presidente municipal. Lo entendieron muy bien porque vieron que estábamos haciendo un buen trabajo.”

²³ En las elecciones a gobernador del 2005 ganó el perredista Zeferino Torreblanca; en 2006 los candidatos del PRD también ganaron las elecciones para presidente de la república, senadores y diputados.

En una ocasión el presidente municipal tuvo un problema con el síndico y éste me pidió sacar una nota en contra de unas declaraciones que hizo el presidente. Me llamó y me pidió que publicara estas declaraciones. Yo le dije que no podía y tuve problemas con él, pero yo le reiteré que mi trabajo era institucional”.²⁴

Para llevar a cabo su trabajo al asumir la dirección, Francisco Lara, a pesar de contar con una experiencia previa en el ramo, tomo la decisión de que, para hacer un buen trabajo, debía hacer una labor de investigación sobre las funciones que iba a realizar, además de buscar capacitación que le permitiera fortalecer y actualizar los conocimientos obtenidos previamente.

Para ello, participó en varios talleres siendo el primero en León, Guanajuato, que impartió una empresa de Carlos Medina Plascencia, para gente del Partido Acción Nacional, a quienes calificó como muy buenos en estrategias de comunicación social, *“ahí aprendí algunas experiencias que puse en práctica en Iguala y que nadie las había hecho, como fue esto de la nota rápida²⁵ en la radio”.*²⁶

Otro desafío fue “poner en orden” la relación de trabajo con los medios de comunicación locales, toda vez que en administraciones anteriores se acostumbraba contratar espacios en una gran cantidad de medios de comunicación, sin hacer una análisis del impacto real que tenían en el municipio.

“Cuando yo llego era un desfiladero de periodistas, gente que hace su periódico una vez a la semana o a la quincena y que te lo lleva a la oficina con una factura, ese fue el primer problema que tuve, porque se iba

²⁴ Francisco Lara Balderas, Director de Comunicación social, entrevista realizada el 17 de febrero de 2007

²⁵ Ver página 50

²⁶ Idem

mucho dinero ahí, así que decidimos que sólo íbamos a trabajar con los más importantes, porque los otros sólo los regalaban en las oficinas del ayuntamiento, como sucede en otros municipios”.

Desafortunadamente esta acción dejó fuera de toda posibilidad a medios de comunicación de reciente creación que pudieran haber sido serios en su trabajo, ante el requisito de contar una trayectoria reconocida.

En este caso, esta acción generó que los medios que no consiguieron convenios con la administración perredista empezaran a publicar notas en su contra. Sin embargo, en la dirección de comunicación social determinaron no darle importancia, toda vez que el trabajo con los medios de mayor circulación permitía contrarrestar la imagen negativa que se pudiera estar generando en este sector.

*“Aquí hay una forma de hacer periodismo, si les das dinero hablan bien de ti, si no, eres un rata o el presidente es un corrupto, pero había que terminar con esas prácticas que se hacían antes y afortunadamente poco a poco fuimos terminando con eso, ahora sólo hay por ahí como dos medios de estos que siguen sobreviviendo”.*²⁷

Este fue uno de los principales desafíos de la Dirección de Comunicación Social para “poner orden”, pues sabían que podía tener grandes consecuencias políticas que, sin embargo, consideran que pudieron sortear favorablemente.

Así también, considerando que durante muchos años gobernó el Partido Revolucionario Institucional (PRI) había grupos de priistas que buscaban posicionar constantemente una imagen negativa del gobierno, al que

²⁷ Francisco Lara Balderas, Director de Comunicación social, entrevista realizada el 17 de febrero de 2007

culpaban directamente de todo lo malo que pasaba en el municipio, a pesar de que había acciones que no compete realizar a este orden de gobierno, por lo que en Comunicación Social debían ser muy hábiles para contrarrestar la información que afectará al presidente municipal y a los integrantes del ayuntamiento.

“Cuando criticaban contestábamos y la gente quedaba contenta y esto nos fortalecía cada vez más”.²⁸

2.6 Herramientas de difusión y manejo de información del gobierno

Para el manejo de la información generada por la Dirección de Comunicación Social, dentro de su estrategia de trabajo determinaron utilizar las siguientes herramientas:

Boletines de prensa

Se realizaba la cobertura periodística de las actividades del presidente municipal y de los integrantes del ayuntamiento para posteriormente permitir un boletín de prensa mismo que se realizaba principalmente de las actividades que tenían durante los días hábiles, aunque había ocasiones en que las acciones realizadas en sábado o domingo eran muy importantes y requerían de difusión oportuna.

Para su elaboración, el director menciona que un ejemplo del proceso es el siguiente:

“En la inauguración de un aula en la primaria “Estado de Guerrero”, que se encuentra en el centro de la ciudad de Iguala; llega el presidente, da su

²⁸ Francisco Lara Balderas, Director de Comunicación social, entrevista realizada el 17 de febrero de 2007

discurso, se le toman fotos, se toma nota de los datos que da, se filma y se hacen entrevistas a los beneficiarios de la obra. Posteriormente llegamos a la oficina, se redacta el boletín destacando principalmente la opinión de los entrevistados, se le busca la foto correspondiente y se hace el pie de foto, el director revisa varias veces para hacer correcciones y se envía a los medios impresos.”

Los boletines de prensa se realizaban principalmente para los medios de comunicación impresos, principalmente periódicos, a quienes se les entrega la información vía correo electrónico, para que la publicaran en los espacios pagados a través de un convenio con el ayuntamiento, es decir, inserciones pagadas.

Algunos medios de comunicación con los que no se tenía convenio también recibían la información, misma que en algunas ocasiones publicaban, aunque ya con criterios propios.

Los boletines debían tener una extensión máxima de una cuartilla, y de acuerdo a las reglas periodísticas, se debía tener cuidado de manejar los datos más importantes y que más impacto tuvieran en la población. Además en el área de comunicación social, con base en datos socioeconómicos de Iguala e indicadores nacionales, se reconocía que en el municipio la gente lee poco y es difícil que se interese por la información institucional si es muy extensa.

Por esto, el medio que por excelencia sabían que tenía mayor penetración es la radio, pues es el que tiene mayor cobertura en el municipio y el que más llega a los distintos sectores de la población.

Mientras en los periódicos, Francisco Lara Balderas, hacía la consideración de que sí el periódico de mayor circulación tenía un tiraje de 10 mil

ejemplares diarios, y este era leído por tres integrantes por familia, había un promedio de 30 mil lectores en promedio.

“Considerando que el ayuntamiento tiene 150 mil habitantes, habría un promedio de 120 mil personas que no se informan a través de este medio.”

Si bien este un análisis muy subjetivo, consideraban que estos indicadores para el gobierno municipal era un referente importante a considerar en el plan de trabajo de la Dirección.

Fotografía

En la Dirección de Comunicación Social de Iguala, sabían que al momento de emitir una información del ayuntamiento, la gente ponía más atención en la imagen que en el texto, por lo cual sabían que muchos casos debían priorizar la publicación de una foto a un boletín, considerando que los espacios en las inserciones pagadas a veces era insuficiente para ambos.

“La gente ve más en los medios impresos la foto; por eso cuando me decían que ya no había espacio y que decidiera yo les decía que mejor publicarán la foto, y ya la gente veía la imagen del presidente cortando el listón o saludando a los niños, por ejemplo. La imagen hablaba mucho más de lo que se hacía”.²⁹

El director o los auxiliares al momento de cubrir las actividades del presidente o de los integrantes del ayuntamiento se encargaban de escribir la nota y también de tomar fotografías.

²⁹ Francisco Lara Balderas, Director de Comunicación social, entrevista realizada el 17 de febrero de 2007

Para ello, la dirección contaba con cuatro cámaras digitales que les permitían tomar múltiples fotografías del evento, ya sin preocuparse de los problemas del revelado y de la compra de rollos de 35 mm, como sucedió en la primera administración de Lázaro Mazón.

Al llegar a la oficina, el equipo de comunicación se encargaba de revisar las fotos que se tomaron, y en caso de ser necesario, hacer una edición de la misma para mejorar su calidad. De acuerdo al organigrama, el responsable de esto último era el auxiliar dos.

Finalmente se hacía el pie de foto y ambos se enviaban por correo electrónico a las redacciones de los periódicos.

Nota rápida para radio

La nota rápida consistía en aprovechar los espacios pagados en la radio, donde inmediatamente después de algún evento o acto se transmitía la nota a través de una grabación donde no se destacaba el mensaje del presidente, sino las opiniones de los ciudadanos beneficiados.

Esta fue una de las principales herramientas utilizadas por la dirección y una de las que más reconocimiento tuvo, al grado que militantes de partidos opositores al PRD manifestaron su beneplácito por este trabajo, convirtiéndose en un sello distintivo de que se estaba trabajando bien en la administración del doctor Lázaro Mazón.

El boletín leído por el locutor para ellos era “muy seco”, por lo que siempre priorizaron el manejo de la nota, como si fueran reporteros de la emisión, y para darle rapidez se transmitía en vivo por teléfono, con las voces de los ciudadanos, lo que hacía que la información fuera fresca y oportuna.

Video

Era utilizado mucho menos por la Dirección de Comunicación Social, toda vez que en Iguala sólo había un medio de comunicación por el que se pudiera difundir: el canal 12, que sólo se transmite a través de señal de cable, mismo que tiene muy poca cobertura en el municipio. Pero para no dejar ese espacio descubierto, se enviaban imágenes a la televisora, con los datos correspondientes que redactaba Francisco Lara en un boletín, y que se encargaba de leer el conductor del espacio de noticias.

Así también se trabajaba con video cuando había algunas actividades muy importantes que ameritaban su uso, como en los informes de gobierno, en las festividades del municipio o cuando se quería realizar algún material de divulgación turística

Revistas

Los falta de recursos económicos y la saturación de trabajo de los integrantes de la Dirección de Comunicación Social complicaron la realización de materiales de difusión que tuviesen un mayor análisis de las actividades que realizaba el ayuntamiento.

Sólo a mitad del periodo de gobierno de esta administración se realizó la revista ***A la mitad del camino....Los hechos hablan***, que más que un espacio de análisis, fue una recopilación de las principales actividades del ayuntamiento durante este periodo.

Esta revista difundió las principales actividades realizadas por el ayuntamiento durante año y medio, destacando la utilización de imágenes fotográficas, explicadas con una breve ficha técnica de lo que se estaba presentando.

Para la realización de la misma se contó con el apoyo de personal de *El Diario de Iguala*, a quienes se les contrató para la realización del diseño de la revista y el armado de las páginas.

Se publicaron 24 páginas, con un promedio de 3 fotos por página y con un tiraje de 10 mil ejemplares, los cuales se distribuyeron de forma gratuita en todas las comunidades del municipio.

Periódicos murales

En fechas importantes como el Día de la Bandera o del 31 de enero, donde se conmemora la instalación del primer Congreso Constituyente en Iguala, la Dirección de Comunicación Social ponía en la plaza cívica de la ciudad, periódicos murales con la información de las obras y acciones del ayuntamiento, aprovechando la llegada de visitantes de las comunidades al centro, para disfrutar de las actividades cívicas y festivas.

Así también en las instalaciones del ayuntamiento había espacios donde se hacía difusión, entre otras cosas, de las actividades, programas y campañas que se realizaban, como son los descuentos del pago del impuesto predial o las jornadas de salud que se realizaban en las distintas comunidades.

Para la elaboración de los periódicos murales también se solicitaba el apoyo de las Direcciones, para que en este espacio informaran de las actividades que estaban realizando, principalmente en el Sistema DIF Municipal.

Perifoneo

La Dirección de Comunicación Social también se encargaba de informar oportunamente de las visitas y actividades que tendría el presidente municipal o los demás integrantes del cabildo en cada una de las

comunidades, para lo cual realizaban grabaciones de audio, que después transmitían a través de perifoneo.

A través de estos audios también se hizo la difusión de las obras y acciones que se habían realizado en beneficio de los ciudadanos, quienes hasta sus casas recibían la información que no les llegaba a través de los medios como la prensa, radio o televisión.

“Antes de las visitas del presidente municipal grabamos un spot donde decíamos que el doctor iba a visitar ese lugar a tales horas y anunciábamos por ejemplo, que en esta colonia se hicieron dos canchas, una pavimentación y estábamos repitiendo la información en lo que llegaba el presidente”.³⁰

En todos los medios utilizados para difundir la información institucional, más que priorizar el mensaje del presidente municipal, siempre se buscaba que la población beneficiada de las obras y acciones fuera quien se expresara y tuviera un mayor peso en la información.

“Lo que yo trabajaba, más que el doctor hablara, fue que la gente hablara por él; que la gente lo felicitará, que le echaran porras, que la gente le dijera usted es un buen presidente municipal, usted es el presidente de la educación, que bueno que nos visita, y eso lo grabábamos y lo pasábamos en la radio o en la tele”.³¹

Eso generó más impacto, pues los ciudadanos se veían reconocidos por el ayuntamiento y se sentían partícipes de las labores que se realizaban.

³⁰ Francisco Lara Balderas, Director de Comunicación social, entrevista realizada el 17 de febrero de 2007

³¹ Idem

*“La gente siempre se consideró cercana a nosotros, pues hablábamos con ellos, los hacíamos que opinaran sobre sus obras y hasta ahora en la calle me reconocen y me detienen contentos por lo que hicimos”.*³²

Es importante destacar que pocos son los gobiernos que le dan voz a los ciudadanos, a quienes por lo general solo se les considera receptores del mensaje, situación que en esta administración fue distinta, pues realmente hubo una importante participación de la población, lo que marcó un sello de distinción con relación a otras experiencias de comunicación.

Como podemos apreciar, con acciones simples se pudo ser eficiente en el manejo de la comunicación social, con mecanismos que sin mucha parafernalia, dieron resultados y fueron reconocidos por la población.

2.7 Los medios de comunicación en el municipio de Iguala

Para la difusión de la información del ayuntamiento fue vital la participación de los medios de comunicación privados con quienes se establecieron convenios de trabajo, destacándose los siguientes:

Radio

En el municipio de Iguala la radio es el medio de comunicación por excelencia, pues tiene una mayor penetración en las comunidades, toda vez que en el municipio hay un importante número de población analfabeta, que a través de este medio puede mantenerse informada

Además de que el tiraje promedio de los periódicos locales (10 mil ejemplares), hace imposible que estos lleguen a todos los rincones, sumado a la falta de interés por la lectura, característico de la población mexicana.

³² Lázaro Mazón Alonso. Entrevista realizada el 15 de febrero de 2007

Con base en las consideraciones anteriores, la dirección de comunicación prefirió invertir la mayor parte de sus recursos económicos en la difusión en radio, considerando también la infraestructura existente.

En Iguala en aquel momento se contaba con las siguientes estaciones:

ABC Radio 93.9 FM: contaba con dos noticieros, de lunes a viernes a las 8 de la mañana, *Enfoque matutino*; a las 14 horas, *Enfoque de la tarde*. Esta estación antes se llamaba la “*La Sabrosita*”, cambiando de nombre en 2006.

XEYG 880 AM: con los noticieros *Contextos* que se transmitía de lunes a viernes a las 7 de la mañana y *Fondo y Transfondo* a las 2 de la tarde.

Capital Máxima 13.60 AM: sus noticieros son *Al Instante* con horario de lunes a viernes a las 9 de la mañana y a las 3 de la tarde. Aunque tiene poca audiencia en Iguala, su cobertura es importante en municipios vecinos, lo que también se tomó en cuenta, considerando la proyección que se quería dar de las actividades del ayuntamiento

Con estas tres estaciones, mencionadas por orden de importancia en el municipio, no sólo se tenía cobertura en Iguala sino también en localidades cercanas, incluso de estados como Michoacán y el Estado de México se lograba tener a la gente informada de manera oportuna.

Los acuerdos para la firma de los convenios se establecieron con base en la cobertura de la estación, siendo así que en el caso de ABC fue de 15 mil pesos mensuales, para XEYG de 8 mil y para Capital Máxima de seis mil.

Estos convenios, además de cubrir la transmisión la *nota rápida* en los noticieros, también permitía utilizar espacios para entrevistas en vivo, donde vía telefónica los ciudadanos podían establecer contacto con el presidente

municipal para hacerle preguntas sobre su trabajo, así como dar sugerencias o calificar la gestión.

También se transmitían spots del ayuntamiento, donde se difundían principalmente campañas como las de vacunación o previo al Informe se hacía énfasis en las obras y acciones.

Actualmente en estas estaciones de radio se sigue manteniendo una buena relación, pues como Senador y ahora como Secretario de Salud en la entidad, Lázaro Mazón y otras personas que integraron el ayuntamiento, son invitados regularmente a los noticieros, pues son personas que generan nota constantemente.

Televisión

En el municipio de Iguala, la difusión de la información a través de Tv. la realiza únicamente la empresa *Cablemás*, que cuenta con el canal 12, mismo que únicamente se ve a través de sistema de televisión de paga, por lo que su auditorio es muy reducido.

Este canal tenía dos noticieros llamados *Imagen*, que se transmitían de lunes a viernes a las 2 de la tarde y 8 de la noche.

El convenio de colaboración con ellos fue de 5 mil pesos mensuales y permitía que de lunes a viernes se cubrieran las actividades del ayuntamiento.

Periódicos

Para la difusión de información, en Iguala también contó con medios impresos, entre los que se pueden mencionar en orden de importancia:

Diario 21

Periódico con un tiraje de 10 mil ejemplares diarios, con cobertura en Iguala y en otros 16 municipios de la zona de Tierra Caliente y en Chilpancingo.

Con este periódico, el ayuntamiento igualteco firmó un convenio económico de colaboración por 15 mil pesos mensuales, con los que tenía derecho a ocupar media plana diariamente. La información era enviada por la Dirección de Comunicación Social, quien también participaba en el diseño de su espacio.

Diario de Iguala

Este medio también cuenta con un tiraje de 10 mil ejemplares que distribuye en la zona de Tierra Caliente y en Chilpancingo.

El convenio económico con el ayuntamiento fue por 8 mil pesos mensuales e igualmente tenía derecho a ocupar media plana diaria y a participar en el diseño y manejo de su información.

El Correo

Si bien este es uno de los medios más importantes de la región, con ellos no se estableció convenio de colaboración, pues sus tarifas no eran accesibles y los integrantes del ayuntamiento no quisieron llegar a ningún acuerdo. Su cobertura se limita al municipio de Iguala.

También existen el ***Tiempo Suriano*** y el ***Diario de la Tarde***, que se distribuyen solamente en Iguala y con quienes no se estableció convenio, debido a la poca aceptación que tienen con la gente del municipio.

En general la relación con los medios de comunicación local fue muy buena, pues además, al tratarse de un municipio donde el contacto con los

reporteros de la fuente es muy cotidiano, llegando a establecer relaciones que van más allá de una simple convivencia laboral.

Además la experiencia laboral de Francisco Lara, quien colaboró en varios de estos medios, permitió que hubiera una mayor confianza.

“En ocasiones me buscaban cuando se les atoraba algún pago del convenio y yo los ayudaba, y a veces les hablaba para que buscarán la forma de que se destacará mi información, pero claro que no me metía en lo que ellos publicaban, yo nunca les dije lo que tenían que hacer con la información que hacían ellos”.³³

Además todo el personal de la dirección estuvo en un proceso constante de capacitación, asistiendo a cursos y talleres de redacción, géneros periodísticos, ortografía, entre otros, toda vez que hubo sensibilidad del presidente municipal ante la importancia de profesionalizar a los integrantes de la administración.

El trabajo realizado por la dirección se vio reflejado en una amplia proyección de las actividades del ayuntamiento, no sólo en Iguala, también en todo el país, para lo cual se contó con el apoyo de la Asociación de Autoridades Locales de México A.C., que es la que agrupa a los gobiernos municipales del PRD.

Para ello, comunicación social de Iguala, dotaba al área de comunicación social de AALMAC de información diaria de las actividades de gobierno, donde se incluían boletines de prensa y fotos. Asimismo de forma mensual se enviaban resúmenes de las actividades más importantes, a fin de que éstas se destacarán en los diferentes espacios de comunicación de la

³³ Francisco Lara Balderas, Director de Comunicación social, entrevista realizada el 17 de febrero de 2007

institución, como eran la página web (www.aalmac.org.mx) y su boletín ***Panorama Municipal***, publicación mensual de aproximadamente 2 mil ejemplares que se distribuían entre los municipios perredistas, así como en instancias gubernamentales, organizaciones, instituciones académicas, partidos políticos, entre otros.

A través de la dirección de comunicación social de esta organización se realizó la difusión de las actividades del gobierno municipal de Iguala en el ámbito nacional, e incluso internacional, destacándose la información relacionada con la obtención del primer lugar del premio **“Gobierno y Gestión Local”**, otorgado por el Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), así como el primer lugar del premio **“Habitat”**,

Ambos premios fueron recibidos por el alcalde Lázaro Mazón en importantes ceremonias donde se contó con la presencia del entonces presidente Vicente Fox Quesada, así como de una gran cantidad de medios de comunicación, lo que coadyuvó con el equipo de comunicación social municipal, en el impulso a la imagen de la administración municipal, principalmente la del presidente.

Fueron tres años de labor diaria, donde la voluntad y el compromiso por construir un gobierno exitoso que marcara una diferencia, llevó a la Dirección de Comunicación Social a explorar diferentes mecanismos de trabajo con el fin de hacer llegar la información a los distintos rincones del municipio, en colaboración con los medios locales, para que la ciudadanía supiera que se estaba trabajando y que se estaban haciendo bien las cosas. Sin comunicación social, pocos se hubieran enterado.

CAPÍTULO 3. ANÁLISIS FODA DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL AYUNTAMIENTO DE IGUALA GUERRERO 2002-2005.

El aplicar el diagnóstico FODA al trabajo realizado en la Dirección de Comunicación Social de Iguala, tiene como objetivo realizar una evaluación del trabajo realizado, a fin de identificar aciertos y errores, lo que pueda servir como referente para la labor que se pudiera realizar en otros municipios.

3.1 El análisis Foda

“El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras ***Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas***

De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

Fortalezas: son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por los que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

Oportunidades: son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Debilidades: son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.”³⁴

A continuación presentaremos una gráfica con la información, misma que fue obtenida a través de las entrevistas a los actores involucrados, así como a una observación participativa de quienes conocimos de la experiencia.

³⁴ <http://www.monografias.com/trabajos10/foda/foda.shtml>, 5 de septiembre de 2011

Gráfica FODA

Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento de Iguala, Gro. 2002-2007

| Fortalezas | Oportunidades | Debilidades | Amenazas |
|---|---|---|--|
| <p>Lázaro Mazón Alonso contaba con una importante experiencia, al haber sido presidente municipal en el periodo 1997-1999, por lo que tanto él, como parte de su equipo, contaban con un gran cúmulo de conocimientos sobre la administración municipal, así como en la forma de establecer su organización laboral y la planeación de las actividades.</p> | <p>El presidente municipal estableció relaciones importantes con organizaciones nacionales e internacionales relacionadas con el desarrollo municipal, a través de su participación en la directiva de la Asociación de Autoridades Locales de México A.C (AALMAC), lo que permitió al equipo de comunicación social impulsar a nivel internacional la imagen del ayuntamiento.</p> | <p>Como se pudo ver en el capítulo I, el municipio de Iguala es de alta marginación y cuenta con altos niveles de analfabetismo, situación que hace complicado el manejo de la información, pues debido a sus características, la población es poco participativa en las actividades políticas y en su caso apática para informarse de lo que sucede en su entorno.</p> | <p>La principal amenaza para un gobierno municipal y para cualquiera de sus áreas de trabajo, sin duda, es la escasez de recursos económicos, que impiden que cualquier área de la administración municipal cuente con los recursos humanos y tecnológicos suficientes para su buen desempeño.</p> |
| <p>En comunicación social quien fungiera como responsable en la</p> | <p>La dirección de comunicación social, encabezada por su director, fue</p> | <p>La utilización de nuevas tecnologías como internet en esta etapa era una</p> | <p>Los adversarios políticos que se encargan de obstaculizar</p> |

| | | | |
|--|---|--|---|
| <p>primera administración, Francisco Lara Balderas, repite en el cargo de director del área, ya con una amplia experiencia en el trabajo con los medios de comunicación locales, así como en el manejo de los procesos de comunicación al interior del ayuntamiento igualteco.</p> | <p>claro al establecer los convenios de colaboración con los principales medios de comunicación del municipio, a fin de contar con una mayor difusión informativa, eficientando recursos económicos.</p> | <p>herramienta poco útil, toda vez que la mayoría de la población no cuenta con acceso a este servicio, reduciendo las posibilidades de rápida difusión de la información.</p> | <p>cualquier actividad que se realice, a pesar de que ésta sea en beneficio de la ciudadanía.</p> |
| <p>La experiencia permite que haya rapidez y oportunidad en el manejo de la información, principalmente con el apoyo en nuevas tecnologías.</p> | <p>El presidente municipal reconoció el papel que jugarían los medios de comunicación local más allá del uso de los espacios de inserción pagados. Por ello, fue vital la buena relación con los integrantes de los medios de comunicación con una visión institucional de respeto a la labor</p> | <p>La construcción de la página web nunca se fortaleció y quedó en una buena intención, principalmente por la falta de recursos económicos para contar con un profesional encargado únicamente de ese campo.</p> | <p>En este caso, parte del trabajo de comunicación social se enfoca en aclarar o desmentir las cosas negativas que se publicaron en los medios de comunicación contra los integrantes de la administración municipal, lo que genera un desgaste de recursos económicos y humanos.</p> |

| | | | |
|---|---|--|--|
| | <p>que desempeñan.</p> <p>Un ejemplo de ello fue la realización de cursos de capacitación en periodismo que el ayuntamiento ofreció a los trabajadores de los medios, donde se invitó a académicos de la UNAM, quienes transmitieron sus conocimientos con el objetivo que esta labor tuviera cada vez un mayor nivel de profesionalización en el municipio.³⁵</p> | | |
| <p>Otro aspecto a destacar es el respaldo y la confianza total del presidente municipal al trabajo de su equipo lo que permitió ser más</p> | | <p>De igual manera no se explotaron otras opciones como utilización de las redes sociales, que en la actualidad son vitales en el proceso de</p> | |

³⁵ Si bien esta acción pudo convertirse en una amenaza, toda vez que no faltó quien la consideró una forma de “comprar” a los representantes de los medios, el hecho de que fueran catedráticos de la UNAM le dio reconocimiento al ejercicio, al que incluso se sumaron periodistas de otras regiones del estado, interesados en profesionalizarse, toda vez que es sabido que en el periodismo regional, son muchos los que realizan la actividad de forma empírica.

| | | | |
|--|--|--|--|
| <p>ágil en el manejo informativo.³⁶</p> | | <p>rendición de cuentas de cualquier gobierno municipal,</p> | |
| <p>La creatividad y el compromiso del equipo de comunicación social, fueron indispensables para la difusión de la información, más allá de las limitaciones económicas, tecnológicas o humanas.</p> | | <p>El periodo de gobierno de tres años también hace difícil la consolidación de un proyecto.</p> | |
| <p>La estrategia de darle voz a los ciudadanos de Iguala, para que fueran ellos quienes hablaran de las obras y acciones que les beneficiaron, generó una fuerte vinculación ciudadano-gobierno, más aún</p> | | <p>Otro aspecto que tampoco se fortaleció fueron los procesos de comunicación al interior del ayuntamiento, a fin de generar canales que agilizaran la información entre los integrantes del gobierno y de las direcciones, con el</p> | |

³⁶ En el marco de mi experiencia profesional, he trabajado con presidentes municipales, que haciendo uso del poder que les confiere la ciudadanía, no delegan responsabilidades, y al no entender los principios de rapidez y oportunidad en el manejo de la información, no permiten que ésta sea difundida hasta que no sea revisada por ellos, a pesar de que sus múltiples ocupaciones, hagan lento el proceso.

| | | | |
|---|--|---|--|
| <p>cuando los mensaje se difundieron a través de mecanismos sencillos como el perifoneo, lo que rindió frutos sin un gasto excesivo.</p> | | <p>fin de optimizar esfuerzos y obtener mayores resultados.</p> | |
| <p>La decisión de convertir el Departamento de Comunicación social en Dirección, le dio mayor fuerza institucional y presupuestal al interior del ayuntamiento, convirtiendo así la labor informativa como parte de una política de gobierno, basado en la transparencia y la rendición de cuentas.</p> | | | |

Conclusiones

Evaluar una experiencia de comunicación social en un gobierno municipal permite ser críticos respecto al trabajo que se realizó, con base en los resultados que se obtuvieron, principalmente en cuanto al reconocimiento social de la labor realizada.

En este caso, el trabajo de la Dirección de Comunicación Social de Iguala, Guerrero, durante el periodo 2002-2005, se podría considerar exitosa considerando dos aspectos fundamentales:

1. La gente conoció plenamente de las obras y acciones que el gobierno municipal realizó, aprobando la gestión a través del voto en las urnas, donde el PRD ganó de nueva cuenta las elecciones de 2005, para continuar en el gobierno 3 años más.
2. El trabajo que se realizó en torno a la imagen del presidente municipal, le permitió ser ampliamente conocido, no sólo en el municipio de Iguala, sino en todo el estado de Guerrero, para estar bien posicionado en las elecciones de 2006, donde Lázaro Mazón ganó la senaduría por la vía uninominal.³⁷

Estos dos triunfos se consideran parte del reconocimiento que la gente da al buen desempeño de una administración, y en este caso, eso pudo ser posible en gran medida, gracias al trabajo realizado por la Dirección de Comunicación Social que supo hacer un diagnóstico acertado de las herramientas y el tipo de mensaje que quiso construir para llegar a una ciudadanía generalmente apática.

³⁷ También llamada mayoría relativa. Principio por el que se eligen legisladores federales o locales, mediante el voto directo y secreto de los ciudadanos. Los diputados se eligen por distritos uninominales, mientras que los senadores se eligen en formulas de dos por **entidad federativa**. Se asigna el triunfo a las fórmulas que obtuvieron el mayor número de votos sin importar el porcentaje obtenido. <http://sil.gobernacion.gob.mx/Glosario/definicionpop.php?ID=152>

Determinar cuáles son los canales adecuados para llegar a la gente, por lo general no es fácil y las muchas de las veces se opta por cuestiones muy costosas y que finalmente tienen poco impacto en la opinión pública.

En cambio, en este caso se apostó por un mayor acercamiento con la gente, darle voz al ciudadano, que fueran ellos quienes contaran su experiencia y de su voz saliera el reconociendo al trabajo del ayuntamiento.

Es ahí donde se destaca la importancia del trabajo de esta administración y del área de comunicación social.

En este caso es importante señalar que posterior al periodo de gobierno encabezado por el doctor Lázaro Mazón, el equipo de comunicación social se mantuvo unido, toda vez que el trabajo que realizaron dio una gran proyección a todos los integrantes del cabildo igualteco, principalmente al presidente municipal, quien posteriormente se postuló como candidato a Senador por el estado de Guerrero, donde obtuvo el triunfo en las elecciones del 2 de julio de 2006.

Esto permitió que el equipo de comunicación social se mantuviera activo, ahora desde otra trinchera, posteriormente trabajando en torno al Dr. Mazón, desde el Senado de la República y ahora en la Secretaria de Salud del estado de Guerrero.

Por esto, de los muchos ejemplos de trabajo de las direcciones de comunicación social, la de Iguala es de las que más aportan a la reflexión y a la construcción de esquemas de trabajo, para que otros municipios puedan retomarla y ponerla en práctica.

Fuentes

Bibliografía

- Acosta Arévalo José Octavio. “*Las autoridades municipales como comunicadoras*”, *Manuales de Capacitación para las autoridades locales*, Instituto de Desarrollo Municipal. México, D.F., 1998.
- Anaya Cadena Vicente. *Diccionario de Política, Gobierno y Administración Pública*, Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública. México, D.F., 1997.
- Bartoli Annie. *Comunicación y organización*, ed. Paídos, Argentina, 1992.
- Castro Soto Oscar. *Manual de Comunicación Social*. Centro de Servicios Municipales Heriberto Jara A.C., México, D.F., 2002.
- Eco, Umberto. *Cómo se hace una Tesis*, ed. Gedisa, Barcelona España, 2000.
- Felipe Pardinás. *Manual de comunicación social*, ed. Edicol S.A, México, 1978
- Fernández Collado Carlos. *La comunicación en las organizaciones*, ed. Trillas, México, 1991.
- Instituto de Desarrollo Municipal del PRD. *ABC del gobierno municipal*. México, D.F., 1997.
- Morato Javier del Rey. *La comunicación política*, ed. Eudema, Madrid, España, 1989.
- Ochoa Campos Moisés. *El municipio y su evolución institucional*, México, D.F., 1987

- Pere-Oriol, Costa Badía. *Comunicación Pública en el ámbito local, en Dirección de comunicación empresarial e institucional. Gestión 2000*, Barcelona, España, 2001
- Pérez Cristino, Laura Noemí. *Dirección General de Comunicación Social del Gobierno del Distrito Federal*, Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, FCPyS-UNAM

Mesografía

- www.aalmac.org.mx, noviembre 2006
- www.inafed.gob.mx, noviembre, 2006.
- www.guerrero.gob.mx/consejeriajuridica, febrero, 2007
- <http://sil.gobernacion.gob.mx> , febrero 2007
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Cronista>, 5 de septiembre de 2011
- <http://www.monografias.com/trabajos10/foda/foda.shtml>, 5 de septiembre de 2011

Documentos

- Consejo Nacional de Población Índices de marginación 2005, México, D.F., 2006

Entrevistas

- Lázaro Mazón Alonso, presidente municipal de Iguala, Gro. 2002-2005. 15 de febrero de 2007
- Francisco Lara Balderas, director de comunicación social de Iguala, Gro. 2002-2005. 17 de febrero de 2007

Anexo Fotográfico



