



**BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE PUEBLA**

Facultad de Administración

Tesis:

**“Modernización de la comunicación
social, en el municipio de Puebla con
relación al presupuesto asignado para
2016”**

**Que para obtener el grado de:
Maestro en fiscalización y rendición
de cuentas**

Presenta:

Abraham Garcilazo Manzano

Director:

Dr. Humberto Cantellano Rodríguez

Heroica Puebla de Zaragoza; septiembre de 2016

Índice

Capítulo 1. Construcción del objeto de estudio	7
1.1 Planteamiento del problema.....	7
1.2 Objetivo de investigación.....	7
1.3 Hipótesis.....	9
1.4 Metodología de la investigación	9
Capítulo 2. Descripción del objeto de estudio	10
2.1 Características Generales	10
Capítulo 3. Marco teórico y conceptual	21
3.1 Situación teórica.....	21
3.1.1 El gran cambio de las sociedades contemporáneas	21
3.1.2 Comunicación.....	22
3.1.3 La necesidad de cambios en el modelo estatal.....	23
3.1.4 Publicidad oficial.....	23
3.1.5 Las políticas de comunicación pública	24
3.1.6 La importancia de la comunicación social	25
3.1.7 ¿Hemos derrotado la magia?	26
3.1.8 Los medios masivos están donde usted se encuentre	27
3.1.9 “Marketing de gobierno”	28
3.1.10 El lazo social	28
3.1.11 Publicidad oficial como servicio público.....	29
3.1.12 Internet	30
3.1.13 Internet, una tecnología destinada a cambiar nuestras vidas.....	37

3.1.14 Internet, campañas electorales y virtualidad real	39
3.1.15 La tecnología cambia la distribución y el consumo de la comunicación masiva.....	39
3.1.16 Internet combina comercio, información y entretenimiento	41
3.1.17 El poder del internet ante los acontecimientos abiertos	44
3.1.18 Los hechos como recursos retóricos.....	44
3.1.19 El modelo Barcelona en comunicación.....	45
3.1.20 Emoción, relevancia, frecuencia y valor público.....	46
3.1.21 Transparencia	47
3.1.22 La rendición de cuentas	48
3.1.23 El acceso a la información, transparencia y rendición de cuentas	48
3.2 Conceptualización	51
3.3 Aspectos normativos	58
Capítulo 4. Resultados de la investigación.....	71
4.1 Análisis de los resultados.....	71
4.1.1 Conclusiones.....	71
4.2 Conclusiones de la Investigación	72
4.3 Propuestas	77
Bibliografía	79
Bibliografía digital	81

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Mapa del municipio de Puebla	11
Ilustración 2 Municipios con mayor población en México	12
Ilustración 3 Evaluación demográfica de las cuatro principales ciudades de México en el siglo XX	13
Ilustración 4 Evolución de la población en el estado de Puebla y la capital de Puebla desde el año 1900 hasta el año 2010.....	14
Ilustración 5 Proyección de población por grupo de edad 2010-2030.....	14
Ilustración 6 Población económicamente activa, tasa de ocupación y desocupación, del municipio de Puebla, estado y país	15
Ilustración 7 Clasificación Económica del Presupuesto de Egresos 2016	17
Ilustración 8 Clasificación Económica del Gasto 2016	18
Ilustración 9 Población según condición de uso de Internet, 2015.....	31
Ilustración 10 Usuarios de internet por grupos de edad 2015	32
Ilustración 11 Usuarios de internet por frecuencia de uso 2015.....	33
Ilustración 12 Hogares según disponibilidad de TIC 2015	33
Ilustración 13 Usuarios de internet por nivel de escolaridad 2015	34
Ilustración 14 Actividades de internet 2015 (%)	35
Ilustración 15 Población según condición de uso de celular, por tipo de equipo 2015 (%).....	36
Ilustración 16 Usuarios de celulares inteligentes, según conectividad a internet y tipo de conexión, 2015 (%).....	37
Ilustración 17 Dispositivos de Conexión por redes sociales.....	41
Ilustración 18 Resultados: ¿Has visto publicidad en las redes sociales?	42
Ilustración 19 Resultados: ¿Por qué sigues marcas en las redes sociales?	42

Ilustración 20 Resultados: ¿Cuáles son las redes sociales favoritas?	43
Ilustración 21 Evolución Constitucional sobre el acceso a la información, la transparencia y la rendición de cuentas en México	50
Ilustración 22 Esquema del Plan Nacional de Desarrollo 2013 – 2018	59
Ilustración 23 Modelo de actualización del Plan Estatal de Desarrollo 2011 - 2017	66
Ilustración 24 Índice de información presupuestal municipal 2015.....	67
Ilustración 25 Esquema del Plan Municipal de Desarrollo 2014 - 2018.....	70

Índice de Tablas

Tabla 1 Población del municipio de Puebla censo 2010.....	12
Tabla 2 Análisis de presupuesto asignado a Comunicación Social 2016.....	19
Tabla 3 Comparación del presupuesto asignado a Comunicación Social 2014 - 2016	19
Tabla 4 Clasificación por objeto del gasto a nivel de capítulo, concepto y partida genérica 2016.....	20

Presentación

Hoy más que nunca requerimos estar informados, estar en contacto, estar actualizados, estar presente, estar a la vanguardia, y el municipio de Puebla no puede ser la excepción, no debe permitir estancarse respecto a la comunicación social, debe estar claro que dicho ejercicio representa la intención básica de influir e informar a la sociedad, y que a través de esta, se desea enviar mensajes claros sobre las actividades realizadas por el bien de cada uno de los actores involucrados, debe dar a conocer los objetivos de la administración municipal y como es que logrará estos, que estrategias serán las guías de su ejercer, debe realizar un presupuesto, en un ejercicio participativo del mismo, un presupuesto de acciones afirmativas en temas de equidad de género y en la atención e inclusión de grupos vulnerables, un actuar donde la transparencia y rendición de cuentas sea el código que guíe a la comunicación social.

El propósito de la presente investigación consiste en demostrar que el municipio de Puebla, debe aprovechar la comunicación social como la herramienta que informe el trabajo realizado a favor de la sociedad, así como también la planeación de sus objetivos, debe dirigir sus acciones para atender las necesidades de la sociedad, abanderando su trabajo en las administraciones correspondientes con los ejes reactores establecidos en el Plan Municipal de Desarrollo.

Derivado que los presupuestos son limitados y deben de ser aprovechados al máximo y destinados a las necesidades que la sociedad requiere, satisfaciendo cada una de las demandas que la población solicita sean atendidas, por lo cual es conveniente establecer políticas públicas para aprovechar al máximo dichos recursos, al mismo tiempo se deben diseñar estrategias, proyectadas a mediano y largo plazo que tengan mayor alcance con el mismo o menor recurso financiero.

Es por ello que este trabajo de investigación, tiene como objetivo ofrecer datos sobre el alcance del internet y como estos en caso de ser considerados, pueden otorgar la posibilidad de transparentar e informar de forma veraz y precisa el actuar gubernamental de la capital del estado de Puebla, ayudando a vincular al

municipio de Puebla y a la sociedad, obteniendo los beneficios que involucra la modernización de la comunicación social; actualmente contamos con mecanismos tecnológicos ideales para actualizar la comunicación social que hoy por hoy no son en su totalidad utilizados por el municipio de Puebla.

Debemos ser activos y resolutivos, ofrecer una herramienta clara y confiable, instrumentos que ayuden a gobernar en la era digital de las tecnologías de la información, por la cual se debe atraer y retener la atención de la población, e inclusive hacerla participe de la administración local.

Una vez que se implemente y posicione en la mente de los ciudadanos, como un gobierno digital podemos transparentar y rendir cuentas de forma tan clara, que a su vez se inicie un resplandor llamado cultura de la participación ciudadana, y que al mismo tiempo, logre el interés de la sociedad a involucrarse en un ejercicio constante de transparencia y rendición de cuentas.

Capítulo 1. Construcción del objeto de estudio

1.1 Planteamiento del problema

La comunicación social debe ser el medio por el cual el municipio de Puebla hace llegar la información generada por el ejercicio de su administración, traducido en acciones como: obras públicas, educación, salud, deporte, cultura, desarrollo social, turismo, economía, inclusión social, entre otras muchas más necesidades que son atendidas; pero ¿Qué está haciendo el municipio de Puebla para que la comunicación social se modernice por medio de las tecnologías de la información y a través de este ejercicio se convierta en un gobierno transparente, un municipio abierto a la sociedad?.

La comunicación social debe ser el medio por el cual se vincule la sociedad y el municipio de Puebla, su importancia es relevante en el ejercicio de su gobierno, y es importante saber, qué acciones se están realizando para poder dar cumplimiento a las leyes en materia de Transparencia y Rendición de cuentas, qué objetivos se tienen para la inclusión de la sociedad como un componente propositivo de políticas públicas, ¿Será que exista un lazo entre la sociedad poblana y el municipio de Puebla?.

1.2 Objetivo de investigación

El municipio de Puebla será el ente de investigación de este trabajo, y se ha denominado: *“Modernización de la comunicación social, en el municipio de Puebla con relación al presupuesto asignado para 2016”*. Lo anterior es una herramienta que se puede utilizar como parte de las estrategias para modernizar la comunicación social, captando la mayor población posible, en comparación de la atención que se tiene actualmente. Cabe mencionar que si se moderniza dicho rubro podemos considerar que a mediano plazo se pueden obtener economías respecto al presupuesto asignado al gasto en “Comunicación Social” eliminando

los medios impresos, logrando con esta medida un menor impacto en el medio ambiente.

Debemos obtener información de las características poblacionales de la capital del estado de Puebla, para analizar las necesidades y el nivel de atención que requieren los ciudadanos, con dicha información se puede definir como será invertido el gasto público, garantizando la eficiencia de las nuevas acciones y el mantenimiento que garantice el funcionamiento de los servicios públicos ya existentes, toda vez que dichas necesidades han incrementado forma proporcional a la población atendida.

Hoy en día la modernización de los medios de comunicación a través de las tecnologías, el internet, las redes sociales y los comunicadores móviles; son una herramienta al alcance de la mayor parte de la población, y a través de dichos factores, se pueden disminuir a mediano plazo de forma considerable, los costos en dichas partidas presupuestales y se puede destinar dicho recurso a otras necesidades que requieren ser atendidas en la sociedad.

Una vez instalado el medio de comunicación entre el municipio y la sociedad, debemos informar respecto a la rendición de cuentas y su ejercicio, mostrar su procedimiento, que tiene un origen y un sistema cronológico, una base legal que hace responsable a los funcionarios públicos y nos hace partícipes como ciudadanos, implementando nuevas técnicas para llegar a los ciudadanos, mostrarles que su intervención e interés por el ejercicio gubernamental a través de la rendición de cuentas, nos ayudará a mejorar los procesos y las estructuras con principios de buen gobierno.

Los aspectos relevantes que se abordan en esta investigación son: el municipio de Puebla, comunicación social, rendición de cuentas, participación ciudadana, calidad gubernamental, toma de decisiones, sustentabilidad, marco jurídico, presupuesto de egresos, tecnologías de la información.

Los medios de comunicación pueden convertirse es una herramienta para identificar las prioridades de la sociedad, se debe estudiar su impacto y

trascendencia de la toma de decisiones que se desean realizar en base a los planes de desarrollo.

Derivado del análisis que resulta se presentaran propuestas que aporten mejoras en la modernización de la Comunicación Social en el municipio de Puebla, y con ello, determinar las ventajas que tendría el municipio de Puebla al modernizar la comunicación social.

1.3 Hipótesis

El municipio de Puebla no destina los recursos que tiene asignados para modernizar la comunicación social a través de las tecnologías de la información, con el objetivo de garantizar que toda la sociedad tenga conocimiento de las acciones que realiza en su actuación.

1.4 Metodología de la investigación

Se recopila información pública obtenida disponible en la página del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Investigación, respecto a las características del municipio de Puebla se obtuvo información de la Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México, del Instituto Nacional para el federalismo y el desarrollo de municipio; respecto al material legislativo se adquirió del material disponible en los portales de: la Cámara de Diputados de los Estados Unidos Mexicanos, transparencia del gobierno del estado de Puebla, del Congreso del Estado del Municipio de Puebla, la Auditoria Superior del Estado de Puebla y el municipio de Puebla; para material que aportará información en lo general a la presente investigación se obtuvo información del portal virtual de bibliotecas de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, del Centro de Investigación y Docencia Económicas A.C., del portal virtual del periódico El Economista y del material bibliográfico obtenido en las bibliotecas de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Capítulo 2. Descripción del objeto de estudio

2.1 Características Generales

Este capítulo ofrecerá toda la información respecto a las características generales que se deben conocer para ofrecer un parámetro amplio del objeto de estudio de la presente investigación.

El municipio de Puebla, ciudad fundada el 16 de abril de 1531 (Arredondo, R. 2014, INAFED) es considerado a nivel nacional la quinta ciudad más importante de la República Mexicana, aprovechando su posición geográfica siendo esta la intermediaria entre la Ciudad de México y el Puerto de Veracruz, siendo testigo de eventos importantes desde las épocas de la colonización, siendo relevante la asociación entre Cholutecas y Españoles para propiciar la caída del imperio azteca; años después en el México independiente se estableció por parte del Presidente el Licenciado Benito Juárez, que Puebla sería la defensa de la nación, concentrando las fuerzas nacionales en los fuertes de Loreto y Guadalupe, para que las tropas norteamericanas no avanzaran a la Capital del País, esto sucedido en el siglo XIX; en épocas revolucionarias, en Puebla se desató dicho movimiento que tuvo como objetivo derrocar el gobierno del Presidente Porfirio Díaz (Arredondo, R. 2014, INAFED). Puebla es considerada una ciudad de arquitectura colonial, de tintes barrocos, el municipio cuenta con los elementos para aprovechar una cultura basta y fuerte de hechos históricos para comunicar y unificar los medios mediante los cuales el gobierno y la sociedad pueden permanecer constantemente en comunicación y ser una sociedad que se guíe de la visión y liderazgo municipal.

El municipio de Puebla es considerado por orden alfabético la entidad local número 116 y la capital política del Estado de Puebla considerado el estado número 21 de los Estados Unidos Mexicanos, como referencia se ubica en la zona sureste del país, sus datos geográficos son:

Su ubicación geográfica se localiza conforme a las siguientes Coordenadas Geográficas: Longitud: 98°11'51" Oriente, Latitud: 19°02'43" Norte, y una altitud de 2,147 metros sobre el nivel del mar, contando con una superficie de 547 kilómetros cuadrados, representando el 1.60% de la superficie del estado (SNIM, 2010).

El municipio colinda al norte con el estado de Tlaxcala y el municipio de Tepatlaxco de Hidalgo; al este con los municipios de Tepatlaxco de Hidalgo, Amozoc y Cuautinchán; al sur con los municipios de Cuautinchán, Tzicatlacoyan, Huehuetlán el Grande y Teopantlán; al oeste con los municipios de Teopantlán, Ocoyucan, San Andrés Cholula, San Pedro Cholula y Cuautlancingo (ver Ilustración 1 Mapa del municipio de Puebla).

Ilustración 1 Mapa del municipio de Puebla



Fuente: Google Imágenes

El municipio de Puebla es el de mayor acumulación poblacional en el estado de Puebla y el cuarto a nivel nacional, superado únicamente por la Delegación Iztapalapa del Distrito Federal, Ecatepec de Morelos en el Estado de México y Tijuana en Baja California, siendo arrojados los datos del Censo de Población del 2010 un total de 1 539 819 habitantes, de los que 734 352 son hombres y 805 467 son mujeres véase Ilustración 1 Mapa del municipio de Puebla (INEGI, 2010) e Ilustración 2 Municipios con mayor población en México (Plan Municipal de Desarrollo, 2014).

Tabla 1 Población del municipio de Puebla censo 2010

Información Poblacional del Municipio de Puebla datos 2010 INEGI	
Población	
Población total (Número de personas), 2010	1,539,819
Relación hombres-mujeres (Hombres por cada 100 mujeres), 2010	91.2
Edad mediana (Años), 2010	27
Porcentaje de población de 15 a 29 años, 2010	27.2
Porcentaje de población de 15 a 29 años hombres, 2010	27.8
Porcentaje de población de 15 a 29 años mujeres, 2010	26.7
Porcentaje de población de 60 y más años, 2010	9
Porcentaje de población de 60 y más años hombres, 2010	8.1
Porcentaje de población de 60 y más años mujeres, 2010	9.8

Fuente: INEGI, 2010.

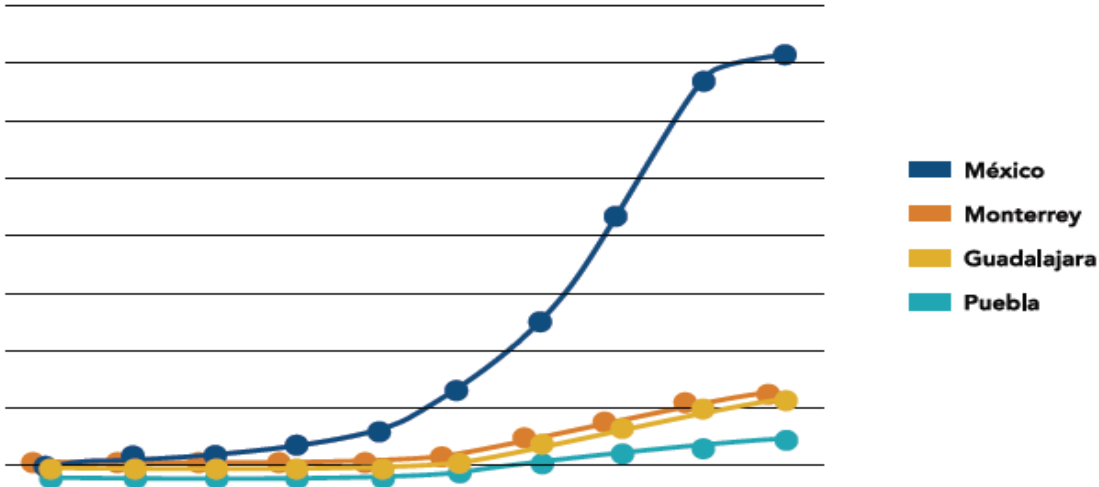
Ilustración 2 Municipios con mayor población en México

Lugar	Total	Hombres	Mujeres
Iztapalapa	1,815,786	880,998	934,788
Ecatepec de Morelos	1,656,107	806,443	849,664
Tijuana	1,559,683	783,653	776,030
Puebla	1,539,819	734,352	805,467
Guadalajara	1,495,189	717,404	777,785
Leon	1,436,480	701,781	734,699
Juárez	1,332,131	665,691	666,440
Zapopan	1,243,756	607,907	635,849
Gustavo A. Madero	1,185,772	571,233	614,539

Fuente: Plan Municipal de Desarrollo 2014 - 2018.

Es importante destacar De la información obtenida del plan municipal de desarrollo 2014 – 2018 informa que la evolución de la población que tuvieron las ciudades de México, Guadalajara, Monterrey y Puebla, fue muy similar en el siglo XIX. Sin embargo, para el siglo XX por cuestiones políticas y económicas se presentaron diferencias en dicho comportamiento como se observa en la Ilustración 3 Evaluación demográfica de las cuatro principales ciudades de México en el siglo XX (Plan Municipal de Desarrollo, 2014).

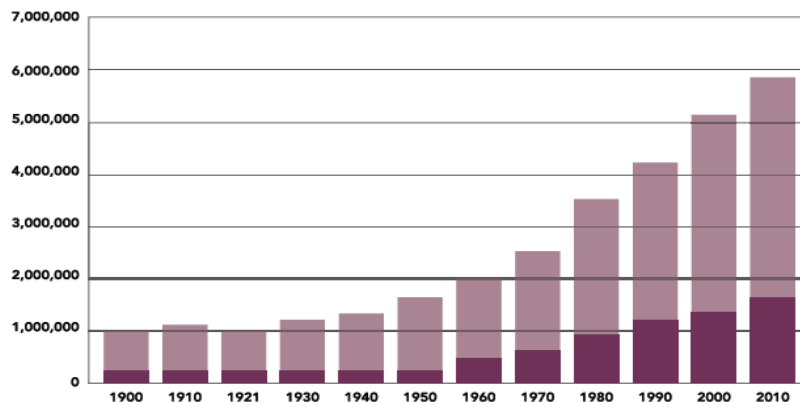
Ilustración 3 Evaluación demográfica de las cuatro principales ciudades de México en el siglo XX



Fuente: Plan Municipal de Desarrollo 2014 - 2018.

El crecimiento demográfico del municipio de Puebla ha sido constante, y el de mayor acumulación poblacional en el estado de Puebla, lo anterior debe a la concentración política, económica, comercial, escolar sobresaliendo el número de instituciones de nivel superior (ver Ilustración 4 Evolución de la población en el estado de Puebla y la capital de Puebla desde el año 1900 hasta el año 2010).

Ilustración 4 Evolución de la población en el estado de Puebla y la capital de Puebla desde el año 1900 hasta el año 2010



Fuente: Plan Municipal de Desarrollo 2014 - 2018.

Para la presente investigación es importante mencionar la proyección estimada del comportamiento demográfico del municipio de Puebla por grupos de edad, siendo creciente el grupo de 0 – 14 años hasta el año 2025, sin embargo, se estima que inclusive dicho segmento sea menor para 2030, en comparación a lo registrado en 2010 véase Ilustración 5 Proyección de población por grupo de edad 2010-2030 (PMD, 2014)

Ilustración 5 Proyección de población por grupo de edad 2010-2030.

Grupo de Edad	2010	2018	2020	2025	2030
0-14	422,234	440,423	442,774	447,313	419,778
15-29	423,510	410,070	403,570	382,296	393,571
30-44	354,724	364,803	365,961	367,383	361,629
45-64	267,165	336,219	353,080	389,683	416,267
65+	92,713	122,908	133,132	161,881	194,448
Total	1,529,563	1,674,423	1,698,517	1,748,556	1,785,693

Fuente: Plan Municipal de Desarrollo 2014 - 2018.

Características sociales

El municipio cuenta con 120 localidades (SNIM, 2010), cuenta con 17 juntas auxiliares para su administración municipal y están sujetos al Ayuntamiento, se integran por un presidente auxiliar y cuatro regidores electos popularmente por los habitantes de la comunidad (INAFED, 2014)

Las características de la población económicamente activa en el municipio de Puebla, demuestran el incremento de dicho segmento poblacional, comparando lo sucedido en los años 2000 y 2010, sin embargo, en comparación a la población económicamente activa para el país y el estado, es 2.35% menor al indicador nacional y 4.29% menor a lo que refiere al estado de Puebla (ver Ilustración 6 Población económicamente activa, tasa de ocupación y desocupación, del municipio de Puebla, estado y país).

Ilustración 6 Población económicamente activa, tasa de ocupación y desocupación, del municipio de Puebla, estado y país

Demarcación		2000					
		Municipio		Estado		País	
		Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Población de 12 años y más		986,280	100%	3,470,879	100%	69,235,053	100%
Población Económicamente Activa	Total	514,783	52.19%	1,683,233	48.50%	34,154,854	49.33%
	Ocupada	506,589	98.41%	1,665,521	98.95%	33,730,210	98.76%
	Desocupada	8,194	1.59%	17,712	1.05%	424,644	1.24%
Población Económicamente Inactiva		467,920	47.44%	1,775,313	51.15%	34,808,000	50.28%
No Especificado		3,577	0.36%	12,333	0.36%	272,199	0.39%
Demarcación		2010					
		Municipio		Estado		País	
		Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje	Cantidad	Porcentaje
Población de 12 años y más		1,181,612	100%	4,284,788	100%	84,927,468	100%
Población Económicamente Activa	Total	652,756	55.24%	2,178,686	50.85%	44,701,044	52.63%
	Ocupada	623,789	95.56%	2,098,095	96.30%	42,669,675	95.46%
	Desocupada	28,967	4.44%	80,591	3.70%	2,031,369	4.54%
Población Económicamente Inactiva		523,999	44.35%	2,084,110	48.64%	39,657,833	46.70%
No Especificado		4,857	0.41%	21,992	0.51%	568,591	0.67%

Fuente: Plan Municipal de Desarrollo 2014 - 2018.

Las principales actividades económicas que se realizan en el municipio de Puebla, son: agricultura, ganadería, pesca, industria, comercio; destacando una superficie sembrada total de 10,984 hectáreas, donde se siembra: alfalfa, avena, frijol y maíz: con relación a la fruticultura se cuenta con: aguacate, pera, manzana, ciruela, durazno, chabacano, capulín, tejocote, nuez, zapote blanco, ubicadas como pequeños huertos en la periferia del municipio; hay crianza de bovinos de leche y carne, de porcinos, de ovino, equino, incluyendo el asnal y mular, se crían conejo y algunas aves de corral, básicamente esta actividad ha quedado reducida al traspasado; la pesca se desarrolla en los embalses de San Andrés Azumiatla, Santa María Zocuilá la Cantera y San Pedro Zacachimalpa se encuentra la carpa de Israel y mojarra tilapia; cabe destacar la importancia del sector industria y sobre todo la metálica básica, la de la química ligera y la de artículos eléctricos, conservando una importancia relevante la industria textil, la metalúrgica con Hylsa y la planta Automotriz Volkswagen que no obstante, estas dos últimas no se localizan geográficamente dentro del municipio, pero su impacto es directo en la economía de la ciudad capital; existen zonas industriales consolidadas, que son: El parque Industrial 5 de mayo, el fraccionamiento industrial Resurrección y el Parque Industrial Puebla 2000; la estructura comercial y de servicio de la ciudad de Puebla tiene como base el desarrollo de centros comerciales populares y de servicios, los cuales son zonas comerciales, comercio especializado, tianguis y mercado de Abasto, ubicadas en la periferia y semiperiferia de la ciudad; los centros comerciales con la prestación de determinados tipos de servicios, se efectúa con la intención de hacer más atractiva para el consumidor la concurrencia a estas zonas comerciales. (INEGI, 2005)

El municipio de Puebla, es un ente gubernamental que cuenta con ingresos propios y participaciones estatales y federales

“Artículo 103.- Los Municipios tienen personalidad jurídica, patrimonio propio que los Ayuntamientos manejarán conforme a la Ley, y administrarán libremente su hacienda, la cual se formará de los rendimientos de los bienes que les pertenezcan, así como de las contribuciones y otros ingresos que la Legislatura del Estado establezca a favor de aquéllos y que, entre otros, serán:

III.- Los ingresos derivados de la prestación de servicios públicos a su cargo.

c) Los presupuestos de egresos de los Municipios serán aprobados por los respectivos Ayuntamientos, con base en los ingresos de que dispongan... Los Ayuntamientos podrán autorizar las erogaciones plurianuales para Proyectos para Prestación de Servicios, así como demás proyectos relacionados a obra pública, bienes o servicios que afecten ingresos del Municipio que determinen conforme a lo dispuesto en la ley en la materia; las erogaciones correspondientes deberán incluirse en los Presupuestos de Egresos...” (Constitución Política del Estado Libre y Soberano De Puebla, Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Puebla, 04 de enero de 2016).

Para el ejercicio 2016 se presentó el gasto municipal por parte de las autoridades competentes al Congreso del Estado de Puebla, autorizando un presupuesto total de \$ 4,096,701,091.75 M.N. mismo que se desglosa dependiendo el tipo de gasto tal como se puede ver en la Ilustración 7 Clasificación Económica del Presupuesto de Egresos 2016 (Periódico Oficial del Estado de Puebla, 31 de diciembre de 2015).

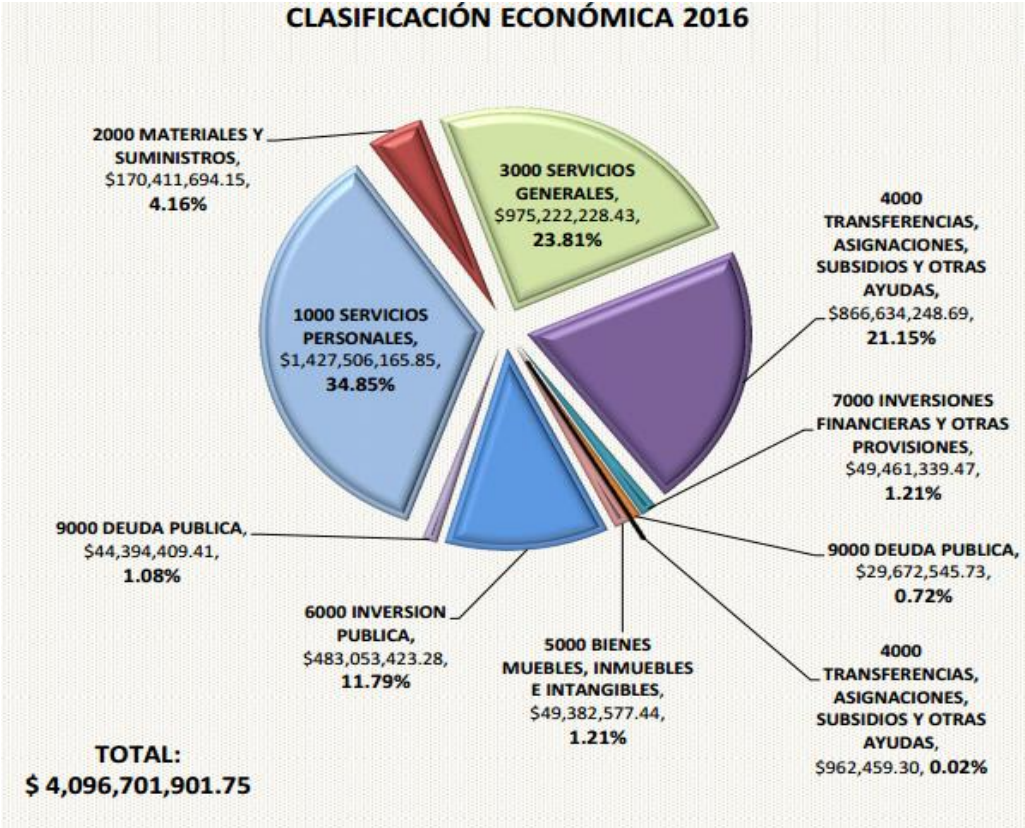
Ilustración 7 Clasificación Económica del Presupuesto de Egresos 2016

CLASIFICACIÓN ECONÓMICA 2016	
CLASIFICACIÓN/CAPÍTULO	IMPORTE
2 GASTO	\$ 4,052,306,682.34
2.1 Gasto Corriente	\$ 3,518,908,222.32
1000 SERVICIOS PERSONALES	\$ 1,427,506,165.85
2000 MATERIALES Y SUMINISTROS	\$ 170,411,694.15
3000 SERVICIOS GENERALES	\$ 975,222,228.43
4000 TRANSFERENCIAS, ASIGNACIONES, SUBSIDIOS Y OTRAS AYUDAS	\$ 866,634,248.69
7000 INVERSIONES FINANCIERAS Y OTRAS PROVISIONES	\$ 49,461,339.47
9000 DEUDA PUBLICA	\$ 29,672,545.73
2.2 Gasto de Capital	\$ 533,398,460.02
4000 TRANSFERENCIAS, ASIGNACIONES, SUBSIDIOS Y OTRAS AYUDAS	\$ 962,459.30
5000 BIENES MUEBLES, INMUEBLES E INTANGIBLES	\$ 49,382,577.44
6000 INVERSION PUBLICA	\$ 483,053,423.28
3 FINANCIAMIENTO	\$ 44,394,409.41
3.2 Aplicaciones Financieras	\$ 44,394,409.41
9000 DEUDA PUBLICA	\$ 44,394,409.41
TOTAL	\$ 4,096,701,091.75

Fuente: Presupuesto de Egresos 2016 del H. Ayuntamiento de Puebla.

Para la presente investigación se analizara el presupuesto destinado a comunicación social, mismo que está considerado dentro del capítulo 3000 denominado Servicio Generales, mismo que representa el 21.81% del presupuesto autorizado para 2016 y para poder identificar cuáles son los rubros atendidos por el municipio de Puebla se puede consultar la Ilustración 8 Clasificación Económica del Gasto 2016); respecto a presupuesto específico destinado dentro de la partida 3600 denominada Servicios de Comunicación Social y Publicidad.

Ilustración 8 Clasificación Económica del Gasto 2016



Fuente: Presupuesto de Egresos 2016 del H. Ayuntamiento de Puebla.

De la información obtenida en el presupuesto de Egresos 2016 del H. Ayuntamiento de Puebla, el presupuesto específico para la partida 3600 denominada Comunicación Social y Publicidad, representa el 0.97% del

presupuesto total asignado para dicho ejercicio presupuestal 2016 (ver Tabla 2 Análisis de presupuesto asignado a Comunicación Social 2016).

Tabla 2 Análisis de presupuesto asignado a Comunicación Social 2016

Análisis de presupuesto asignado a Comunicación Social 2016		
Descripción	Importe	Porcentaje
Presupuesto 2016	\$ 4,096,701,901.75	100%
3000 Servicios Generales	\$975,222,228.43	23.81%
3600 Comunicación Social y Publicidad	\$39,637,603.00	0.97%

Fuente: Elaboración propia, Presupuesto de Egresos 2016 del H. Ayuntamiento de Puebla.

Es importante comentar los presupuestos para la partida de Comunicación Social fueron presupuestados 2015 que fue por \$40,044,583.56 pesos originalmente y posteriormente modificado en dos ocasiones estableciendo la cantidad de \$63,331,491.98 de pesos, respecto al ejercicio 2014 el presupuesto asignado fue por un total de \$102,067,628.29 pesos, siendo este último el más alto de los tres ejercicios, sin embargo el presupuesto considerado para la partida 3660 ha incrementado su participación en comparación a dicho ejercicio.

Tabla 3 Comparación del presupuesto asignado a Comunicación Social 2014 - 2016

Comparación del presupuesto asignado a Comunicación Social 2014 - 2016					
Calificación	Total	3600 Comunicación Social y Publicidad 2014	%	3660 Servicio de creación y difusión de contenido exclusivamente a través de Internet	%
Ejercicio 2016	\$ 4,096,701,901.75	\$ 39,637,603.00	0.97%	\$ 11,643,350.00	29.37%
Ejercicio 2015	\$ 4,189,961,234.63	\$ 63,331,491.98	1.51%	\$ 15,291,320.00	24.14%
Ejercicio 2014	\$ 3,789,828,388.57	\$ 102,067,628.29	2.69%	\$ 2,893,920.00	2.84%

Fuente: Elaboración propia, Transparencia del H. Ayuntamiento de Puebla.

Respecto a la información del *Contenido exclusivamente a través de Internet*, se encuentra clasificado dicho presupuesto dentro de la partida 3660 presupuestada por un total de \$ 11,643,350.00 pesos, dicho importe representan el 29.37% respecto a los servicios de Comunicación Social estimados en la partida 3600 Servicios Generales y Publicidad; y respecto al presupuesto total asignado para el ejercicio 2016, representa el 0.28% (ver Tabla 4 Clasificación por objeto del gasto a nivel de capítulo, concepto y partida genérica 2016).

Tabla 4 Clasificación por objeto del gasto a nivel de capítulo, concepto y partida genérica 2016

Clasificación por objeto del gasto a nivel de capítulo, concepto y partida genérica 2016			
Calificación	Importe	Porcentaje en referencia a partida 3600	Porcentaje en referencia al Total del Presupuesto
Presupuesto 2016	\$ 4,096,701,901.75		100%
3600 SERVICIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD	\$ 39,637,603.00	100%	0.96%
361 Difusión por radio, televisión y otros medios de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales	\$ 22,069,428.00	55.68%	0.53%
363 Servicios de creatividad, preproducción y producción de publicidad, excepto Internet	\$ 3,320,000.00	8.38%	0.08%
364 Servicios de revelado de fotografías	\$ 4,825.00	0.01%	0.00%
366 Servicio de creación y difusión de contenido exclusivamente a través de Internet	\$ 11,643,350.00	29.37%	0.28%
369 Otros servicios de información	\$ 2,600,000.00	6.56%	0.06%

Fuente: Elaboración propia, Presupuesto de Egresos 2016 del H. Ayuntamiento de Puebla.

Capítulo 3. Marco teórico y conceptual

3.1 Situación teórica

3.1.1 El gran cambio de las sociedades contemporáneas

Los gobiernos deben encontrar la pasión por informar todo lo que hacen, el ímpetu por transparentar su quehacer y facilitar el acceso a la información gubernamental, hay que considerar que dicha información es basta, pero se puede aprovechar el internet como el medio de comunicación que ofrece la plataforma ideal para que dicha información sea basta y dinámica, que sea un medio de comunicación incluyente que no limite, omita o discrimine el acceso a la información gubernamental, y que además es un medio dinámico por el cual se puede obtener información directa de la sociedad. “Si concebimos la sociedad red global como algo más que redes de telecomunicación, sí utilizamos la lógica interactiva y multimodal de internet, entonces es posible diseñar sistemas de comunicación para la inclusión y la colaboración” (Castells, M. 2007).

A través de los años se observa, que la administración gubernamental y su modelo burocrático es insuficiente para satisfacer las necesidades de la ciudadanía,

“¿Qué es lo que ya cambio en las sociedades contemporáneas, en nuestra civilización, para que el modelo burocrático se haya vuelto tan anacrónico, tan insuficiente?. Pues bien. Están ocurriendo cambios en todas las sociedades, cambios de una escala que se pueden medir en términos de civilización: ausencia de sistemas organizados, desaparición de cualquier tipo de centro, aparición de solidaridades o vínculos aleatorios, evanescentes. Cualquier intento por definir lo que está pasando en el mundo se encuentra con el predominio de la indeterminación, de lo indefinido” (Comunicación gubernamental, 2001: pág., 65).

Por ello es determinante replantear el institucionalismo por el cual están estructurados los gobiernos, y dicho ejercicio debe iniciarse a través de mejoras

continuas para lograr cambios tangibles y positivos, cambios estructurados y planeados que definan estrategias que aporten soluciones a corto, mediano y largo plazo, logros que cumplan los planes de desarrollo en los ciclos y periodos bajo el mando de los gobernantes.

Las sociedades cambian constantemente, se modernizan dentro de sus posibilidades e inclusiones a un ritmo acelerado, la tecnología encabeza la evolución y modernización de sus medios y dispositivos, llevando la delantera, e incluso, comparado con el gobierno, este es arcaico y ausente de modernidad. Pero es momento de estar a la vanguardia de los sucesos que encaminan dichos cambios, las administraciones gubernamentales deben entender que modernizarse no es una opción, es una necesidad del quehacer gubernamental, que dicha modernización debe de tener como objetivo el servicio público, necesitada de instituciones gubernamentales eficientes y moderna con relación las actualizaciones que día con día requiere la sociedad.

3.1.2 Comunicación

Por otra parte, debemos relacionar a la comunicación con el desarrollo, claro es el ejemplo que cuando un hecho, frase, noticia, actividad, evento en los medios masivos es de alto impacto, se convierte en el centro de las pláticas de la gente, en la forma de expresarse de la misma o la plática habitual de la que todos hablan. Es aquí donde se encuentra la oportunidad de hacer llegar a la población: educación, salud, seguridad, servicios, noticias, protección, asesoría, apoyo y denuncia.

“La comunicación definida por muchos autores en forma simple como la acción de emitir un mensaje de un emisor a un receptor.... la comunicación era contestar a esta pregunta: ¿Quién?, ¿dice que?, ¿a través de que canal?, ¿y con qué efecto?” (Baran, S. J., Hidalgo Toledo, 2005: pág. 5).

Dicho desarrollo no es fácil, pero sí un medio que puede explotarse para difundir acciones positivas y propositivas, vale la pena invertir y realizar esfuerzos para comunicar a la sociedad.

3.1.3 La necesidad de cambios en el modelo estatal

Necesitamos adecuar el modelo gubernamental porque día con día surgen nuevos problemas, nuevas ideologías y nuevos procesos, pero es necesario evolucionar, a paso que se desarrollan nuevas enfermedades, necesidades en educación, observar como la tecnología llega a los materiales, y que decir de las tecnologías de la información y la comunicación, en donde podemos observar que dichos cambios no paran, simplemente no se detienen y su avance necesita ser atendidos.

“En consecuencia, surgen problemas nuevos: el problema de la calidad de lo que produce el Estado, que requiere, cada vez más políticas públicas diferenciadas, el problema de la toma de decisiones en un mundo en el que circula mucha información, y el problema de aumentar el poder los ciudadanos frente al Estado” (Comunicación gubernamental, 2001: pág. 66).

Por lo cual se deben desarrollar estrategias que los gobiernos deben implementar, para poder ofrecer sus servicios con calidad, necesitamos desarrollar políticas públicas para tomar decisiones para una ciudadanía que cada vez exige más, que cada vez requiere más y que además, tiene una deseo inmensurable de atención por parte del gobierno, exige ser considerado y tomado en cuenta en frente al estado y el gobierno, tener una comunicación efectiva en donde su opiniones son tomadas en cuenta y sus aportaciones se vean reflejadas en el ejercicio diario gubernamental.

3.1.4 Publicidad oficial

Es muy importante considerar las actividades de las instituciones públicas, ¿Cuál es el cómo y el por qué?, por el cual fueron creadas y como su hacer diario es la

forma adecuada de atender las necesidades de la sociedad, como las funciones que desempeñan son fundamentales para alcanzar las metas y los objetivos del gobierno; mucho se ha dicho de que el tercer orden de gobierno, los municipios, son la mejor forma para estar cerca de la ciudadanía, y los servicios que ofrecen a los ciudadanos, permiten estar en contacto directo a través de la eficacia de dichas actividades y dichos servicios.

“La comunicación es un rasgo fundamental de la actividad de las instituciones públicas necesarias para las administraciones lleven a cabo, de forma adecuada, las funciones que tiene encomendadas en defensa de los intereses generales y que contribuye decisivamente en la toma de consecuencia por parte de la ciudadanía, respecto a la ciencia de las mismas. La publicidad oficial es un elemento más de la comunicación pública que sirve a los poderes públicos para intercambiar y compartir información de utilidad con los ciudadanos” (Villanueva, 2009: pág. 22).

Cada acción debe contribuir para el bienestar y el desarrollo de la sociedad y, a través de la publicidad oficial, encontramos herramientas para hacer llegar y dar a conocer todas las actividades y funciones, que al fin de cuentas fueron planeadas en beneficio de la ciudadanía.

La publicidad oficial, como elemento, debe ser la herramienta que ayude a obtener información de indicadores y resultados, y a su vez identificar las necesidades de la sociedad e inclusive se pueden obtener, aportaciones para mejorar los servicios públicos.

3.1.5 Las políticas de comunicación pública

Las políticas de la comunicación social, deben estar encaminadas y dirigidas a la sociedad de una forma clara y directa. “La comunicación pública decide sobre los contenidos que deben ser producidos, fijados y distribuidos por los poderes públicos, con la finalidad de conseguir que aumente la participación de los ciudadanos” (Villanueva, 2009: pág. 23).

Hoy en día la comunicación social debe ser personalizada, dicho ejercicio se puede conseguir a través de las tecnologías que ofrecen los medios masivos, los contenidos de dicha información debe ser catalogada o segmentada, dependiendo de las zonas de la ciudad, ya que las necesidades generales pueden ser reconocidas dependiendo de: la edad la ciudadanía, la zonas geográficas, niveles socioeconómicos, actividades culturales, actividades profesionales, actividades laborales, entre otras. Cada ciudadano requiere información general y específica, no por ello quiero decir que no se deben atender las cuestiones generales, simplemente la comunicación social debe tener la sensibilidad de personalizar los contenidos para captar la atención de la ciudadanía.

Los ciudadanos que requieren información sobre servicios públicos, necesitan conocer los contenidos en el momento adecuado, y la comunicación social es la encargada de orientar a la ciudadanía, con la finalidad de crear actores de la sociedad, analíticos y que generen una sociedad participativa, que sea capaz de: planear, observar, controlar y revisar la ejecución del gasto público.

Se debe considerar a la participación ciudadana, como el indicador que mida la efectividad y alcance de la comunicación social. En simples palabras suena sencillo, pero la responsabilidad que implica a los actores involucrados en dicho ejercicio es amplia. Sin embargo, se cuenta con una ciudad con los elementos ideales, para componer el inicio de una nueva forma de gobierno a través de la comunicación social en México, innovando y modernizando de los medios masivos que tiene a su alcance.

3.1.6 La importancia de la comunicación social

La comunicación social es muy importante para alcanzar los objetivos que tiene el municipio para mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos, por ello debemos encontrar los signos idóneos para hacer llegar la información a la población lo más clara y eficaz posible, dichos son de gran relevancia y se catalogan como:

“signos **Naturales** los que están en el medio ambiente, como humo que identifica fuego o la lagrima que denota tristeza; signos **Intencionales** se componen de dos elementos; el sensible (*significante*), que está ligado a la parte sensorial tanto del comunicador como del receptor, y el semántico (*significado*), que apela a la inteligencia. Por ejemplo, en la cultura árabe el significado de escupir es bendición, en tanto en occidente es desprecio; y los signos **Convencionales** son los que alguien estableció de manera arbitraria pero ahora son de uso y significado universal, por ejemplo la señal de no fumar” (Baran, S. J., Hidalgo Toledo, 2005: pág. 15).

3.1.7 ¿Hemos derrotado la magia?

Debemos relacionar la magia y las acciones sociales, hoy en día la publicidad de las empresas ha conseguido crear magia a través de los medios de comunicación, y con ello lograr acaparar la atención y consumo de sus mercados meta, la mercadotecnia es una herramienta que se utiliza para entender el mercado y a través de la información que arroja todos los estudios realizados, es donde la magia toma forma; es por ellos que las necesidades son satisfechas o inclusive esta magia es capaz de crear necesidades no consideradas.

“El arte y la magia tienen intereses pragmáticos, está relacionado con alguna acción social de la que se espera algún cambio o algún beneficio” (Del Rey Morató, 2007: pág. 37).

¿Pero el municipio de Puebla puede crear una magia similar?, el reto surge aquí, como hacer que sean valoradas las acciones que se realizan día con día, valorar el esfuerzo de cada uno de los operadores que entregan su tiempo y trabajo a cumplir cada meta del municipio de Puebla, magia en la forma de gobernar, magia por la opinión de la gente pero sobre todo la magia por conectar al municipio de Puebla con los ciudadanos que viven en ella.

“..... a estas alturas de siglo, cuando los medios de comunicación han demostrado ser eficientes constructores de mitos, sabemos que si bien el hombre moderno ya no cree en la magia natural, no ha abandonado la creencia en la magia

social...Esa magia social encuentra en la política – tanto en las dictaduras como en las democracias – el terreno propicio para prosperar” (Del Rey Morató, 2007: pág. 37)

Magia social, una utopía de un encuentro intercultural que acerca al gobierno y a la sociedad con apoyo de la modernidad de los medios de comunicación a través del internet, una oportunidad que debe ser aprovechada para prosperar y llegar a la gente.

3.1.8 Los medios masivos están donde usted se encuentre

Los medios de comunicación saturan a tal grado nuestra vida cotidiana que por lo regular no nos percatamos de su presencia, ya no digamos de su influencia. Los medios nos informan, entretienen, encantan, o fastidian. “Durante el día, la persona promedio pasa más tiempo en contacto con los medio de comunicación masivos, que sin ellos” (Biagi, 2009: pág. 4 - 5), por lo cual son capaces de modificar nuestras emociones, desafían nuestras ideas, insultan nuestra inteligencia. Los medios de comunicación tienen tan identificados sus mercados que influyen sobre las decisiones de sus espectadores, ¿y esto que tiene que ver con el municipio de Puebla?, la respuesta es todo. Se requiere de una estrategia de comunicar a la sociedad a través de la modernización de la comunicación social, los alcances pueden ser de gran impacto y atraer a la sociedad por medio de la página principal del municipio de Puebla con estrategias de vinculación gobierno - sociedad, ofreciendo atención personalizada, que ayude en este medio, a ofrecer soluciones integrales que permitan captar a atención de los habitantes y de todo personal que requiera información que le permita solventar los cuestionamientos al respecto de trámites o servicios.

Sin embargo, los medio de comunicación masiva son una gran oportunidad y al mismo tiempo una inmensa responsabilidad por su grado de alcance e impacto.

“Los medios de comunicación masiva, han sido modificados en los últimos 15 años gracias al internet, hoy en día la mayor parte de la gente considera que es muy importante tener una herramienta que permita estar en constante contacto con: el

correo electrónico, el internet, las redes sociales, entre otros” (Baran, S. J., Hidalgo Toledo, 2005: pág. 4).

Por lo cual se debe contar con un equipo especializado en comunicación digital, que se dedique exclusivamente al desarrollo de la información que estos medios ofrecerán a los receptores; en términos específicos hablamos de una gigantesca mezcla cultural.

3.1.9 “Marketing de gobierno”

En todo tipo de entidades, los elementos organizacionales, como son: la misión, la visión, los objetivos y las metas, son los ejes centrales para alcanzar las metas establecidas para los gobiernos en turno.

“... los gobiernos se han visto obligados no sólo a preocuparse de las políticas - por las que se hace desde el gobierno - sino también por convencer a la sociedad de lo que hacen... para convencer a la sociedad de que acepte las políticas en curso” (Comunicación gubernamental, 2001: pág. 71).

Dichos elementos darán guía, para establecer los mecanismos y así alcanzar el desarrollo de los objetivos planeados, sin embargo, es un trabajo que no se puede realizar únicamente desde el punto gubernamental, es necesario que la sociedad se involucre y conozca el camino para llegar a la mismo fin, por lo cual, es necesario dar a conocer cuáles son los mecanismos que serán utilizados para trabajar de forma conjunta para que las decisiones sean instauradas.

3.1.10 El lazo social

El internet es el medio de comunicación ideal para construir un lazo social sano entre la sociedad y el municipio de Puebla, asimismo este medio cuenta con información interactiva como lo son: sonido, música, videos, imágenes, gráficos, presentaciones, entre otros, que reciben la información de forma atractiva y simple, evitando con ello complicar el entendimiento del mensaje.

“Pero lo cierto es que la comunicación está en el centro de la sociedad, y que el lazo social depende del tipo de comunicación que protagonizan los actores, sean políticos, empresarios, sindicatos, partidos, gobiernos autónomos, parlamentos, ministerios, grupos sociales y líderes de opinión” (Del Rey Morató, 2007: pág. 64).

El lazo social, debe ser una de las metas a alcanzar consideradas en el Plan Municipal de Desarrollo, y encaminar sus acciones para lograr incrementar el porcentaje de la ciudadanía que está al tanto de las acciones realizadas por el gobierno, por lo que dicha entidad, se debe considerar alcanzar el mayor número de pobladores a los que la información sea entregada para su interacción y retroalimentación.

3.1.11 Publicidad oficial como servicio público

La publicidad oficial, es el instrumento para certificar el ejercicio de las instituciones públicas, mediante el cual puede demostrar y justificar su objeto y que necesidades de la sociedad atiende, mediante dicho ejercicio se debe exponer y mostrar a las instituciones desde su interior, apartando la imagen de relacionar al gobierno con los partidos políticos, haciendo uso de la comunicación social para propagandas políticas de algún funcionario con intenciones de ocupar un cargo público de elección popular.

“Se podrá afirmar que el gobierno en general debe estimar que la publicidad es el auténtico instrumento de legitimación de lo público y de las instituciones públicas, con diversas finalidades, entre las que destacan: la mejora legítima no propagandística de la imagen de la institución, la transparencia y rendición de cuentas, el fomento de la participación ciudadana y el aumento de la eficiencia de los servicios administrativos” (Villanueva, 2009: pág. 81).

El uso de la transparencia y la rendición de cuentas debe ser considerada como forzosa dentro de la agenda política, a través de este ejercicio obligatorio, podemos despertar en los ciudadanos la necesidad de involucrarse en el ejercicio público y ser copartícipe de la toma de decisiones.

3.1.12 Internet

Hoy en día el internet es un medio de comunicación que capta la atención de la mayor parte de la base trabajadora activa, es un medio que tiene captiva a la mayor parte de la juventud a través de los dispositivos móviles, se deben de crear campañas que hagan llegar a toda esta población la información que el municipio de Puebla, quiere hacer llegar a la misma, debemos hacer captiva esta aglomeración de atención y usarla a favor del objetivo original que tiene la comunicación social, tal y como no lo explican a continuación: “Internet se ha convertido en un medio masivo nuevo y al mismo tiempo en un sistema de distribución indispensable para los tradicionales medios impresos, de audio y de video” (Biagi, 2009: pág. 11).

Es importante comentar que hoy en día existen 711 lugares públicos que cuentan con acceso a red inalámbrica, que distribuye la señal de internet de forma gratuita, además de otros lugares públicos que brindan la misma facilidad, como escuelas, oficinas públicas, hospitales, entre otros, que ofrecen el acceso al internet, ofreciendo la posibilidad de consultar la página del municipio de Puebla, para consultar información de la misma o realizar un trámite.

Hemos visualizado claramente como el internet se ha convertido en el medio que ha logrado que las empresas se modernicen para hacer llegar sus productos o servicios, tal es el caso de blockbuster que de ser una empresa con un valor de millones de dólares, y por no modernizarse ha sido desbancada en el mercado del derecho de video renta y ha sido adquirida para ver sus últimos meses de operación; esto no quiere decir que el municipio de Puebla perdería su lugar, simplemente quiero enfocarme en comentar que se puede innovar y modernizar el servicio público si nos adaptamos a las modernidades que la tecnología y el internet específicamente nos ofrece.

Para completar la forma en como el internet se ha convertido en una red de redes, es importante hablar del correo electrónico, que sirve para enviar mensajes, información, imágenes, fotografías, adjunto en un archivo o carpeta, que tiene la

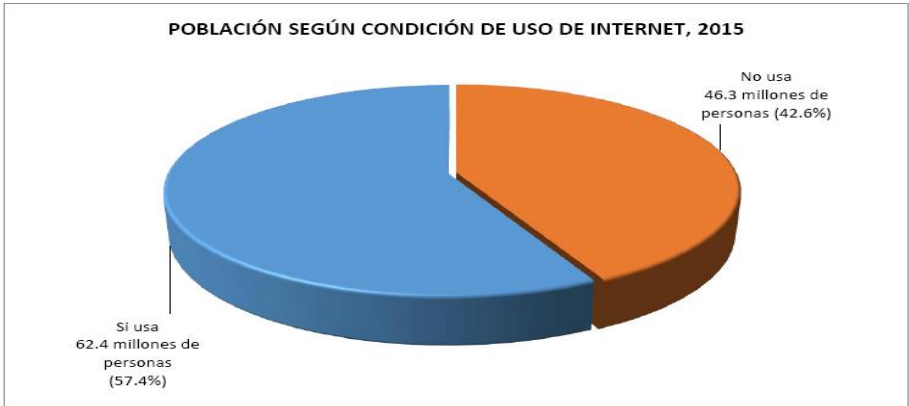
finalidad de hacer llegar de forma inmediata dicha información en un segundo a cualquier lado del planeta, este correo electrónico es considerado privado y personal, para su registro se deben colocar datos personales que le dan personalidad al perfil del mismo y una vez creado es responsabilidad del creador ya que cuenta con la contraseña para hacer uso del mismo.

Actualmente en México, las contribuciones fiscales y los comprobantes de pago mejor conocidos como facturas, son enviados a través de este medio y cuentan con códigos de seguridad que comprueban la autenticidad del mismo; es por ello que el correo electrónico debe considerarse como un medio masivo serio y responsable que permite comunicar y emitir mensajes a sus destinatarios de forma precisa, además que por su uso puede verificar la hora y fecha de envío y en cuestiones administrativas, legales y personales tienen mucha importancia en los tiempos de entrega.

Es importante mencionar los datos publicados por el INEGI el 13 de mayo de 2016 denominados “Estadísticas a propósito de día mundial de internet (17 de mayo)”, arrojando los siguientes datos:

Al segundo trimestre de 2015, 62.4 millones de personas usan internet en México, de los cuales representan el 57.4% de la población en personas de 6 años de edad y más (ver Ilustración 9 Población según condición de uso de Internet, 2015).

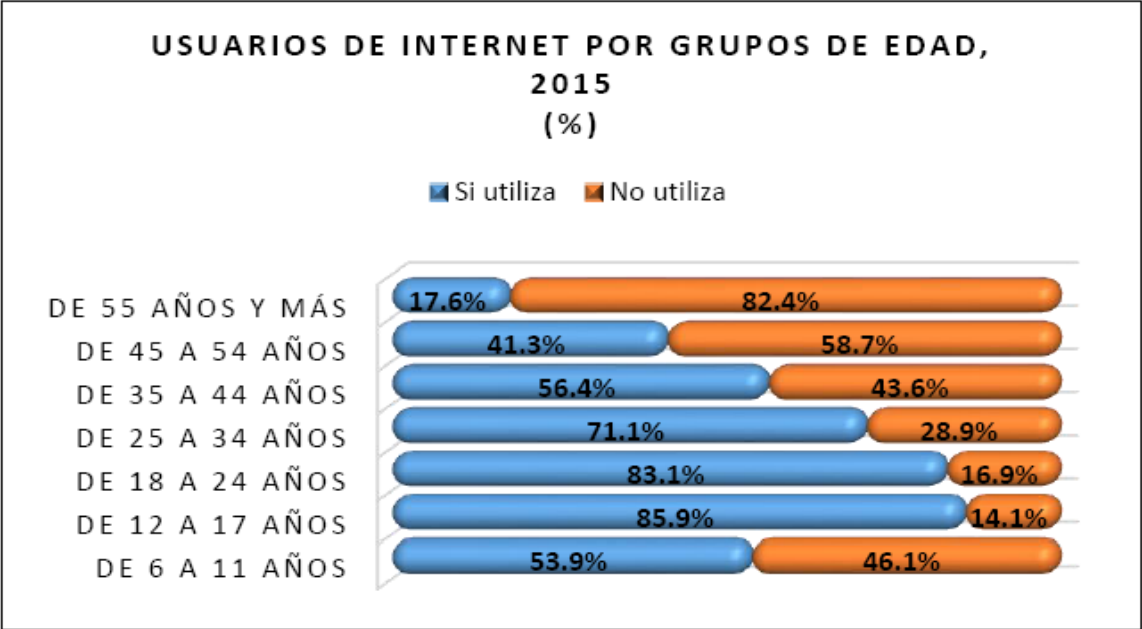
Ilustración 9 Población según condición de uso de Internet, 2015



Fuente: INEGI, ENDUTIH 2015.

Como se puede observar en la Ilustración 10 Usuarios de internet por grupos de edad 2015, es importante comentar que el acceso a internet es preponderante en la población joven del país, y es conveniente considerar que en los niños y jóvenes, con edad cumplida de 12 a 17 años de edad, el uso de internet es del 85.9%; y en sus homólogos de 06 a 11 años el uso de la red es del 53.9%.

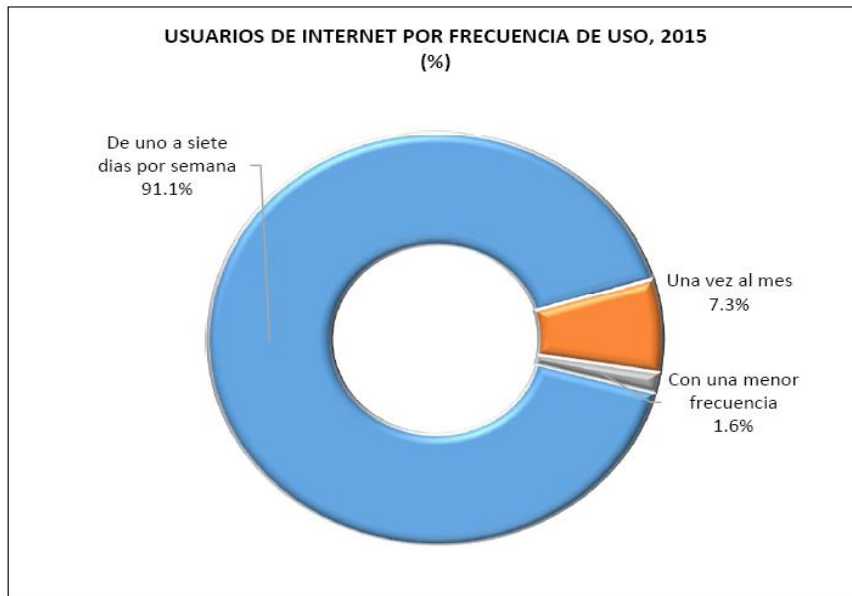
Ilustración 10 Usuarios de internet por grupos de edad 2015



Fuente: INEGI, ENDUTIH 2015.

Como se puede observar en la Ilustración 11 Usuarios de internet por frecuencia de uso 2015, la frecuencia de acceso de los usuarios de internet, se ha convertido en un ejercicio cotidiano, alcanzando el 91.1%, las personas que utilizan el internet por lo menos una vez a la semana, dichas consultas aumentan cada momento, ya que las personas empiezan a familiarizarse cada vez más y realizan todo tipo de actividades.

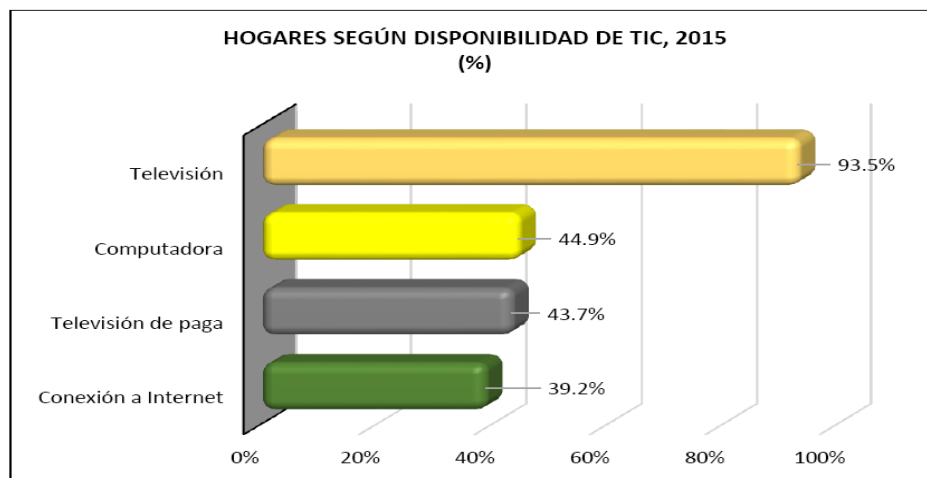
Ilustración 11 Usuarios de internet por frecuencia de uso 2015



Fuente: INEGI, ENDUTIH 2015.

La Ilustración 12 Hogares según disponibilidad de TIC 2015, informa el equipamiento de tecnologías de información en los hogares, destacando viviendas que cuentan con internet y televisión de paga, siendo el 45% los que cuentan con computadoras; asimismo la conexión a internet por cualquier medio se encuentra en dos de cada cinco hogares.

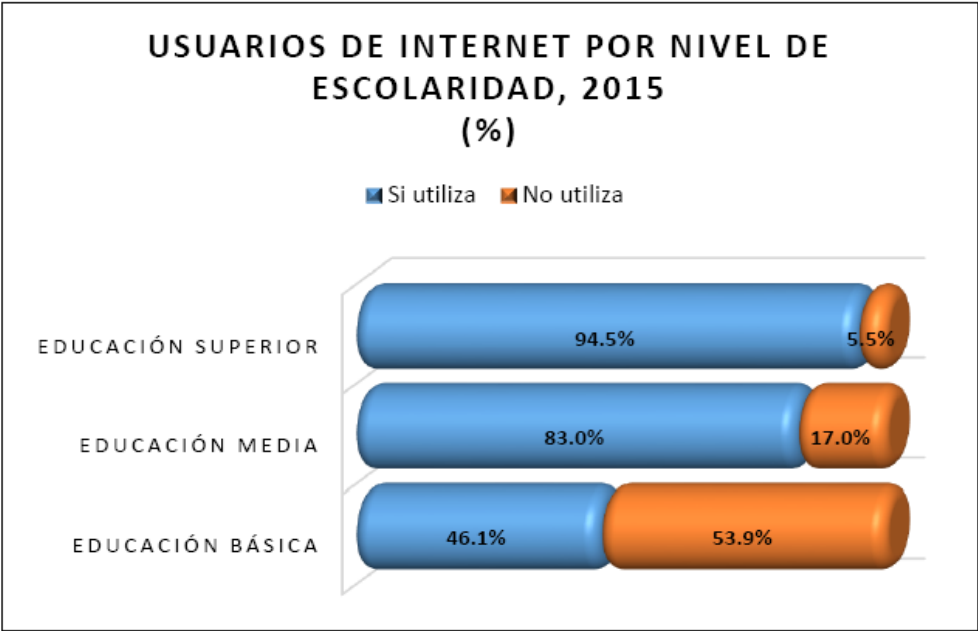
Ilustración 12 Hogares según disponibilidad de TIC 2015



Fuente: INEGI, ENDUTIH 2015.

Una característica importante de comentar, es que uso del internet se encuentra asociado de forma notable con el nivel de estudios de los usuarios, tal y como se visualiza en la Ilustración 13 Usuarios de internet por nivel de escolaridad 2015.

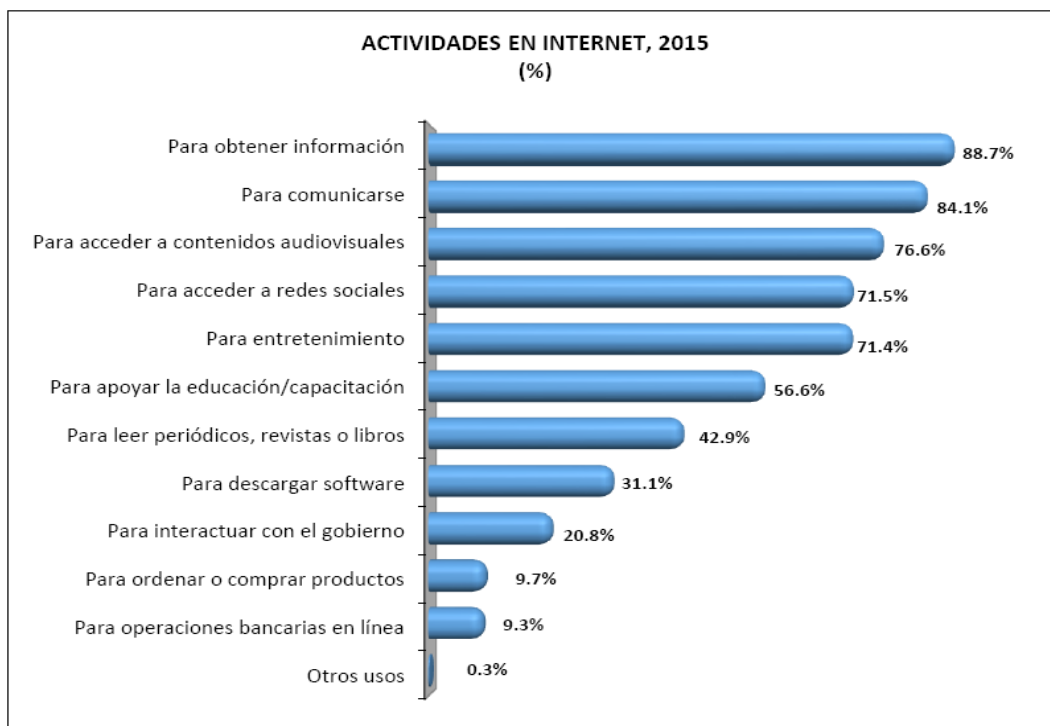
Ilustración 13 Usuarios de internet por nivel de escolaridad 2015



Nota: excluye a la población sin escolaridad o que omitió indicar su nivel de escolaridad.
Fuente: INEGI, ENDUTIH 2015.

Como se observa en la Ilustración 14 Actividades de internet 2015 (%), las tareas más importantes que se realizaron y fueron reportadas en 2015 por los usuarios del internet, destacan las dos primeras, siendo estas relacionadas con la búsqueda de información 88.7% y como medio de comunicación 84.1%, asimismo coloca en el noveno lugar la actividad relacionada con la interacción con el gobierno 20.8%.

Ilustración 14 Actividades de internet 2015 (%)

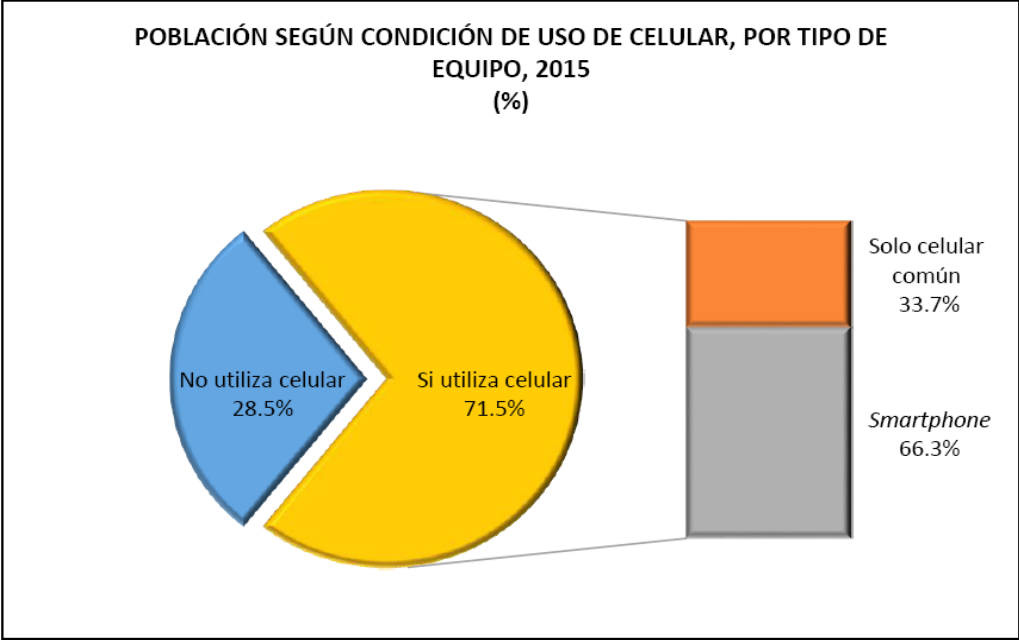


Nota: Las categorías no son excluyentes, por lo que la suma de las proporciones es superior al 100 por ciento.

Fuente: INEGI, ENDUTIH 2015.

Definitivamente el uso de telefonía celular o móvil, se ha convertido en la herramienta que acerca a los usuarios a internet, ya que la tecnología ha convertido estos utensilios, equipos para consulta, entretenimiento, acceso a redes sociales, trabajo, operaciones gubernamentales y bancarias, realizando estos desde el lugar donde se encuentre ubicado, siempre y cuando cuente con datos celulares o conexión fija inalámbrica, estos dispositivos puede enviar información de forma rápida y oportuna, por lo cual, es considerado el utensilio de mayor penetración sumando un total de 77.7 millones de personas usuarias del internet a través de estos dispositivos (INEGI, ENDUTIH 2015.), como se puede observar en la Ilustración 15 Población según condición de uso de celular, por tipo de equipo 2015 (%).

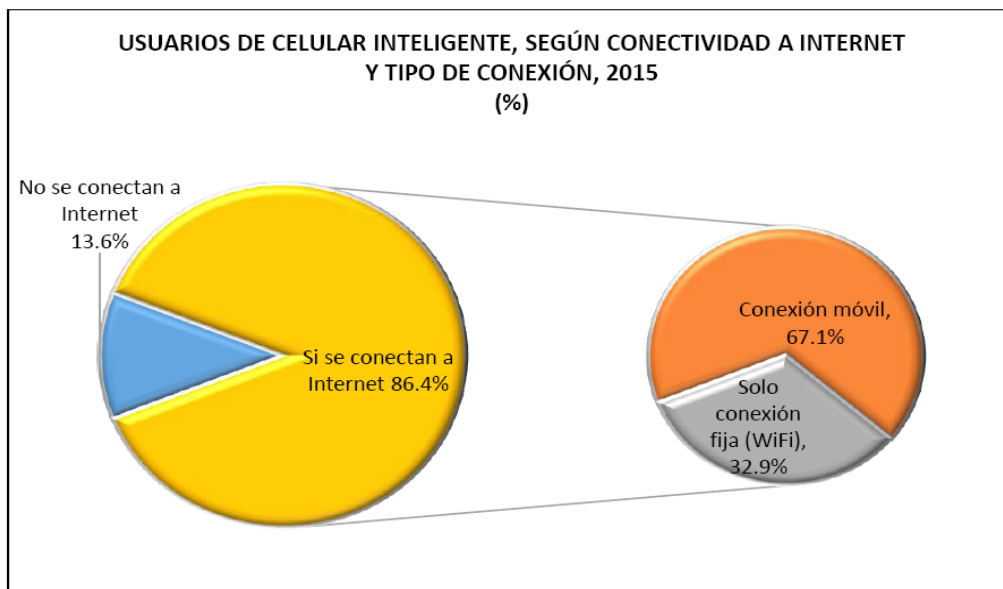
Ilustración 15 Población según condición de uso de celular, por tipo de equipo 2015 (%)



Fuente: INEGI, ENDUTIH 2015.

Los usuarios cuentan con un equipo celular denominado “inteligente” (smarthphone), dichos aparatos, son idóneos para establecer conexiones a internet, sin embargo, el 13.6% de las personas que cuentan con dichos dispositivos no hacen uso de la red, y el otro 86.4% cuenta con conexión a internet de alguna forma, ya sean datos celulares o conexión fija inalámbrica, siendo esta última la única forma por la cual pueden conectarse a internet representando el 32.9% del total de usuarios que cuentan con equipos para poder ingresar a la red (INEGI, ENDUTIH 2015.), tal como se observa en la Ilustración 16 Usuarios de celulares inteligentes, según conectividad a internet y tipo de conexión, 2015 (%).

Ilustración 16 Usuarios de celulares inteligentes, según conectividad a internet y tipo de conexión, 2015 (%)



Fuente: INEGI, ENDUTIH 2015.

3.1.13 Internet, una tecnología destinada a cambiar nuestras vidas

Como muchos otros autores o incluso la generación que ha visto los cambios que representan el uso del internet en la actualidad, comentan que dichos cambios se visualizan en las actividades profesionales y vida diaria, dichos cambios son tangibles en las acciones; para el fin de esta investigación, son los cambios y el impacto en la comunicación, qué puede ser tan representativo como para considerar la modernización de la comunicación social en el uso de internet, realmente podemos enumerar las ventajas que ha traído consigo el uso del internet en la vida diaria.

“La aparición de internet supone un cambio cualitativo notable en las formas de comunicación, al menos potencialmente, por lo que se supone ese soporte tecnológico multimedia, que está actuando sobre los flujos económicos, sobre el uso del tiempo de ocio de los ciudadanos, sobre la manera de relacionarse con el mundo, de adquirir información y hasta ligar” (Del Rey Morató, 2007: pág. 203).

En internet se puede encontrar todo, pero se comentará lo más relevante:

- Correo electrónico. Es un medio formal y privado en el que la información puede consultarse en forma instantánea mientras el emisor y el receptor esté conectados a una computadora o dispositivo móvil con las características de consultar el mismo; dicho envío de información cuenta con la fecha y hora exacta del envío de la misma, además que esta cuenta con los nombres de los titulares que son los que requieren de este medio para subsanar la necesidad del enviar o recibir dicho mensaje; se pueden adjuntar carpetas, archivos de texto, archivos de concentración de datos, archivos de audio, video, gráficos, entre otros.
- Buscadores. En los buscadores se puede encontrar respuesta a todo lo que deseemos consultar o buscar, desde direcciones, personas, tareas, asesores para la realización de actividades, entre otros.
- Supervisión. El internet nos ha permitido estar en varios lugares a la vez, apoyado de sistemas de supervisión, equipos de video y monitoreo, toda vez que estos se encuentren debidamente conectados a la red, se han convertido en un sistema de apoyo para supervisores de negocios, verificar la alarma de una casa, comúnmente en bancos y en los centros de monitoreo gubernamental o seguridad pública, quienes colocan de forma estratégica por las ciudades y edificios públicos, las dependencias de seguridad pública se apoyan de estas herramientas para vigilar el tránsito y en algunos casos para orientar a los agentes en alguna persecución de algún sospechoso.
- Páginas de especialidades. Tomando como referencia los datos el diario el comercio Mundo de Lima, Perú; publicó el 17 de septiembre de 2014, que existían en los 25 años de internet 1,060 millones de sitios en la red, por lo que dentro de este universo, podemos encontrar paginas especializadas, buscadores, sitios de empresas, gubernamentales, supermercados, compra y venta de productos, entre un sinfín de páginas más.

3.1.14 Internet, campañas electorales y virtualidad real

“En ese mundo emergente, la televisión tradicional tiene los días contados. La pugna despiadada por las audiencias anuncia el fin del modelo de televisión, y el comienzo de un universo mediático en el que la informática, la comunicación audiovisual, el texto y las telecomunicaciones se convierten en una sola realidad” (Del Rey Morató, 2007: pág. 17)

Si hablamos de virtualidad Real, debemos aceptar que la comunicación está evolucionando, y que los medios de comunicación masivos que conocemos irán perdiendo su audiencia y atención, derivado del alcance y la disponibilidad del internet, el cual incrementa segundo a segundo y la necesidad de las personas por estar conectadas a la misma es mayor, la población en general desea obtener información de distintas fuentes, y ello implica tener la oportunidad de analizar distintos puntos de vista, esto es la realidad al contar con un medio de comunicación completamente interactivo, que cuenta con diferentes herramientas como: texto, dibujos, videos, audios, entre otros, para recibir distintos mensajes y todo al mismo tiempo.

3.1.15 La tecnología cambia la distribución y el consumo de la comunicación masiva

Es primordial realizar acciones para adaptar la administración pública a los avances tecnológicos que actualmente ofrece la comunicación social, aprovechar toda la captación de información por parte de la ciudadanía, ya que ello se convierte en un banco de información que bien puede soportar y almacenar dichas herramientas, saber qué edad tiene lo usuarios, que servicios públicos requiere el mismo, y que necesidades exige al municipio sean atendidos, la modernización es la meta que se debe establecer para alcanzar la mayor audiencia: “La historia de la tecnología de la comunicación masiva registra tres revoluciones de la información: escritura fonética, imprenta, y tecnología de cómputo” (Biagi, 2009: pág. 16)”.

Las tecnologías computacionales, hacen llegar información de forma veraz y oportuna y en caso de así requerirlo, puede saber si, es útil o aceptada para los usuarios.

La página del municipio de Puebla, puede acaparar la atención de todo tipo de usuarios, por ejemplo, trámites administrativos, como pago predial, limpia, uso de suelo, empadronamiento, bomberos, protección civil, simulacros, padrón de proveedores, control animal, mercados y multas. Cabe mencionar que dicha moción ya se encuentra establecida en la Ley.

Artículo 105 Fracción VI.- Los Ayuntamientos deberán observar en todo momento las disposiciones relativas al Gobierno Digital, establecidas en las leyes de la materia, para la formulación de las políticas públicas relativas al uso de medios electrónicos para llevar a cabo los trámites y prestar los servicios de su competencia” (Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos. México : Diario Oficial de la Federación, 2016: publicación 29 de enero de 2016.).

Aunque cada medio tiene su propia estructura económica e histórica, actualmente todas las industrias de medios compiten por la atención de los consumidores. La tecnología satelital y electrónica está transformando el negocio de los medios de lo que podemos prever, permitiendo la transmisión rápida de más información para más personas que nunca antes.

Pero como definir el impacto de los medios de comunicación podemos definir lo siguiente, idoneidad de la comunicación social (Baran, S. J., Hidalgo Toledo, 2005: pág. 13), y nos demuestra que esta depende de: la *capacidad*, la *extensión*, y la *potencia* del mensaje; y propuso una formula ideográfica – intuitiva: $I = f [C, E, P]$, donde: I = Idoneidad, f = función, C = capacidad de contenidos de conciencia, E = extensión de receptores (es decir, la cantidad de receptores que puedan decodificar estos signos por si mismos), y P = potencia (es decir, la cantidad y la calidad del efecto que tienen los signos en el receptor y su participación relativa).

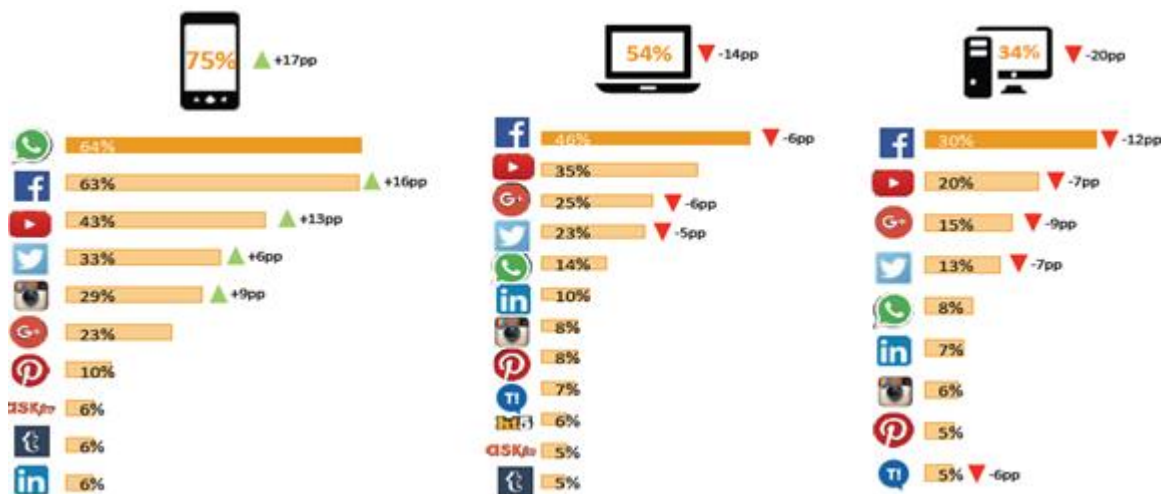
3.1.16 Internet combina comercio, información y entretenimiento

“Como medio masivo, lo que hace la diferencia a la red de los medios tradicionales es su capacidad para combinar el comercio con acceso a la información y el entretenimiento. Las personas no solo pueden comprar productos en la red, sino que pueden aprender nuevas habilidades y divertirse por sí mismas” (Biagi, 2009: pág. 207).

Debemos considerar que para poder captar la atención de la gente, se debe iniciar con una campaña publicitaria que dé a conocer la página principal del municipio de Puebla, y para ello podemos hacer uso de la mercadotecnia digital a través de las páginas con mayor colocación como los periódicos digitales, redes sociales, buscadores, entre otros.

El comportamiento de las redes sociales es determinante y el acceso a las mismas varían dependiendo del dispositivo de donde se ingrese tal como se observa en la Ilustración 17 Dispositivos de Conexión por redes sociales, estos pueden ser computadoras de escritorio, laptops o Smartphones. Dichas redes son además de medios de conexión y entretenimiento, medios de comunicación que se convierten en anclas para poder difundir paginas o productos que desean ser consultados por parte de empresas, gobiernos, escuelas, servicios, entre otros.

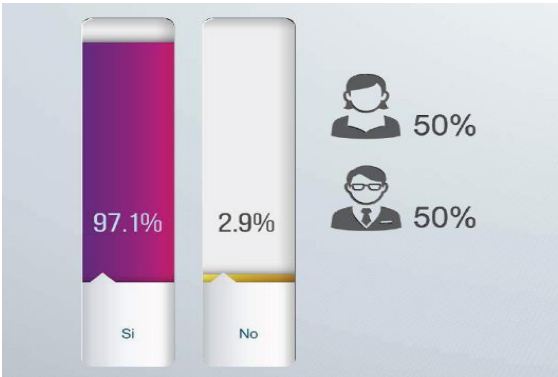
Ilustración 17 Dispositivos de Conexión por redes sociales



Fuente: AMIPCI 2016, 12° Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet 2016

La publicidad a través de estos medios nos ayudan a instalarnos o colocar nuestras marcas o servicio en la mente de la gente, por lo cual las redes sociales son el medio para facilitar el posicionamiento de un vínculo o página de internet en caso de estar desarrollada y lista para ofrecer servicios en línea, tal como se puede ver en la Ilustración 18 Resultados: ¿Has visto publicidad en las redes sociales?

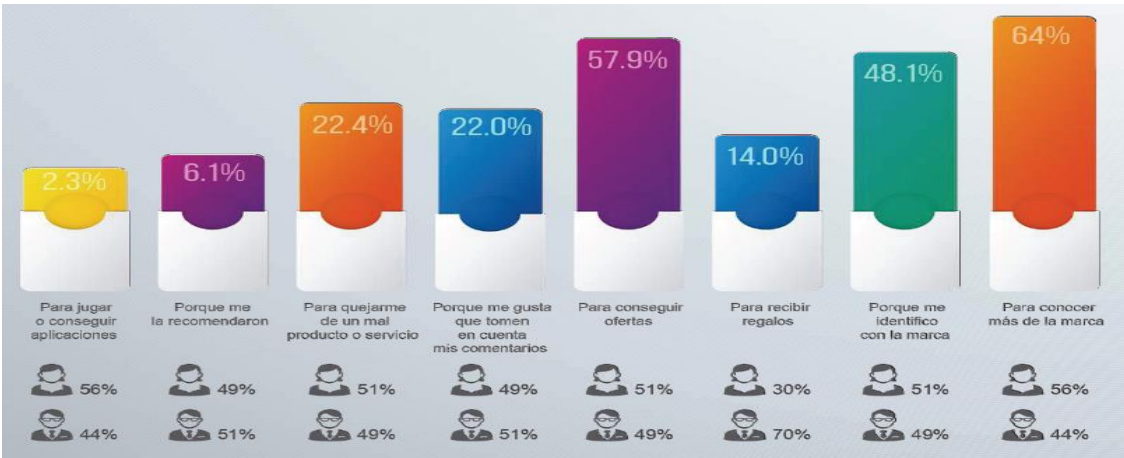
Ilustración 18 Resultados: ¿Has visto publicidad en las redes sociales?



Fuente: AMIPCI 2014, Estudio de marketing digital y social media 2014.

Como se puede observar en la Ilustración 19 Resultados: ¿Por qué sigues marcas en las redes sociales?, estas tienen la dinámica de publicidad muy definida y los vínculos para involucrarse con dicha comunicación.

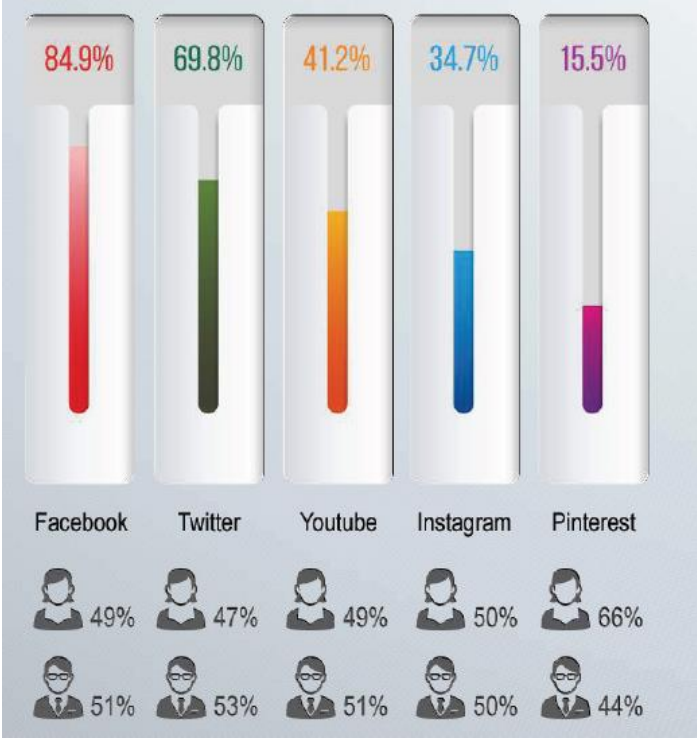
Ilustración 19 Resultados: ¿Por qué sigues marcas en las redes sociales?



Fuente: AMIPCI 2014, Estudio de marketing digital y social media 2014.

Pero debemos saber que redes sociales ideales para llegar a nuestra audiencia, que estrategias debemos realizar para alcanzar nuestros objetivos y como es que lo podemos hacer. Por ello debemos conocer cuáles son las redes sociales con mayor nivel de internautas (ver Ilustración 20 Resultados: ¿Cuáles son las redes sociales favoritas?).

Ilustración 20 Resultados: ¿Cuáles son las redes sociales favoritas?



Fuente: AMIPCI 2014, Estudio de marketing digital y social media 2014.

Una industria que ha sido completamente modificada y ha tenido que adaptarse a la modernización, es la industria discográfica, misma que ha tenido que buscar las estrategias para que los derechos de autor sigan siendo respetados y el negocio que conlleva la producción de música, siga siendo del interés redituable y del interés del consumidor o receptor. Sin embargo existen muchos retos que alcanzar.

3.1.17 El poder del internet ante los acontecimientos abiertos

“Se trata de actuar en tiempo real sobre los sucesos que están abiertos, a la espera de un desenlace, y en los que nuevas formas de comunicaciones y de movilización podrían influir, con enunciados alternativos, que inevitablemente, incidirán sobre esos acontecimientos abiertos, precipitándose su cierre” (Del Rey Morató, 2007: pág. 211).

La comunicación social debe utilizarse y planearse en beneficio de la sociedad, para informar acontecimientos en tiempo real, como sucesos naturales que pueden afectar la protección civil, es importante considerar todos los factores que pueden involucrar a la sociedad el aviso oportuno, puede ser el factor para prevenir una catástrofe, siempre y cuando dicho mensaje sea enviado en tiempo y sea el apoyo para orientar sobre algún suceso que ponga en peligro la integridad y la vida de un habitante o número determinado de personas, considerar la concentración de las mayorías como por ejemplo en hospitales, escuelas, auditorios, centros comerciales, entre otros, donde se concentra un considerado grupo de personas, las tecnologías de la información deben ser utilizada en beneficio de la sociedad.

3.1.18 Los hechos como recursos retóricos

“Los hechos se sustraen, en principio, a la argumentación, porque no es necesario aumentar ni generalizar la intensidad de la adhesión. Dicha adhesión no necesita justificación: el hecho se encarga de conseguirla, sin el auxilio de los recursos retóricos” (Del Rey Morató, 2007: pág. 257).

Los gobernantes deben comprender que para informar a la ciudadanía respecto al desempeño a cargo de un gobierno, únicamente se necesita contar con un sin fin de hechos y acciones que sean palpables y que a través de su bien ejercido recurso, la gente cuente con fundamentos para poder analizar y debatir el gusto o disgusto de dichas decisiones administrativas.

La ciudadanía en general cuenta con un nivel alto de desconfianza hacia lo que se realiza en los gobiernos; ¿Pero se podrá conquistar la atención de la ciudadanía a través de internet?, en realidad es una respuesta muy difícil de contestar, ya que de ella dependen un proceso que lleve tiempo y esfuerzos encaminados a comunicar de forma efectiva, eficiente y transparente, que nos de fichas técnicas que nos adentren y nos atraiga la atención y los pocos segundos o microsegundos que se necesitan para obtenerla. Aquí es donde la retórica debe ser eliminada, el momento en donde los informes y noticias deben ser precisos y exactos, donde la comunicación social se convierta en el medio sincero que nos haga partícipes de ser ciudadanos involucrados en la transparencia y rendición de cuentas, ciudadanos interesados en un presupuesto participativo, ciudadanos involucrados en la asociación pueblo – gobierno, ciudadanos activos y no reactivos, ciudadanos participativos y propositivos, libres de opinión y consulta.

Debemos ser una ciudadanía justa, ya que un gobierno se encabeza por un líder que es quien ejecutara las acciones establecidas de forma general a lo particular desde cada dependencia, pero debemos reconocer el esfuerzo de los cientos de trabajadores operativos que dan su esfuerzo para realizar dichas acciones, todo aquel recurso humano: secretarias, analistas, operadores, jardines, policías, comercio, mercados, cajeros, atención al público, entre muchos otros, que ofrecen horas y horas de trabajo para lograr las metas establecidas, que ofrecen su desempeño y experiencia para sacar adelante la administración municipal día tras día, y año tras año, debemos empezar a reconocer a todos los servidores públicos que sin ser personajes públicos ofrecen lo mejor de sí, con profesionalismo y esmero.

3.1.19 El modelo Barcelona en comunicación

La verdadera esencia de la comunicación social, y medio por el cual, los ciudadanos, pueden identificarse con la ciudad, siempre y cuando, las tareas gubernamentales se encuentren orientadas hacia y para la ciudadanía.

“... trabajamos para la ciudad que soñamos. Que presentamos desde la comunicación. Que logramos desde la implicación y que construimos con los servicios públicos... La comunicación no es un adjetivo en las organizaciones municipales que los ciudadanos valoran y aman: es su manera de ser y estar. Porque son, siempre, casa abierta. Relacional. Comunicada” (Puig, 2003: pág. 17).

Todos soñamos con mejorar nuestro entorno, con mejorar nuestro hogar, nuestras ciudades, quien puede negar, sentir orgullo por ser parte de una ciudad: ordenada, limpia, con servicios públicos de calidad, con actividades culturales y deportivas que ofrezca entretenimiento, con espacio públicos ideales para el esparcimiento, una ciudad preocupada por ofrecer una buena calidad de vida. Pero para conocer todas las necesidades de la sociedad, se necesita estar en contacto con ella, se requiere tener un canal de comunicación directo que ofrezca credibilidad e información en beneficio de alcanzar las metas de calidad en el servicio público.

3.1.20 Emoción, relevancia, frecuencia y valor público

“Estas organizaciones apuestan por el compromiso, la autenticidad y una relación ágil en cualquier comunicación. Intentan que la comunicación responda a necesidades. O las crean. Y lo hacen muy personalmente: saben a quién se dirigen. En este tipo de comunicación, últimamente, hay una actitud que las sobrevuela: la emoción..... Los ciudadanos, desde esta comunicación sensible, se sienten queridos, informados, mimados, implicados. Se sienten parte de la organización: de la marca. Se sienten parte activa, emergente, de la ciudad: públicos” (Puig, 2003: pág. 18).

Para ser parte de una idea, un concepto, una marca; es importante desarrollar un proyecto claro y preciso, un proyecto de calidad, que oriente el ¿Por qué?, ¿Cuándo?, ¿Cómo?, y a ¿Dónde queremos llegar?, desarrollar el mismo con indicadores que demuestren su cumplimiento, proyectarlo a mediano y largo plazo, es importante involucrar a la ciudad para convertirla en una aliado y auditor que vigile el cumplimiento de la misma, y que al mismo tiempo sea el integrante que impulse el logro de dicho proyecto.

Se cuenta en el municipio de Puebla, con agentes de cambio con la energía y fuerza para impulsar el desarrollo de la ciudad, y según proyecciones de INEGI (véase creciente el grupo de 0 – 14 años hasta el año 2025, sin embargo, se estima que inclusive dicho segmento sea menor para 2030, en comparación a lo registrado en 2010 véase Ilustración 5 Proyección de población por grupo de edad 2010-2030 (Plan Municipal de Desarrollo, 2014).

Ilustración 5 Proyección de población por grupo de edad 2010-2030) se cuenta con un recurso humano importante en futuras generaciones, quienes serán los actores capaces de participar en los proyectos ciudadanos, siempre y cuando se inicie a involucrarlos desde temprana edad.

3.1.21 Transparencia

La transparencia debe convertirse en una aliada de los gobiernos y sus instituciones, para demostrar desde el interior del gobierno y las instituciones, qué es posible ofrecer información pública y qué dicho ejercicio, es el medio para garantizar que las decisiones de los gobernantes y servidores públicos, son apegadas y convertidas en servicios públicos de calidad y atienden las necesidades de la sociedad.

“La transparencia es una garantía normativa, institucional y no jurisdiccional para hacer efectivo el derecho de acceso a la información pública. En tanto la transparencia es una garantía, no un derecho sustantivo, hace las veces de una herramienta o instrumento legal para alcanzar los propósitos que justifican la existencia del derecho acceso información pública. Asimismo, conviene puntualizar que si bien es cierto que la transparencia es una garantía para el cumplimiento del derecho de su información pública” (Villanueva, 2009: pág. 32).

Las instituciones deben usar la transparencia para comunicar su razón de ser y el impulso para mostrar a los ciudadanos, el beneficio que multiplica, que sectores comprende y que necesidades atiende, debe mostrar los programas operativos que incluyen su haber, todo apegado a la normatividad y en el marco de derecho aplicable.

3.1.22 La rendición de cuentas

Para poder definir e identificar ¿Qué es la Rendición de Cuentas?, de acuerdo con Hickok “La capacidad de asegurar que los funcionarios públicos respondan por sus acciones” (Hickok, 1997: pág. 9) citado por Schedler en la publicación ¿Qué es la Rendición de Cuentas?, publicada por el Instituto Nacional de Transparencia Acceso a la información y protección de Datos Personales (Schedler, 2006: pág. 12).

De igual forma para un caso más específico en México podemos referencias lo comentado por José Sosa en su compilación “*Transparencia y Rendición de Cuentas*”, que nos muestra de una forma concreta, los elementos que se deben integrar para que el ejercicio de la Rendición de Cuentas contenga fuerza y bases, con ello se lleve a cabo la misma, dichos conceptos son: información, justificación, responsabilidad y sanciones.

“rendir cuentas implica la obligación de responder a preguntas incómodas: y al revés, exigir cuentas implica la oportunidad de hacer preguntas incómodas.... La rendición de cuentas involucra por tanto, el derecho de recibir información y la obligación correspondiente de divulgar todos los datos necesarios. Pero también implica el derecho a recibir una explicación y el deber correspondiente de justificar el ejercicio de poder” (Sosa, J. 2011: pág. 81)

Dicha obligación es necesaria y trascendental para cambiar los paradigmas e inconformidades que la sociedad tiene respecto al ejercicio de los gobernantes en el poder, debemos entender que el acto de solicitar la rendición de cuentas, no es más que un sano ejercicio de corresponsabilidad y constante observancia.

3.1.23 El acceso a la información, transparencia y rendición de cuentas

Toda vez que alguien obtiene la responsabilidad de manejar los intereses de la mayoría, por el servicio por el que fue elegido para dar dirección y liderazgo a las acciones que darán horizonte al gobierno y gasto público, mismos recursos que

son necesarios para el desempeño de sus funciones durante cierto periodo de tiempo establecido, es necesario comprender que, la transparencia, no es más que un derecho al que estamos obligados a obtener por parte de quienes elegimos como Gobernantes.

“El cumplimiento del principio de transparencia reclama, al menos: a) la existencia de un marco jurídico destinado a garantizar el acceso a la información pública; b) un conjunto de obligaciones de información por parte de los funcionarios y las organizaciones públicas que ejercen poder político; c) un sistema definido en las leyes para garantizar que efectivamente los ciudadanos puedan acceder a la información pública; d) un sistema para sancionar a los funcionarios que no rindan cuentas, al menos en términos de la información que manejan; y e) ciudadanos y organizaciones sociales interesadas en obtener información pública” (Merino, M. 2005: pág. 5).

Queda un camino largo por recorrer, sin embargo, el momento histórico y legislativo es el escenario ideal, para desarrollar una cultura de acceso a la información, transparencia y rendición de cuentas, que sean el marco teórico para crear nuevas teorías en el modelo Mexicano y con ello, ampliar un vínculo sólido entre los actores de la sociedad que requieren y exigen buenas cuentas, buenos gobiernos.

Para el año 2017 se estarán cumpliendo en México 40 años de ser incluidos en la Constitución, el derecho al acceso a la información pública y que a su vez esta será garantizada por el Estado. Actualmente contamos con un momento histórico y donde la legislación avanzado bastante en la materia en comparación de 1977, considerando diferentes artículos de la Carta Magna y leyes que se derivan de esta (ver Ilustración 21 Evolución Constitucional sobre el acceso a la información, la transparencia y la rendición de cuentas en México Ilustración 21 Evolución Constitucional sobre el acceso a la información, la transparencia y la rendición de cuentas en México), incluida la Ley federal de transparencia y acceso a la información pública, tiene una gran encomienda, y aún más todos los encargados

de garantizar que ella se cumpla, estamos en una etapa histórica donde se suman por una parte, las voluntades de los actores legislativos para garantizar legalmente a través de dicha Ley, que todos los gobiernos sean sujetos obligados a ser transparentes y fomentar dicho ejercicio de forma clara, por otra parte, nos encontramos con la modernización de los medios de comunicación, que ofrecen los medios masivos para alcanzar mayores audiencias, mediante medios inmediatos de información que garantizan la pronta respuesta de su receptor que puede analizar y ofrecer propuestas.

Ilustración 21 Evolución Constitucional sobre el acceso a la información, la transparencia y la rendición de cuentas en México

Reformas constitucionales	
<i>Reforma</i>	<i>Contenido</i>
Artículo 6 Publicada en DOF: 1977.	Se establece que el derecho a la información será garantizada por el Estado.
Artículo 6 Publicada en DOF: 2007	Promulga el principio de máxima publicidad de toda la información en posesión de cualquier entidad, órgano y organismo federal, estatal y municipal. Se ordena la creación de órganos autónomos especializados para el acceso a la información.
Artículo 6 Publicada en DOF: 2007	Se eleva el derecho de réplica a rango constitucional.
Artículo 134 Publicada en DOF: 2007	Concreta la obligación de todo servidor público de mantener imparcialidad ante todos los partidos políticos y sus campañas electorales; por tal motivo, la propaganda de la administración pública no debe contener promoción personalizada ni de cualquier otro servidor público.
Artículo 20 Publicada en DOF: 2008	Dentro del debido proceso legal, se estableció el derecho a la información como un derecho fundamental para el imputado, al cual se le proporcionará toda la información necesaria para que ejerza su derecho a la contradicción y a la defensa.
Artículo 16 Publicada en DOF: 2009	Se decreta el derecho a la protección de datos personales en la Constitución.
Artículo 102 Publicada en DOF: 2011	Establece que las autoridades que no acepten las recomendaciones emitidas por algún organismo de derechos humanos deben publicar las razones de su negativa. Asimismo, la Cámara de Senadores puede llamar a comparecer a las autoridades o servidores públicos a efecto de que expliquen el motivo de su negativa a petición de la CNDH.
Artículo 6 Publicada en DOF: 2013	Instituye que el Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información, comunicación, radiodifusión, telecomunicaciones e internet bajo la política de inclusión digital universal.
Artículo 7 Publicada en DOF: 2013	Establece que es inviolable la libertad de difundir opiniones, información e ideas, así como ninguna ley ni autoridad puede establecer censura ni coartar la libertad de difusión.
Artículo 73 Publicada en DOF: 2014	Se faculta al Congreso para expedir que toda ley reglamentaria desarrolle los principios de transparencia, acceso a la información y protección de datos personales.
Artículo 76 Publicada en DOF: 2014	Se faculta al Senado para nombrar a los comisionados del organismo que establece el Artículo 6 constitucional.
Artículo 89 Publicada en DOF: 2014	Faculta al Presidente de la República para objetar los nombramientos de los comisionados del órgano que establece el Artículo 6 por parte del Senado.
Artículo 105 Publicada en DOF: 2014	Faculta a la Suprema Corte de Justicia de la Nación para tratar la constitucionalidad de los actos del órgano que establece el Artículo 6.
Artículo 108 Publicada en DOF: 2014	Sentencia una rendición de cuentas para los órganos autónomos haciéndolos responsables por el manejo indebido de fondos y recursos federales.
Artículo 116 Publicada en DOF: 2014	Determina que los organismos autónomos, especializados, imparciales y colegiados tengan plena responsabilidad de garantizar el derecho de acceso a la información y de protección de datos personales.
Artículo 122 Publicada en DOF: 2014	Anuncia la obligación de los sujetos obligados en el Distrito Federal de legislar en materia de derecho de acceso a la información y protección de datos personales.

Fuente: MARYBEL MARTINEZ ROBLEDO, Acceso a la información, transparencia y rendición de cuentas en México. 37 años de evolución, septiembre – octubre 2014.

3.2 Conceptualización

El concepto administrador debe aplicarse con empeño al conocimiento de las leyes, distinguiéndose las fundamentales de las que son simplemente reglamentarias u orgánicas, y de los decretos; saber en qué tiempo han sido hechas, inquirir en ellas el espíritu del legislador, el cual se descubre regularmente en ella parte emotiva.

La administración pública es la ocupación de todos aquellos que actúan en nombre del pueblo – en nombre de la sociedad, que delega en forma legal – y cuyas acciones tienen consecuencias para los individuos y los grupos sociales.

Se entiende por banda ancha, al acceso de alta capacidad que permite ofrecer diversos servicios convergentes a través de infraestructura de red fiable, con independencia de las tecnologías empleadas.

La brecha tecnológica, es el ensanchamiento de la disparidad entre quienes tienen acceso a la tecnología de comunicación y quienes no lo tienen.

Se entiende por campaña publicitaria, al esfuerzo publicitario planeado y coordinado para un periodo específico.

Un código, es el sistema de signos y reglas que permiten formular y comprender un mensaje. No todos los códigos son efectivos para todas las personas ni para todas las situaciones.

El correo electrónico, es la correspondencia electrónica distribuida por internet.

El concepto de comunicación, es la transmisión de un mensaje de un emisor a un receptor.

La Comunicación de crisis, es la respuesta oportuna de relaciones públicas a una situación crítica que podría causar daños a la reputación de un ente.

La comunicación de masas, se refiere al proceso de crear significados compartidos entre los medios de comunicación y sus públicos.

La comunicación digital, es la forma en que es posible transmitir y recibir información electrónicamente.

La comunicación masiva, es usar la información para que esté disponible rápidamente para una gran audiencia.

El concepto de comunicación social, el carácter de la sugestividad de cada medio, que se puede enviar a través de ellos y lo hacen particularmente influyentes en la vida espiritual, intelectual y moral de cada persona.

Se entiende por cultura, al conjunto de significados del mundo. Es una construcción social que se mantiene a través de la comunicación. Nos limita el tiempo que nos libera, nos distingue tanto como nos une. Define nuestras realidades y, por lo tanto, da forma a nuestras ideas, sentimientos y actos.

La Definición de la agenda, se entenderá como la creencia de que los operadores de la información, no le dicen a su audiencia *lo que deben pensar* sino que le informan acerca de *qué y en quién pensar*.

Se entenderá por democracia altruista, a la política que originalmente debería basarse en el servicio y en el interés público. Los medios de noticias esperan que todos los funcionarios públicos sean escrupulosamente honestos, eficientes y que demuestren espíritu cívico.

La demografía será definida como: los datos de las características personales de la audiencia como: edad, ocupación, domicilio, ingresos, estado civil, entre otros. Es importante conocer a nuestra población para poder segmentar y dirigir la misma en los casos que así se crean pertinentes.

El termino división digital, se utiliza para describir la falta de acceso a la tecnología digital entre grupos de bajos ingresos, rurales y minoritarios.

Se entenderá como emisor, al elemento del proceso de comunicación que emite el mensaje.

Se precisará como gobierno digital: el que incorpora al trabajo gubernamental las tecnologías de la información y comunicaciones, con el propósito de aumentar la eficiencia de la gestión pública, transformar y agilizar las relaciones del Gobierno con los ciudadanos y las empresas, y las relaciones intergubernamentales, de manera que el Gobierno resulte más accesible, efectivo y transparente en beneficio del ciudadano.

Un hombre racional, se define como el individuo que hace elecciones “óptimas” en un ambiente muy especificado. Posee dos importantes características: la primera es que observa todas las complejidades de la situación, todas las alternativas posibles y todas las posibles consecuencias, la otra es que maximiza, eligiendo la mejor de todas las alternativas posibles.

Se comprenderá como idoneidad de la comunicación social, el carácter de sugestividad de cada medio y los mensajes que se pueden enviar a través de ellos los hacen particularmente influyentes en la vida espiritual, intelectual y moral de cada persona.

Se define como interactivo, al sistema de mensajes que permite a emisores y receptores comunicarse en forma simultánea.

El interés en la eficiencia y la efectividad, se define cuando: se centra principalmente en el funcionamiento del propio gobierno y en el modo en que sus bienes y servicios se distribuyen y prestan.

Se entenderá como interés en los derechos y la capacidad del sistema gubernativo: a las acciones que orientan su escrutinio hacia la relación del gobierno, y quienes actúan en su nombre.

El interés de la representación y el ejercicio de la discrecionalidad, son las acciones que dirigen la atención al control que la ciudadanía tiene sobre el funcionamiento del gobierno y sus agentes.

Se entiende por internet, al conjunto descentralizado de redes de telecomunicaciones en todo el mundo, interconectadas entre sí, que proporciona diversos servicios de comunicación y que utiliza protocolos y direccionamiento coordinados internacionalmente para el enrutamiento y procesamiento de los paquetes de datos de cada uno de los servicios. Estos protocolos y direccionamiento garantizan que las redes físicas que en conjunto componen Internet funcionen como una red lógica única.

La Ley, es una regla general que rige a todos, pero ella no establece sino principios generales, y no pudiendo prevenirlo todo, los actos del gobierno facilitan su ejecución por su aplicación a los casos particulares.

El concepto de marketing viral, es crear un mensaje en línea que sea lo suficientemente entretenido como para que los consumidores lo trasmitan entre ellos por internet como un virus.

Se entenderá por medio, al conducto por el cual un mensaje llega a la audiencia.

Los medios digitales, son considerados todos los medios de comunicación que están surgiendo actualmente combinan textos, gráficos, sonido y video utilizando tecnología de computo.

Los medios masivos de comunicación son: libros, periódicos, revistas, discos, radios, cine, televisión e internet.

Un Mensaje, se entiende por lo que constituye la información que se trata de transmitir, la cual, para que se produzca la comunicación, debe transmitirse a la velocidad correcta y ser completa, precisa y legible.

Se entiende por mercadotecnia de búsqueda, al hecho de colocar publicidad de internet preferentemente junto a los resultados de búsqueda relacionados en línea.

Se define como navegadores, a los programas de software cargados en las computadoras personales con los que se descargan y se ven archivos en la red.

La página de inicio, es la primera página de un sitio web que da la bienvenida al usuario.

La percepción selectiva, es el concepto que tiene cada persona al procesar los mensajes en forma distinta.

La persuasión se refiere, acto de argumentos o razonamientos para inducir a alguien a hacer algo.

Las políticas de inclusión digital universal, son el conjunto de programas y estrategias emitidos por el Ejecutivo Federal orientadas a brindar acceso a las tecnologías de la información y la comunicación, incluyendo el Internet de banda ancha para toda la población, haciendo especial énfasis en sus sectores más vulnerables, con el propósito de cerrar la brecha digital existente entre individuos,

hogares, empresas y áreas geográficas de distinto nivel socioeconómico, respecto a sus oportunidades de acceso a las tecnologías referidas y el uso que hacen de éstas.

Un podcasts, se refieren a los archivos de audio o video que se ponen a disposición a través de internet para que cualquier persona pueda descargarlos; a menudo están disponibles mediante suscripción.

Un pop-up, se refiere al anuncio en un sitio web que aparece en la pantalla detrás de la página web cuando alguien sale del sitio o sobre la página principal del sitio cuando alguien acaba de entrar.

Se entiende por pluralidad del mensaje, a la disponibilidad para una audiencia de una variedad de fuentes de información y entretenimiento.

La ley define por red compartida mayorista, a la red pública de telecomunicaciones destinada exclusivamente a comercializar capacidad, infraestructura o servicios de telecomunicaciones al mayoreo a otros concesionarios o comercializadoras.

La red de telecomunicaciones, es el sistema integrado por medios de transmisión, tales como canales o circuitos que utilicen bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico, enlaces satelitales, cableados, redes de transmisión eléctrica o cualquier otro medio de transmisión, así como, en su caso, centrales, dispositivos de conmutación o cualquier equipo necesario.

La red pública de telecomunicaciones, se define como la red de telecomunicaciones a través de la cual se explotan comercialmente servicios de telecomunicaciones. La red no comprende los equipos terminales de telecomunicaciones de los usuarios, ni las redes de telecomunicaciones que se encuentren más allá del punto de conexión terminal.

Un receptor, es el elemento del proceso de comunicación que recibe el mensaje a través de un medio de comunicación.

Se entenderá por rendición de cuentas, al requerimiento para que los representantes den cuenta y respondan frente a los representados sobre el uso de sus poderes y responsabilidades, actúen como respuesta a las críticas y requerimientos que les son señalados, y acepten responsabilidad en caso de errores, incompetencias o engaño.

Se establece como representativo, al acto que consiste en individuos (y grupos) que actúan en nombre de otros individuos (y grupos). La representatividad, entonces, es el criterio sobre que tan bien se desempeña tal acción y por medio de cuales autoridades. Pueden distinguirse tres aspectos de esta cuestión: rendición de cuentas, responsabilidad y sensibilidad.

La responsabilidad se entiende, como la capacidad existente en todo sujeto activo de derecho para reconocer y aceptar las consecuencias de un hecho realizado libremente.

La retroalimentación, es la respuesta enviada de regreso al emisor por la persona que recibe la comunicación.

Un servidor, es un equipo que distribuye programas desde la fuente de estos hasta los suscriptores al programa.

La segmentación, se entiende al acto de dirigir el contenido de los medios o los productos de consumo a grupos más pequeños y específicos de destinatarios.

Las tecnologías de la Información, son las comunicaciones entendidas como un conjunto de elementos y técnicas utilizadas en el tratamiento y transmisión de

información, principalmente vía electrónica, a través del uso de la informática, internet o las telecomunicaciones.

Las telecomunicaciones, se refiere a toda emisión, transmisión o recepción de signos, señales, datos, escritos, imágenes, voz, sonidos o información de cualquier naturaleza que se efectúa a través de hilos, radioelectricidad, medios ópticos, físicos u otros sistemas electromagnéticos, sin incluir la radiodifusión.

Se entiende la toma de decisiones, al acto de seleccionar entre alternativas reales o imaginarias, escoger una cosa u otra, una persona y otra, una acción u otra. Algunos aspectos de la toma de decisiones conciernen a la autoridad (que tiene la autoridad legítima de tomar una decisión), mientras que otros atañen al poder (que tienen los recursos para hacer cumplir una decisión). Las decisiones al menos las que se toman en forma consciente, suponen un juicio referido a un modelo o norma.

La transparencia, se refiere al hecho de publicar o mostrar con nitidez la acción gubernamental, el uso y destino de los recursos públicos.

Se entiende por Wi-Fi, a la abreviatura de Wireles Fidelity; mejor conocida por conectividad inalámbrica.

3.3 Aspectos normativos

Marco legal de la Federación

Desde el principio de la administración federal gubernamental 2011 – 2018, fue determinante establecer, los objetivos, metas y estrategias transversales en el Plan Nacional de Desarrollo, y para la presente investigación es considerada la Estrategias Transversales denominada “ii) Gobierno Cercano y Moderno” (ver Ilustración 22 Esquema del Plan Nacional de Desarrollo 2013 – 2018).

“Las políticas y acciones de gobierno inciden directamente en la calidad de vida de las personas, por lo que es imperativo contar con un gobierno eficiente, con mecanismos de evaluación que permitan mejorar su desempeño y la calidad de los servicios; que simplifique la normatividad y trámites gubernamentales, rinda cuentas de manera clara y oportuna a la ciudadanía. Por lo anterior, las políticas y los programas de la presente Administración 2013 – 2018, deben estar enmarcadas en un Gobierno Cercano y Moderno orientado a resultados, que optimice el uso de los recursos públicos, utilice las nuevas tecnologías de la información y comunicación e impulse la transparencia y la rendición de cuentas”
 (Gobierno de la Republica, *Plan Nacional de Desarrollo, 2013 - 2018*)

Ilustración 22 Esquema del Plan Nacional de Desarrollo 2013 – 2018



Fuente: Plan Nacional de Desarrollo 2013 - 2018.

En la legislación vigente, encontramos las políticas y atribuciones de las instituciones que integran los tres órdenes de gobierno en México, y para la presente investigación se precisara en materia municipal, comunicación social, transparencia, rendición de cuentas, telecomunicaciones, planeación y presupuesto, analizando y desarrollando el contenido de cuatro leyes federales, cinco leyes estatales y dos normatividades municipales dentro de las cuales se consideran la Ley Orgánica y el Plan Municipal de Desarrollo 2014 – 2018.

Es importante resaltar los avances e inclusión respecto a la obligación del estado por transparentar y rendir cuentas haciendo uso de todos sus medios disponibles, dentro de los cuales son consideradas las tecnologías de la información.

“Artículo 6o ... El derecho a la información será garantizado por el Estado....El Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet. Para tales efectos, el Estado establecerá condiciones de competencia efectiva en la prestación de dichos servicios” (Cámara de Diputados, Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos. México : Diario Oficial de la Federación, 2016: publicación 29 de enero de 2016.).

Debemos admitir que la modernidad ha alcanzado todas y cada una de las tareas que como ciudadanos, estudiantes, trabajadores, investigadores, empresarios, servidores públicos, entre otros realizamos actualmente y para poder desarrollar dichas ocupaciones, se requiere crear mecanismos que garanticen la comunicación de calidad y accesibilidad, por lo cual se deben establecer políticas públicas que garanticen el acceso a las telecomunicaciones.

“Artículo 6o ... Inciso B ... Fracción II. Las telecomunicaciones son servicios públicos de interés general, por lo que el Estado garantizará que sean prestados en condiciones de competencia, calidad, pluralidad, cobertura universal, interconexión, convergencia, continuidad, acceso libre y sin injerencias arbitrarias” (Cámara de Diputados, Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos. México : Diario Oficial de la Federación, 2016: publicación 29 de enero de 2016.).

La autonomía municipal es un tema que fue atendido y considerado en las reformas de 1983 y 1999, durante los regímenes presidenciales de Miguel de la Madrid y Ernesto Zedillo (Peralta, D. 2012: pág. 182), tan solo hace treinta y tres, y diecisiete años de distancia respectivamente se debe redoblar y orientar esfuerzos para lograr *“el fortalecimiento del pacto federal y del Municipio libre, para lograr un desarrollo equilibrado del país, promoviendo la descentralización de la vida nacional”* (Ley de Planeación, México : 2016, Artículo 2 Fracción V). Sin embargo, dicha autonomía no ha sido potencializada o demostrada de forma hegemónica

desapegándose de los otros dos órdenes de gobierno en México, por lo cual es importante imaginar el esfuerzo que puede representar el generar recursos económicos propios, capaces para atender las necesidades de la sociedad, y demuestren que los municipios son autónomos de forma convincente en el actuar gubernamental.

“Artículo 115. Fracción I. Cada Municipio será gobernado por un Ayuntamiento de elección popular directa, integrado por un Presidente Municipal y el número de regidores y síndicos que la ley determine. La competencia que esta Constitución otorga al gobierno municipal se ejercerá por el Ayuntamiento de manera exclusiva y no habrá autoridad intermedia alguna entre éste y el gobierno del Estado” (Cámara de Diputados, *Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos*. México : Diario Oficial de la Federación, 2016: publicación 29 de enero de 2016.).

Es relevante mencionar que la comunicación social es el medio por el cual se puede garantizar la vida institucional de los municipios, y por la cual, la ciudadanía debe tener el conocimiento de cómo se trabaja y desempeñan dichos organismos, por estos canales de distribución de información se debe notificar las obligaciones y atribuciones con la finalidad de poder iniciar el desarrollo de una cultura de participación ciudadana y con ello se pueda exigir gobiernos transparentes y la justificación de su actuar a través de la rendición de cuentas.

“Artículo 134. Los recursos económicos de que dispongan la Federación, las entidades federativas, los Municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, se administrarán con eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez para satisfacer los objetivos a los que estén destinados.

La propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan como tales, los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.” (Cámara de Diputados, *Constitución política de los Estados Unidos*

Mexicanos. México : Diario Oficial de la Federación, 2016: publicación 29 de enero de 2016.).

Es ineludible conocer que las telecomunicaciones son consideradas, “*servicios públicos de interés general*” (Ley federal de telecomunicaciones y radiodifusión, México : 2016). Por lo cual, los municipios deben de impulsar a través de la autonomía otorgada, estrategias y acciones concretas, para lograr la cobertura universal a la que se refiere el Artículo sexto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, dicha cobertura que debe ofrecer “*acceso a banda ancha en sitios públicos que identifiquen el número de sitios a conectar cada año de manera progresiva*” Ley federal de telecomunicaciones y radiodifusión, México : 2016, Artículo 9 Fracción VII), convirtiéndose en una herramienta orientada al beneficio de la sociedad y en total aprovechamiento y explotación del municipio, para traducirse en la inclusión de todos los sectores de la sociedad, misma que puede hacer uso de diversos dispositivos y tecnologías de la información, para actualizarse al respecto de la información municipal en específico y de información general ofrecida en la red.

“Artículo 5... los Municipios y el Gobierno del Distrito Federal en el ámbito de sus atribuciones, colaborarán y otorgarán facilidades para la instalación y despliegue de infraestructura y provisión de los servicios públicos de interés general de telecomunicaciones y radiodifusión. En ningún caso se podrá restringir la instalación de infraestructura de telecomunicaciones y radiodifusión para la prestación de los servicios públicos” (Cámara de Diputados, *Ley federal de telecomunicaciones y radiodifusión*. México : Diario Oficial de la Federación, 2016: publicación 01 de junio de 2016.).

Dichas estrategias y acciones deben coordinarse con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes Federal, ya que es de su competencia: “*promover ... el acceso a las tecnologías de la información y comunicación y a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e Internet*” (Ley federal de telecomunicaciones y radiodifusión, México : 2016, Artículo 9 Fracción).

Es necesario ofrecer a la sociedad, servicios públicos de calidad y le corresponde a los organismos y gobiernos acordar lazos interinstitucionales para avanzar en materia de telecomunicaciones y el acceso al internet, dando oportunidad de modernizar la comunicación social a través de las tecnologías de la información, logrando desarrollar municipios digitales y alcanzar la cobertura universal.

La planeación del gobierno debe contener un orden y un origen, que deben estipularse en documentos que formalicen al actuar en la toma de decisiones, mejor conocido como Plan Nacional de Desarrollo. Actualmente dicho plan está enfocado estructurado en un objetivo general, cinco metas nacionales y tres estrategias transversales, y para la presente investigación se analizará la estrategia transversal “ii) *Gobierno Cercano y Moderno*” (ver Ilustración 22 Esquema del Plan Nacional de Desarrollo 2013 – 2018).

“Artículo 3... se entiende por planeación nacional de desarrollo la ordenación racional y sistemática de acciones que, en base al ejercicio de las atribuciones del Ejecutivo Federal en materia de regulación y promoción de la actividad económica, social, política, cultural, de protección al ambiente y aprovechamiento racional de los recursos naturales, tiene como propósito la transformación de la realidad del país, de conformidad con las normas, principios y objetivos que la propia Constitución y la ley establecen... Mediante la planeación se fijarán objetivos, metas, estrategias y prioridades, así como criterios basados en estudios de factibilidad cultural; se asignarán recursos, responsabilidades y tiempos de ejecución, se coordinarán acciones y se evaluarán resultados” (Cámara de Diputados, Ley de Planeación. México : Diario Oficial de la Federación, 2015: publicación 06 de mayo de 2015).

En México las leyes han avanzado respecto a la intención de transparentar la administración gubernamental, camino que ha sido largo desde la inclusión de legislación en la materia en el artículo 6o de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos estableciendo el “derecho a la información será garantizado por el estado” (Ilustración 21 Evolución Constitucional sobre el acceso a la información, la transparencia y la rendición de cuentas en México). Pero la intención no es suficiente cuando las leyes ya estipulan las obligaciones y a los

sujetos que están obligados a transparentar su gestión y rendir cuentas de forma clara y precisa, en beneficio de la ciudadanía y gobiernos abiertos.

Los objetivos son claros, ahora es turno de los líderes y sus voluntades.

“Artículo 2 Son objetivos de la presente Ley: II. Transparentar la gestión pública mediante la difusión de la información oportuna, verificable, inteligible, relevante e integral; III. Favorecer la rendición de cuentas a los ciudadanos, de manera que puedan valorar el desempeño de los sujetos obligados; V. Fortalecer el escrutinio ciudadano sobre las actividades sustantivas de los sujetos obligados; VI. Consolidar la apertura de las instituciones del Estado mexicano, mediante iniciativas de gobierno abierto, que mejoren la gestión pública a través de la difusión de la información en formatos abiertos y accesibles, así como la participación efectiva de la sociedad en la atención de los mismos; VII. Propiciar la participación ciudadana en la toma de decisiones públicas, a fin de contribuir a la consolidación de la democracia, y VIII. Promover y fomentar una cultura de transparencia y acceso a la información pública...” (Cámara de Diputados, *Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública*. México : Diario Oficial de la Federación, 2016: publicación 09 de mayo de 2016).

Marco legal del Estado de Puebla

Respecto a la planificación de la administración pública del estado de Puebla para el ejercicio 2011 – 2017, se elaboró el Plan Estatal de Desarrollo. Dicho documento fue publicado en el periódico oficial del gobierno del Estado de Puebla el 08 de junio de 2011, tal y como lo establecen las leyes en la materia. Sin embargo, dicho documento tuvo que ser modificado y alineado con los objetivos, metas y estrategias del Plan Nacional de Desarrollo 2012 – 2018 del gobierno de la república, lo anterior al desfase de la administración Federal que entro en funciones posteriormente a la administración estatal actual (2011 - 2017), es por ello, que dicho documento y estrategias de gobierno estatal, tuvieron que ser actualizadas, considerando la vinculación del Plan Nacional de Desarrollo con el Plan Estatal de Desarrollo.

“Artículo 107 En el Estado de Puebla, se organizará un Sistema de Planeación del Desarrollo, que será democrático y que se integrará con los planes y programas de desarrollo de carácter estatal, regional, municipal y especiales... La ley secundaria, establecerá los mecanismos para que el Gobierno del Estado y los de cada Municipio, recojan las aspiraciones y demandas de los diversos sectores y los incorporen para su observancia, a sus respectivos planes y programas de desarrollo. Asimismo, establecerá las bases para la suscripción de los convenios que permitan la consecución de sus fines y objetivos, de manera coordinada con la Federación, con otros Estados, o entre el Gobierno Estatal y Municipal, e incluso entre éstos” (Congreso del Estado de Puebla, Constitución Política del Estado Libre y Soberano De Puebla, Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Puebla, 04 de enero de 2016).

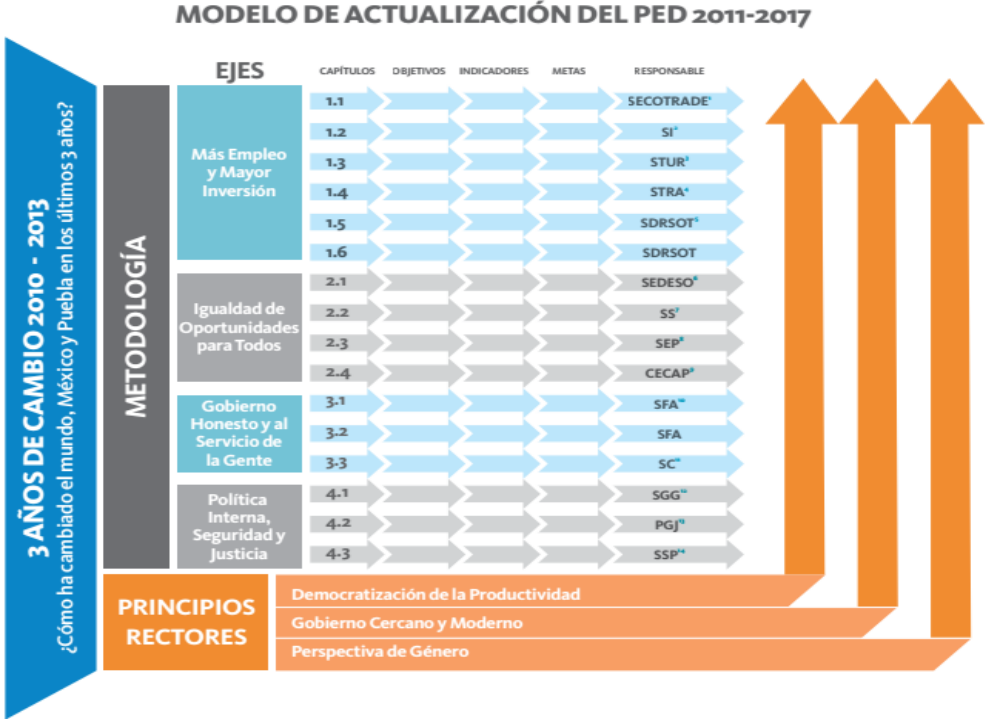
Significando con ello la suma de las voluntades y un cambio fundamental en dicho instrumento de planeación para guiar y regir, las acciones de las instituciones del gobierno del estado de Puebla.

Se puede observar en la Ilustración 23 Modelo de actualización del Plan Estatal de Desarrollo 2011 - 2017, la alineación de las estrategias transversales del gobierno federal, convirtiéndose en los principios rectores de gobierno del estado de Puebla “artículo 4. El Ejecutivo y los Ayuntamientos, son responsables, en el ámbito de su competencia, de llevar a cabo y conducir la Planeación del Desarrollo, fomentando la participación de los sectores económico, social y privado que integran el Estado” (Ley de Planeación para el Desarrollo del Estado de Puebla, 2016).

Dentro de las actualizaciones comentadas, destacan el objetivo 3 del Plan estatal de Desarrollo, denominado “Gobierno Honesto y al Servicio de la gente”, y del que se desprende los objetivos 3.1 “Honestidad y eficiencia en el manejo de los Recursos públicos” y 3.2 “Innovación y Modernización de la Administración Pública”, el cual puntualiza y tiene como objetivo en el gobierno estatal, “Consolidar una administración pública moderna e innovadora para elevar su

calidad, eficiencia, eficacia y transparencia traducidas en un mejor desarrollo”, apegándose a las disposiciones federales y estatales según las leyes en la materia (Gobierno del Estado de Puebla, *Plan Estatal de Desarrollo*, Puebla: 2014).

Ilustración 23 Modelo de actualización del Plan Estatal de Desarrollo 2011 - 2017



Fuente: Actualización del Plan Estatal de Desarrollo 2011 - 2017.

La transparencia, es la estrategia para alcanzar la atención de la sociedad, creando información veraz y oportuna, atractiva e interesante sobre temas públicos que impacten en forma grupal (zonas y colonias) o en lo general (a toda la ciudad), la gente necesita saber todo lo que se hace por ellos, dar a conocer el tiempo invertido información interesante que les gustara saber, haciendo uso de las tecnologías de la información, un medio con mayor posicionamiento.

“Artículo 3 Los sujetos obligados atenderán a los principios de legalidad, certeza jurídica, imparcialidad, veracidad, transparencia y máxima publicidad en el cumplimiento de la presente Ley y demás disposiciones jurídicas aplicables”

(Auditoría Superior del Estado de Puebla, *Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Puebla*, Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Puebla, 04 de mayo de 2016).

Respecto al municipio de Puebla la transparencia cumple un reto muy importante por mantenerse como uno de los municipios que ofrecen en su totalidad los criterios del Índice de Información Presupuestal Municipal, la cual valora disponibilidad y calidad de la información de las leyes de ingresos y presupuesto de egresos, revisión que realiza el Instituto Mexicano para la Competitividad, el cual acredita que para el ejercicio 2015 cumple con los criterios estipulados al 100%, cabe mencionar que en México para dicho ejercicio solo fueron evaluados 413 municipios y delegaciones, y únicamente 56 de ellos tienen más del 68% de cumplimiento de dichos criterios ver Ilustración 24 Índice de información presupuestal municipal 2015. (Municipio de Puebla, http://www.pueblacapital.gob.mx/images/transparencia/compl/imco_presup15.pdf)

Ilustración 24 Índice de información presupuestal municipal 2015



Fuente: pagina http://www.pueblacapital.gob.mx/images/transparencia/compl/imco_presup15.pdf

Es importante reconocer los esfuerzos del municipio de Puebla por dar total cumplimiento a las estipulaciones de la Ley de Transparencia y Acceso a la

Información Pública del Estado de Puebla. Se debe incentivar la voluntad y cultura de transparencia que actualmente se ejerce en el Municipio, pero es determinante acercar dichas acciones a la sociedad y dar tratamiento de que la información es un recurso público.

“Artículo 5 Toda la información generada, adquirida, obtenida, transformada o en posesión de los sujetos obligados se considera información pública, accesible a cualquier persona en los términos y condiciones que establece esta Ley y demás normatividad aplicable; sólo podrá ser clasificada excepcionalmente como reservada temporalmente por razones de interés público, en los términos dispuestos por esta Ley... Esta información será pública, completa, congruente, integral, oportuna, accesible, confiable, verificable, actualizada, comprensible y veraz, sujeta a un claro régimen de excepciones que estarán establecidas en la presente Ley y atenderá las necesidades del derecho de acceso a la información de toda persona” (Auditoría Superior del Estado de Puebla, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Puebla, Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Puebla, 04 de mayo de 2016).

La Ley es específicamente clara respecto a la información que debe ser publicada de forma clara, precisa y vigente. Actualmente el municipio de Puebla cuenta con un sitio web que ofrece toda la información que por Ley debe ser accesible y con formatos para su consulta o manipulación. Sin embargo, dicha contenido no es del conocimiento de la ciudadanía, por lo

“Artículo 12 Para cumplir con la Ley, los sujetos obligados deberán:
I. Publicar y mantener en sus sitios web, la información a que se refiere el Título Quinto de la presente Ley, fácilmente identificable y en la medida de lo posible hacerla accesible mediante formatos abiertos que permitan su reutilización e interoperabilidad; XIV. Fomentar el uso de tecnologías de la información para garantizar la transparencia, el derecho de acceso a la información y la accesibilidad a éstos” (Auditoría Superior del Estado de Puebla, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Puebla, Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Puebla, 04 de mayo de 2016).

El compromiso de la administración del Gobierno del Estado de Puebla respecto a la modernización de su gestión en términos de desarrollar un Gobierno Digital, tiene claras acciones afirmativas al respecto, como lo fue la iniciativa de la hoy Ley de Gobierno Digital para el Estado de Puebla y sus Municipios, publicada el 11 de febrero de 2015, teniendo dentro de sus objetivos *“Fomentar y consolidar en el Estado y en los Ayuntamientos el uso y aprovechamiento estratégico de las tecnologías de la información, a fin de consolidar un Gobierno Digital para una mayor integración y desarrollo de la sociedad”* (Ley de Gobierno Digital para el Estado de Puebla y sus Municipios. 2015: Artículo 1, Fracción I).

Actualmente el internet es considerado un medio masivo de comunicación, convirtiéndose en una herramienta eficaz y de bajo costo para los beneficios que en general se pueden obtener de dicha plataforma, incluso es uno de tantos beneficios el poder concentrar datos e información estadística de la ciudadanía, visitantes y usuarios. Sin embargo, es determinante establecer estrategias que acerquen a la sociedad al portal digital del municipio de Puebla.

“Artículo 1, II. Establecer las instancias e instrumentos mediante los cuales el Estado y los Ayuntamientos regularán el uso y aprovechamiento estratégico de las tecnologías de la información, para mejorar la relación de éstos con sus ciudadanos, aumentar la eficacia y eficiencia de su gestión, así como de los servicios que prestan e incrementar la transparencia y la participación ciudadana” (Gobierno del Estado de Puebla, Ley de Gobierno Digital para el Estado de Puebla y sus Municipios, Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Puebla, 11 de febrero de 2015).

Normatividad Municipal

Respecto al municipio de Puebla, tiene estipulada su planeación de gobierno para el ejercicio 2014 – 2018 en el Plan Municipal de Desarrollo del mismo ejercicio, considerando en el mismo: EJE 1 Bienestar Social y Servicios Públicos del que se desglosa el Programa 1 Infraestructura social para el Desarrollo Municipal, y

establece: “Procurar el equipamiento e implementación de tecnologías de la información en instituciones educativas”; asimismo estipula el Eje 5. Buen gobierno, innovador y de resultados contiene el Programa 28. Innovación Digital y Buen Gobierno (ver Ilustración 25 Esquema del Plan Municipal de Desarrollo 2014 - 2018).

“Objetivo. Innovar y modernizar los procesos para la prestación de mejores servicios públicos que generen valor social a través del uso de las tecnologías de información y comunicación con enfoque de gobierno abierto. Estrategia. Optimizar los diferentes procesos de gestión y administración mediante la digitalización de los mismos a través del uso de tecnologías de información, garantizando mayor vinculación y accesibilidad de la ciudadanía con el trabajo gubernamental. Meta. Posicionar en los dos primeros años al Municipio de Puebla, como referente nacional en brindar servicios públicos, basado en metodología de Gobierno Abierto y tecnologías digitales” (Ayuntamiento de Puebla, Plan Municipal de Desarrollo 2014 – 2018).

Ilustración 25 Esquema del Plan Municipal de Desarrollo 2014 - 2018



Fuente: Plan Municipal de Desarrollo 2014 - 2018.

Capítulo 4. Resultados de la investigación

4.1 Análisis de los resultados

4.1.1 Conclusiones

El municipio de Puebla cuenta con una población con la edad ideal que requiere estar actualizada, que necesita tener información confiable y en beneficio propio.

El internet es el medio masivo idóneo en el que se puede encontrar el informante masivo y específico, en el que se puede encontrar ubicaciones y con ello poder segmentar la información dependiendo de la ubicación registrada por los usuarios, con ello se puede personalizar la información enviada dependiendo de las zonas de la ciudad, y de los habitantes que viven en las mismas, es un trabajo con una vasta tarea de acumulación de información y de una gran responsabilidad por el manejo de la misma, pero al mismo tiempo es el sueño de poder estar más cerca de la población transparentando y rindiendo las tareas gubernamentales.

Las conclusiones que se desprenden de la presente investigación, son el resultado del análisis de la información pública obtenida, con la cual se confirma parcialmente la hipótesis. Considerando todos los datos plasmados en la presente recopilación respecto al municipio de Puebla, misma que se enfocó en datos referentes a las características demográficas, localización, y en las oportunidades con las que se cuenta para modernizar la comunicación social, utilizándola como el canal que enlace y vincule al gobierno y la sociedad, originando un ejercicio perpetuo de cooperación colectiva, identificar en forma resumida la legislación en la materia.

Por lo cual se puntualiza que la modernización de la comunicación social en el municipio de Puebla, es la herramienta que se debe aprovechar para acercar al gobierno y la sociedad, con la finalidad de enlazar y reforzar dicho ejercicio,

considerando a la cooperación, como el eje transversal en el actuar gubernamental, a través del ejercicio de la transparencia y rendición de cuentas.

Por lo cual toda la información expuesta del municipio de Puebla, es hoy en día a nivel nacional, el orden de gobierno capaz de encaminar y demostrar que se pueden cumplir con los requerimientos que las normas establecen a los sujetos obligados, trabajando y orientando las tareas de dicho ente gubernamental, por lo cual se propondrán herramientas tecnológicas que ayuden a los ciudadanos a conocer las buenas prácticas que el municipio de Puebla realiza, para cumplir como sujeto obligado como lo establece la normatividad en materia de transparencia.

4.2 Conclusiones de la Investigación

La comunicación es la herramienta mediante la cual los seres humanos han podido intercambiar información desde hace millones de años, por ejemplificar un escenario, desde la cúspide de la antigua roma hacían uso de la comunicación social para dar a conocer decisiones de los emperadores o la programación de eventos que se llevarían a cabo por celebrar alguna festividad. Su evolución ha sido paulatina, pero en las últimos cuatro décadas, su progreso va a la par de la tecnología, dicha similitud atiende a la necesidad de comunicarnos de forma rápida y efectiva, el ser humano requiere respuestas inmediatas y que la información otorgada sea atendida de inmediato, creciendo a pasos agigantados.

En México la reforma en telecomunicaciones publicada el 11 de junio de 2013 en el diario oficial de la federación, ha permitido tener resultados tangibles en la materia, con la modificación al artículo sexto que dice:

“El Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet” (Cámara de Diputados, *Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos*. México : Diario Oficial de la Federación, 2016: publicación 29 de enero de 2016: Artículo 6o).

Es una acción concreta y orientada a garantizar la inclusión de la sociedad al acceso a las telecomunicaciones y a la información, para el presente estudio la comunicación social es el medio por el cual el municipio de Puebla tiene la oportunidad de aprovechar las ventajas estipuladas en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión publicada el 14 de julio de 2014 en el Diario Oficial de la Federación, específicamente lo estipulado en su Artículo 9 en su fracción VII, que menciona:

“Establecer programas de acceso a banda ancha en sitios públicos que identifiquen el número de sitios a conectar cada año de manera progresiva, hasta alcanzar la cobertura universal” (*Ley federal de telecomunicaciones y radiodifusión*, México : 2016, Artículo 9 Fracción VII).

Lo anterior podemos traducirlo, en un mayor número de sitios públicos que brinden acceso a internet y ello en un mayor número de usuarios que puedan consultar información de forma actual y precisa, además que es una política de inclusión al internet de esta administración federal, tal y como lo afirma al diario El economista Gerardo Ruiz Esparza, Secretario de Comunicaciones y Transportes a nivel federal, comentando lo siguiente:

“al cierre del 2016, en México habrá 70 millones de usuarios de Internet (un crecimiento de 7.5% frente a los 65 millones del 2015), con lo cual el país se acerca al objetivo de culminar la presente administración con 100 millones de usuarios” (Juárez, C. El Economista, *Habrá 70 millones de cibernautas al finalizar 2016: SCT*. 26 de junio de 2016)

Respecto al tema poblacional proyectado para el municipio de Puebla con base a información de INEGI, para el 2018 la población incrementara respecto a lo reportado en 2010, estimando el 9.4%, y si consideramos el incremento de la población que contara con cobertura para consultar internet, tan solo en el municipio de Puebla, se alcanzaran cerca de un millón de habitantes con dicho medio de comunicación, es decir que alcanzara un 65% de los habitantes de la ciudad, cabe mencionar que dichas proyecciones pueden variar e inclusive ser

moderadas, en comparación del incremento del acceso a internet en los últimos 3 años.

Todas las ciudades necesitan que sus habitantes participen con la administración de sus municipios, es importante que los actores que integran las ciudades consideren que la interacción entre sí, trae consigo el fortalecimiento y desarrollo en beneficio de la administración municipal, la atención de las necesidades ciudadanas y la elaboración de políticas públicas incluyentes de todos los sectores de la sociedad.

En el presente estudio se tiene documentado que de las actividades que realizaron los internautas en México en el ejercicio 2015, el 20% tienen que ver con actividades gubernamentales. El internet es el medio masivo por el cual el ciudadano puede interactuar con el gobierno municipal, y a su vez puede obtener información de la ciudadanía que en términos generales aporte datos, que aporte a la estadística municipal para la atención de necesidades y servicios.

“La publicidad oficial debe convertirse en una herramienta para ensanchar el derecho saber de las personas” (Villanueva, 2009: pág. 50). La información que se desprende del ejercicio gubernamental debe de estar disponible para toda la ciudadanía, a lo que la Ley exige a los sujetos obligados en este caso el Municipio de Puebla, el cual cumple cabalmente con dichos lineamientos, incluso se ha hecho acreedor a reconocimientos a nivel nacional por ser de los municipios que cumplen con lo estipulado en las leyes de la materia. Sin embargo, la ciudadanía no conoce dicho estatus o ejercicio de cumplimiento, que en opinión de un servidor, es en primer lugar a quien se debe informar de las acciones realizadas al respecto.

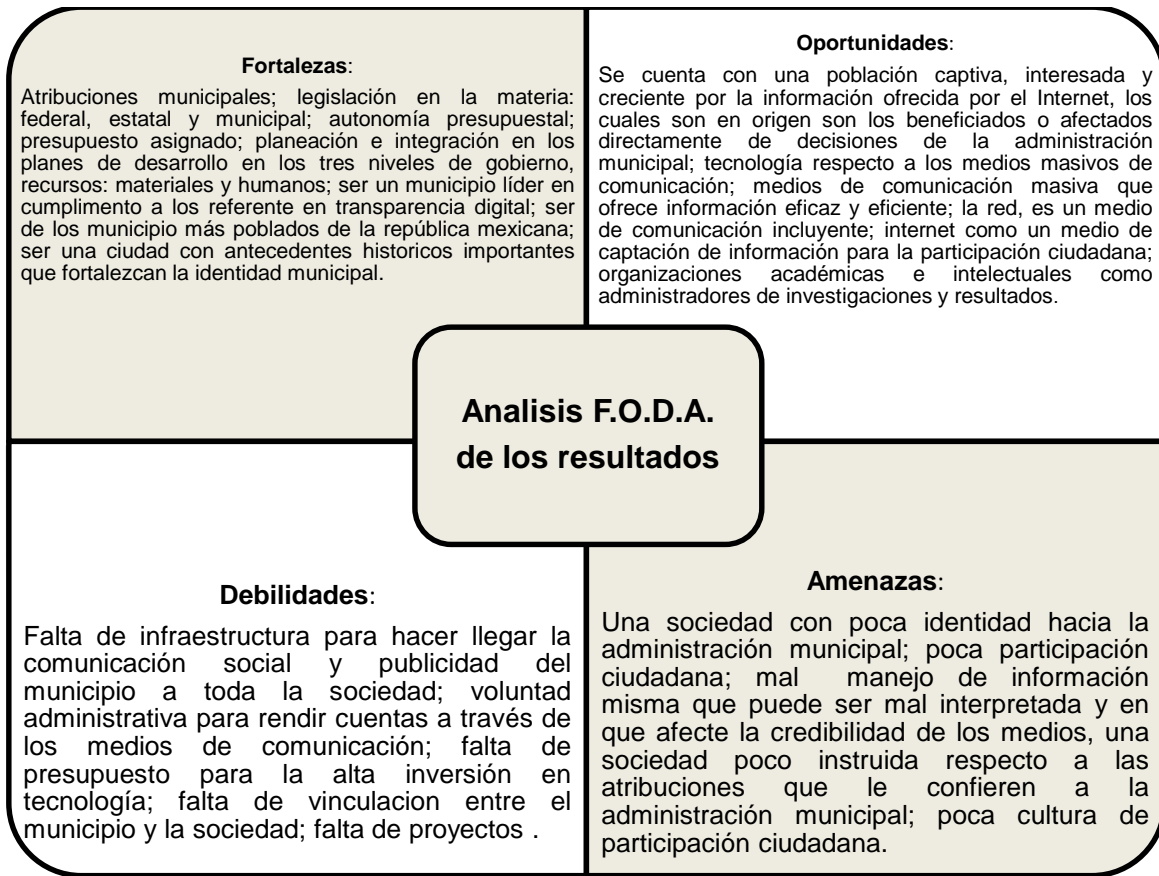
Tenemos ante nuestros ojos, la oportunidad histórica de trascender y ofrecer a la ciudadanía un ejercicio de amplio de acceso a la información pública, transparencia y rendición de cuentas, de cumple con los el respaldo jurídico para garantizar dichas acciones, por lo cual “Se requieren reglas jurídicas de contenidos y mecanismos de asignación para que esta publicidad pueda cumplir

un contenido democrático” (Villanueva, 2009: pág. 50), si se aprovecha el momento histórico y legislativo, es posible sembrar la semilla que hará crear una cultura de observancia y cumplimiento, que ofrezca a las futuras generaciones las raíces de un ejercicio de un buen gobierno, transparente y democrático.

Ha sido un camino lento, considerando que la primera reforma constitucional en México data en 1977, en donde se incluyó en el artículo sexto, “el derecho a la información será garantizado por el Estado”, y después de treinta años, fue que 2007 se promulgo, “máxima publicidad de toda la información en posesión de cualquier entidad, órgano y organismo federal, estatal y municipal”, asimismo se ordena la creación de organismos autónomos especializados para el acceso a la información.

Por todo lo anterior expuesto la hipótesis del presente trabajo de investigación denominado “Modernización de la comunicación social, en el municipio de Puebla con relación al presupuesto asignado para 2016”, mediante la cual se obtuvo información pública disponible en materiales electrónicos y medios impresos, se acepta parcialmente ya que es necesaria la voluntad de los actores municipales, sociales, intelectuales y políticos, considerando que la legislación vigente, considera de forma considerable el uso de las tecnologías de la información, como el medio para agilizar la vinculación y comunicación entre el municipio de Puebla y la sociedad.

Si nos referimos a todos los elementos que deben estar involucrados para modernizar la comunicación social en el municipio de Puebla, por lo cual se identificara en el siguiente esquema un análisis considerando: las Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.



Fuente: Elaboración Propia.

Sin embargo, el momento histórico que se vive actualmente con la evolución de todos estos actores y factores, se convierten en la oportunidad para que el municipio de Puebla, pueda ser el precursor de una cultura de participación ciudadana, transparencia y rendición de cuentas en México.

4.3 Propuestas

Se proponen establecer una red inalámbrica en áreas públicas que ofrezcan citas históricas de los lugares alusivos, de igual forma la información relevante sobre las acciones que realiza la administración municipal como lo con: obras en la zona, proyectos por realizar, campañas de salud, consultas ciudadanas, datos poblacionales, publicidad del municipio, eventos culturales, deportivos, educativos, estado meteorológico, alertas de protección civil, en la presidencias de las juntas auxiliares.

Se propone habilitar una base de datos y métodos de actualización, para concentrar la información electrónica de la sociedad, específicamente para envío de notificaciones a través del correo electrónico, un medio de comunicación formal, serio y seguro, por el cual se puede enviar una gaceta informativa a los ciudadanos, respecto a hechos programados u hechos urgentes, asimismo brinda la posibilidad de ofrecer a la ciudadanía ligas donde se detalle la información que al ciudadano le interese de ser el caso. También puede este medio ser el receptor de evaluaciones para estadísticas de satisfacción de los ciudadanos.

Se propone desarrollar una aplicación que permita atender necesidades de la misma. Y como hacer que la gente haga dicho ejercicio, creando el premio al ciudadano digital y aquel que reporte de forma verídica hechos que lo destacaron como buen ciudadano, se le otorgará un reconocimiento en sesión de cabildo y una gratificación económica, dicho estímulo puede ser en varias categorías, además de todo aquel que realiza más invitaciones para hacer uso de la aplicación, entre otros

Se propone desarrollar un proyecto ciudadano para la adquisición de un servidor para el manejo de la información y archivo de la misma, para lo cual se requiere un mega servidor que concentre y capte la información de los ciudadanos del municipio, incluso para con digitalizar el archivo histórico de la ciudad el cual es de

los más antiguos de Latinoamérica y que dicho material sea de acceso a la ciudadanía través de la red.

Inicialmente para aprovechar los recursos ya disponibles, como lo es la página del municipio de Puebla, se propone establecer un Programa de nominado “Reforestando Puebla por Like”, para incentivar las causas sociales y el cuidado del planeta se puede involucrar a la ciudadanía a visitar la página del municipio y por cada visita este reforestara los parques y zonas verdes de la ciudad.

Se propone que se desarrolle tal cual cómo en otras ciudades en el mundo, una campaña para identificar y potencializar la identidad de la ciudad, creando eventos y la marca “Puebla”, lo anterior de la mano de un concurso para desarrollar la misma, esto a través de la red y con ello involucrar a los actores: sociales, políticos, administrativos y académicos, dicho proyecto es importante que sea establecido a corto, mediano y largo plazo.

El municipio de Puebla puede ser la institución que certifique a través del internet a ciudadanos interesados en buscar alguna formación, por lo que se propone que sea en intermediario para certificar cualquier formación técnica para el desarrollo profesional, laboral y personal; también puede capacitar a los ciudadanos en temas de: seguridad, procedimientos administrativos, políticas públicas, computación, idiomas; esto con la finalidad de acercar a la sociedad a la administración municipal y contar con ciudadanos con las herramientas que la investigación y los centros de trabajo requieren en el recurso humano.

Se propone promover el acercamiento del municipio de Puebla con la sociedad, a través de mensajería instantánea enviada a dispositivos móviles por puntos estratégicos de la ciudad, tal cual como sucede al llegar a establecimientos de telefonía, se podría establecer estrategias para hacer llegar información del municipio de Puebla, a través de mensajes de texto, mismos que pueden ser enviados en forma general o de forma específica a cierta población identificada por zona o intereses identificados.

Bibliografía

Aguilar Villanueva, L. F. (2007). *Gobernanza y gestión pública*. México, D.F. Fondo de Cultura Económica.

Baran, S. J., Hidalgo Toledo, J. A., & Dávila Martínez, J. J. (2005). *Comunicación masiva en hispanoamérica : culturas y literatura mediática*. México : McGraw-Hill, Universidad Anáhuac, 2005.

Rey Morató, J. d. (2007). *Comunicación política, internet y campañas electorales : de la teledemocracia a la ciberdemocr@cia*. Madrid : Tecnos.

Bardach, E., Skertchly Benavides, A. C., & García-Junco Machado, D. (c1999). *Los ocho pasos para el análisis de políticas públicas : un manual para la práctica*. México : Centro de Investigación y Docencia Económicas : Miguel Ángel Porrúa, 1998.

Biagi, S., García Aguilar, P., & Soto Estrada, J. A. (2009). *Impacto de los medios de comunicación*. México, D.F. : Cengage learning, 2009.

Bonnin, C. B., Bonnin, C. B., & Cazenave Tapie Isoard, E. (2004). *Principios de administración pública*. México : Fondo de Cultura Económica.

Canto Chac, M. (2010). *Participación ciudadana en las políticas públicas*. México : Biblioteca básica de administración pública ; Siglo Ventiuno.

Comunicación gubernamental. (2001). Buenos Aires : Paidós ; c2001.

Durán Barba, J. (2006). *Mujer, sexualidad, internet y política : los nuevos electores latinoamericanos*. México : Fondo de Cultura Económica.

Harmon, M. M., Andrade Covián, P. J., & Mayer, R. T. (1999). *Teoría de la organización para la administración pública*. México : Fondo de Cultura Económica : Colegio Nacional de Ciencias políticas y Administración Pública.

Bendor, J., Lynn, N. B., & Suárez, E. L. (1999). *Administración pública : el estado actual de la disciplina*. México : Colegio Nacional de Ciencias Política ; Fondo de Cultura Económica, c1999.

Meyer, L. (2005). *El estado en busca del ciudadano : un ensayo sobre el proceso político mexicano contemporáneo*. México, D.F. : Océano, c2005.

Puig, T. (2003). *La Comunicación municipal cómplice con los ciudadanos*. Buenos Aires : Paidós, 2003.

Sosa, J. (2011). *Transparencia y rendición de cuentas*. México Siglo Veintiuno Editores 2011.

Villanueva, E. (2009). *Publicidad oficial : transparencia y equidad*. México : H. Cámara de Diputados : Jus : Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Jurídicas : Fundación para la Libertad de Expresión, 2009.

Bibliografía digital

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=21>: Consulta 07 de junio de 2016

Municipio de Puebla, Transparencia. <http://www.pueblacapital.gob.mx/transparencia/obligaciones-de-transparencia>; Consulta 07 de junio de 2016

Sistema Nacional de Información Municipal, *Enciclopedia de Municipios y Delegaciones de México*, 2014. <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM21puebla/municipios/21114a.htm>; Consultado 07 de junio de 2016

Municipio de Puebla, Transparencia. <http://www.pueblacapital.gob.mx/i-marco-normativo-aplicable/marco-legal/normatividad-municipal>; Consulta 07 de junio de 2016

Cámara de Diputados, Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/cpeum.htm>; Consulta 07 junio de 2016

Legislación del Estado de Puebla, Ley de Gobierno Digital para el Estado de Puebla y sus Municipios, <http://ojp.puebla.gob.mx/index.php/zoo-items-landing/item/ley-de-gobierno-digital-para-el-estado-de-puebla-y-sus-municipios>; Consulta 07 junio de 2016

Dirección General de Bibliotecas, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, <http://www.bibliotecas.buap.mx/portal/search>. Consulta 08 de junio de 2016

Enciclopedia de los Municipios de México Puebla, <http://web.archive.org/web/20120403003916/http://www.e-local.gob.mx/work/templates/enciclo/puebla/Mpios/21114a.htm>; Consulta 08 de junio de 2016

H, Congreso del Estado de Puebla, Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Puebla. http://www.congresopuebla.gob.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=10018&Itemid=578; Consulta 08 de junio de 2016

Periódico Virtual El Comercio. <http://elcomercio.pe/mundo/actualidad/cuantas-paginas-web-hay-25-anos-internet-noticia-1757509>; Consultado 14 de junio de 2016

Plan Municipal de Desarrollo. <http://www.pueblacapital.gob.mx/vi-planes-municipales-de-desarrollo>; Consultado 15 de junio de 2016

Cámara de Diputados, Ley de Planeación. <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lplan.htm>; Consultado 18 de junio de 2016

H, Congreso del Estado de Puebla, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Puebla. http://www.congresopuebla.gob.mx/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=25&limit=10&order=name&dir=DESC&Itemid=68&limitstart=60; consultado 18 de junio de 2016

Asociación Mexicana de Internet. <https://www.amipci.org.mx/es/estudios>; Consultado 21 de junio de 2016

<http://auditoriapuebla.gob.mx/leyes/item/ley-de-fiscalizacion-superior-y-rendicion-de-cuentas-para-el-estado-de-puebla-publicada-el-21-de-diciembre-de-2012>;

Consultado 22 de junio de 2016

Auditoria Superior del Estado de Puebla, Ley de Fiscalización Superior y Rendición de Cuentas para el Estado de Puebla.

https://www.google.com.mx/search?q=mapa+del+municipio+de+puebla&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiJ38f7jPHNAhVI5oMKHUUeDiQQ_AUICCGB&biw=1777&bih=887&dpr=0.9#tbm=isch&q=mapa+del+municipio+de+puebla&chip=s:q:mapa+del+municipio+de+puebla,g_2:capital&imgrc=1zy8kGua6xM%3A;

Consultado 12 de julio de 2016

Periódico Virtual El Economista,

<http://eleconomista.com.mx/industrias/2016/06/26/habra-70-millones-cibernautas-finalizar-2016-sct>: Consultado 13 de julio de 2016

Periódico Virtual El Economista,

<http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2016/06/26/sct-espera-cerrar-sexenio-100-millones-usuarios-internet>: Consultado 13 de julio de 2016

Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, Cámara de Diputados: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lftr.htm>: Consultado 13 de julio de 2016

Periódico Virtual El Cotidiano,

<http://www.elcotidianoenlinea.com.mx/pdf/18717.pdf>: Consultado 08 de agosto de 2016

Presidencia de la Republica, Plan Nacional de Desarrollo. <http://pnd.gob.mx/>: Consultado 08 de agosto de 2016

Merino, M. (2005). *El desafío de la transparencia. Una revisión de las normas de acceso a la información pública en las entidades federativas de México*. México :

CIDE, 2005. <http://www.uaq.mx/contraloriasocial/diplomado/biliografia-modulo3/Comparac-Merino.pdf>: Consultado 09 de agosto de 2016

<http://www.transparencia.puebla.gob.mx/index.php?Itemid=525>: Consultado 24 de agosto de 2016

Schedler, A. (2006). *¿Qué es la rendición de cuentas?*. México : IFAI, 2006. <http://inicio.ifai.org.mx/Publicaciones/Cuadernillo%2003%20B.pdf>: Consultado 04 de septiembre de 2016

Sistema Nacional de Información Municipal. <http://www.snim.rami.gob.mx/>: Consultado 04 de septiembre de 2016

Municipio de Puebla, <http://www.pueblacapital.gob.mx/images/transparencia/obl/08financiera/presupuesto.egresos16.pdf>: Consulta 04 de septiembre de 2016

Municipio de Puebla, <http://www.pueblacapital.gob.mx/images/transparencia/obl/08financiera/version.ciudadana.presupuesto2016.pdf>: Consulta 04 de septiembre de 2016

Revista Jurídica Jalisciense, Año XXII NÚM 47 Julio - diciembre de 2012. La autonomía municipal: su defensa ante la Suprema corte de Justicia de la Nación, Peralta Cabrera, Daniel. <http://publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/jurjal/volumenes/ano22no2.htm>