



**UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO**

**División de Ciencias Políticas y Humanidades**

**Comunicación gubernamental para el consenso: el caso del  
ayuntamiento de Othón P. Blanco 2013-2016.**

**TESIS**

**Para obtener el grado de:**

**LICENCIADA EN GOBIERNO  
Y GESTION PÚBLICA**

**Presenta**

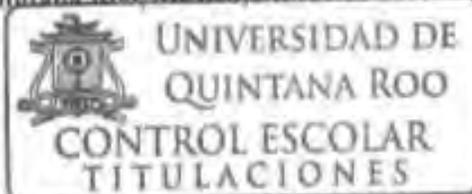
**Alma Karina Robertos Osorio**



**Directora:**

**Mtra. Citlalli Lucely Olvera Calderón**

**Chetumal, Quintana Roo, México, Marzo de 2018**





# UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO

División de Ciencias Políticas y Humanidades

Comunicación gubernamental para el consenso: el caso del Ayuntamiento de Othón P. Blanco 2013-2016

Tesis elaborada bajo la supervisión del comité del programa de Licenciatura y aprobada como requisito para obtener el grado de:

LICENCIADO EN GOBIERNO Y GESTIÓN PÚBLICA

## COMITÉ DE TESIS O MONOGRAFÍA

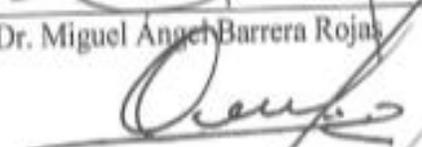
Director:

  
Mtra. Catalina Lucely Olvera Calderón

Asesor titular:

  
Dr. Miguel Ángel Barrera Rojas

Asesor titular:

  
Mtro. Oscar Luque Rodríguez

Asesor suplente:

  
Mtro. Lázaro María Marín

Asesor suplente:

  
Mtro. Moisés Israel Iraheta Ávila



Chetumal, Quintana Roo, México

## AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer principalmente a mis padres, quienes estuvieron conmigo durante todo este trayecto, han sido mi fuerza para continuar con mis sueños, corrigiendo mis faltas, pero siempre presentes en cada triunfo: A mi padre quien, con mucho esfuerzo, incluso muchas veces sin descanso, trabajó para sacarme adelante todos estos años. Por ser el ejemplo de que todo se alcanza con pasitos chiquitos, pero que todo se logra con mucha paciencia. Por ser la voz dura y enseñarme a vencer cada obstáculo con firmeza. A mi madre quien ha sido mi gran apoyo en todos los sentidos, por siempre estar atenta y presente en cada junta escolar, en cada citatorio, en cada festival, en cada aula desde el inicio de mis estudios. Por tú cariño incondicional, y por esas palabras de aliento para seguir adelante.

A mis hermanos, al mostrarme que el camino no es fácil pero siempre se puede salir adelante. Bere y Nachito, ustedes dos han sido y seguirán siendo mi ejemplo por seguir. A toda mi familia, que de mencionarlos y agradecer a cada uno me llevaría muchísimas hojas. Este trabajo va dedicado a ustedes por estar al pendiente durante toda esta trayectoria.

A una persona muy especial, Wady mi compañero de vivencias quien me ha apoyado por muchos años en todo momento. Gracias por acompañarme y ser un gran apoyo en este camino con mucha paciencia y por siempre darme ánimos. Así como a una persona muy especial: Isabel, mi animadora y consejera incondicional, y quien ha sido testigo y apoyo de todo este trayecto.

A mis compañeros y grandes amigos que conocí en la Universidad: Karla Palomo, Fernanda Avelar, Rafael Requena, quienes además estuvieron presentes en los desvelos y momentos más difíciles de la Universidad, gracias por su apoyo y hacer los mejores proyectos juntos.

También quiero agradecer a quienes me apoyaron durante esta investigación, a los Maestros Oscar Luque, Miguel Ángel Barrera, Lázaro Marín, Moises Iraheta, quienes realizaron el arduo trabajo de revisión. En especial a una gran maestra que estuvo presente en estos cinco años enseñándome y dando los mejores consejos, en definitiva, un gran apoyo como directora de tesis.

¡Gracias infinitas a todos!

# ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN.....	1
INTRODUCCIÓN .....	2
CAPÍTULO 1: COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL .....	4
1.1 Antecedentes de la comunicación gubernamental.....	4
1.2 Teorías que explican la comunicación política.....	6
1.3 Medios para informar acciones.....	8
1.4 Comunicación política: Comunicación gubernamental y electoral .....	9
1.4.1 ¿Cómo saber si es comunicación electoral o gubernamental? .....	11
1.5 Las estrategias comunicativas .....	15
1.6 Importancia de comunicar desde gobierno para el logro del sistema democrático .....	17
1.7 Enfoque de Rutinas de Comunicación Gubernamental.....	22
1.7.1 Acciones de Comunicación del gobierno como entidad.....	23
1.7.2 Acciones de comunicación de las políticas de un gobierno.....	25
1.7.3 Cuñas transversales: de desvío de la comunicación y de acceso a la información.....	26
CAPÍTULO 2. EL MUNICIPIO DE OTHÓN P. BLANCO .....	28
2.1 Comunicación gubernamental en México .....	28
2.2 Othón P. Blanco.....	31
2.3 Contextualización del gobierno de Eduardo Espinosa Abuxapqui .....	34
2.3.1 Biografía .....	34
2.3.2 Gobierno Municipal 2013-2016.....	35
2.4 Medios de masivos de difusión de acciones en el gobierno de Espinosa Abuxapqui .....	39

CAP. 3 RUTINAS DE COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL: GOBIERNO DE EDUARDO E. E. ABUXAPQUI 2013-2016 .....	47
3.1 Comunicación del gobierno como entidad .....	48
3.1.1 Comunicación del gobierno como un todo o mito de gobierno .....	48
3.1.2 Comunicación por segmentos o áreas .....	52
3.1.3 Comunicación de programas o proyectos .....	55
3.1.4 Comunicación Informativa y pedagógica .....	57
3.2 Acciones de comunicación de las políticas de un gobierno .....	58
3.2.1 Comunicación por valores .....	59
3.2.2 Comunicación de apelaciones conmemorativas .....	61
3.2.3 Comunicación basada en el humor .....	61
3.2.4 Comunicación negativa y basada en el temor .....	62
3.2.5 Comunicación agradable, amigable o de estilos de vida .....	62
3.2.6 Comunicación inventarial contable o centrada en hechos .....	63
3.3 Cuñas transversales.....	64
3.3.1 <i>Cuña de desvío de la comunicación</i> .....	64
3.3.2 <i>Cuña de acceso a la información</i> .....	68
3.4 Reacción de la ciudadanía antes las prácticas comunicaciones del gobierno de Abuxapqui .....	69
CONCLUSIONES .....	75
ANEXOS.....	77
REFERENCIAS .....	121

## ÍNDICES DE TABLAS

Tabla 1. Diferenciación entre comunicación gubernamental y electoral.....	13
Tabla 2. Medios utilizados para informar acciones .....	39
Tabla 3. Prensa escrita en circulación del Municipio de Othón P. Blanco .....	41
Tabla 4. Visibilidad de acciones en diario de Quintana Roo .....	42
Tabla 5. Mito de gobierno administración Othón P. Blanco 2013-2016 .....	50
Tabla 6. Ejemplos de comunicación por segmentos o áreas administración 2013-2016....	52
Tabla 7. Agradecimientos de ciudadanos en el Diario de Quintana Roo .....	69

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo de Rutinas de Comunicación Gubernamental .....	22
Figura 2. De la división administrativa del municipio.....	33
Figura 3. Logo de gobierno 2013-2016 .....	36
Figura 4 Ejemplo de la estrategia de comunicación basada en la experiencia .....	51
Figura 5. Ejemplo de comunicación por segmentos .....	54
Figura 6. Tapa de absorción.....	56
Figura 7. Fuente pescador .....	56
Figura 8. Dirección de turismo .....	56
Figura 9. Ejemplo de comunicación basada en el humor .....	62
Figura 10. Comparación de comentarios de la ciudadanía de octubre 2013-septiembre 2016. .....	72
Figura 11. Visibilidad de acciones en el Diario de Quintana Roo .....	77
Figura 12. Comentarios de los ciudadanos en el 2013.....	119
Figura 13. Comentarios de los ciudadanos en el 2014.....	119
Figura 14. Comentarios de los ciudadanos en el 2015.....	120
Figura 15. Comentarios de los ciudadanos en el 2016.....	120

## **RESUMEN**

La presente tesis es un análisis de las acciones de comunicación aplicadas en la administración de Eduardo Elias Espinosa Abuxapqui 2013-2016, de manera que se toma como referente el modelo de Rutinas de Comunicación Gubernamental de Riorda (2013). Enfocándose en la forma de comunicar, medios implementados para comunicar y los resultados obtenidos de gobierno, siendo estos elementos las estrategias de gobierno.

De esta manera sostenemos que comunicar estratégicamente forma una opinión pública favorable para el gobierno, mantenida en un mito de gobierno que permite el consenso ciudadano. Esto se realiza a través de la explicación de la carrera política y en la administración pública de Eduardo Espinosa Abuxapqui; la recopilación de todas las acciones comunicativas en diarios y redes sociales como estrategia de comunicación gubernamental; finalmente las reacciones y resultados obtenidos de la ciudadanía al comunicar sus acciones de gobierno pretendiendo dar cuenta si se consigue el apoyo y consenso ciudadano.

## INTRODUCCIÓN

La comunicación gubernamental es un elemento fundamental en el modelo democrático, pues dota de información al ciudadano que toma las decisiones y a través de éste se permite el consenso ciudadano, parte importante de legitimar el poder. En México ante el descontento ciudadano y falta de credibilidad de gobierno en los tres niveles, se hace imprescindible dar a conocer las acciones que está llevando a cabo, pues es una manera de rendir cuentas al electorado que lo ha colocado, de dar a conocer en que se están utilizando los recursos recaudados de los ciudadanos.

Es a través de las estrategias comunicativas que se puede conseguir generar una opinión pública favorable. Cabe resaltar, que los ciudadanos quieren y apoyan lo que convence, y para convencer se necesita de las estrategias y los medios necesarios para hacer llegar el mensaje a la ciudadanía, así como para lograr el objetivo de la comunicación gubernamental “generar consenso”.

Por ello, esta investigación parte de realizar un análisis de las acciones de comunicación aplicadas en la administración de Eduardo Elías Espinosa Abuxapqui (EEEA) 2013-2016, de manera que se toma como referente el modelo de Rutinas de Comunicación Gubernamental de Riorda (2013). Enfocándose en la forma de comunicar, medios implementados para comunicar y los resultados obtenidos de gobierno, siendo estos elementos las estrategias de gobierno.

El primer capítulo se encuentra dividido en cuatro apartados: el primero alude a antecedentes de la comunicación política gubernamental, incluyendo aspectos históricos, teorías y modelos que ayudan a explicar la evolución de esta. El segundo aporta la definición de comunicación política para tomar el concepto de las formas en la que esta se presenta: gubernamental, electoral, de crisis y de riesgo; también se resume que es la estrategia y como se aplica en la comunicación gubernamental, que incluye: lo que se comunica (mensaje), los fines y los efectos o lo que se quiere conseguir. En el tercero se sostiene la importancia de comunicar desde gobierno, resaltando que se utiliza en el ambiente democrático para generar confianza, participación, legitimidad y consenso. Por último, se presenta el modelo de Rutinas de Comunicación Gubernamental de Mario Riorda que será el modelo para aplicar para la evaluación de la estrategia comunicativa del municipio.

El segundo capítulo se divide en cuatro apartados: en el primero se realiza una breve contextualización del surgimiento del tema de comunicación gubernamental en México. El segundo describe al espacio donde se produce la administración del objeto de estudio “el municipio de Othón P. Blanco”. En el tercero se identifican las acciones realizadas en la administración del Gobierno de Eduardo Espinosa Abuxapqui 2013-2016. Finalmente, en el cuarto apartado se identifican los medios que se emplearon para comunicar acciones a los ciudadanos durante los tres años de administración, así como una revisión de los temas mayor difundidos en el Diario de Quintana Roo, siendo este el medio de prensa de mayor alcance y más utilizado por el gobierno municipal 2013-2016.

Para finalizar la investigación, el tercer capítulo parte en categorizar las acciones comunicativas de la administración 2013-2016 del Municipio de Othón P. Blanco, a partir de la recopilación de los medios informativos y electrónicos. De esta forma se estructura este último capítulo en cinco apartados: los primeros cuatro corresponden a las partes del enfoque de Rutinas de Comunicación Gubernamental de Mario Riorda (2008): 1. Acciones de comunicación del gobierno como entidad. 2. Acciones de comunicación de las políticas de un gobierno, 3. Cuña de desvío de la comunicación, y 4. Cuña de acceso a la información, en los cuales se ejemplifica la actividad comunicativa de Eduardo Elías Espinosa Abuxapqui. Finalmente, el último apartado corresponde a la recopilación de comentarios, reacciones y notas hechas por los ciudadanos, que representarán una aproximación de los resultados obtenidos al comunicar sus acciones de gobierno pretendiendo dar cuenta si se consigue el apoyo y consenso ciudadano.

# **CAPÍTULO 1: COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL**

Este primer capítulo tiene como objetivo definir los conceptos necesarios para evaluar las estrategias de comunicación gubernamental de los municipios. A través de este, se permite una mejor comprensión para el lector sobre los elementos de la comunicación gubernamental; por ello es importante presentar algunos antecedentes de ésta. Asimismo, se realiza una comparación sobre dos formas diferentes en las que se presenta la comunicación política: la gubernamental y la electoral, tomando en cuenta que estas son las que suelen confundir, debido a como se manejan de manera indiferente y que se explican en este apartado. Se recalca también, la importancia de comunicar desde gobierno para el sistema democrático enmarcado a la obtención de consenso. Finalmente se presenta el enfoque a utilizar para el análisis: “Rutinas de Comunicación Gubernamental” de Mario Riorda (2008).

## **1.1 Antecedentes de la comunicación gubernamental**

Para iniciar el estudio de la comunicación en su forma gubernamental, hay que entender la comunicación en sí, la cual percibo como la proporción e intercambio de información entre dos personas o más, de manera directa o por un canal de información. Hay que tener en cuenta que la comunicación no es un tema reciente, pues ha estado presente desde hace muchos años.

Tiene sus inicios desde la prehistoria donde los primeros hombres utilizaban lenguaje arcaico para comunicarse, así como el primer intento de comunicación escrita como lo son las pinturas (Navarro, 2005, p. 1). En este mismo sentido, para explicar la historia y evolución de la comunicación gubernamental hay que recalcar que es una de las cuatro diferentes formas en las que se presenta la comunicación política, por lo que se toma como referencia en los antecedentes la política en general. Entre tanto, muchos autores han utilizado comunicación política y comunicación gubernamental como iguales.

Lo anterior se debe a que ambas son utilizadas de la misma manera, pues juntas construyen lo social (Solís, 2016, párr. 5), así como elementos que comparten y que las

identifican. Visto desde esta perspectiva al analizar sus antecedentes cuando refiera a comunicación política se estará haciendo mención de su forma gubernamental.

A partir de lo anterior, hay que detenerse a revisar el origen de la comunicación política. Esta se remonta desde años atrás, sin embargo, como disciplina se denota hasta el siglo XX (Zia, 2016, p. 2). A pesar de ello estuvo presente desde la ciudad-estado, así lo expone Wolton (citado por Montes, O' Quínn, Morales y Rodríguez, 2011) pues de acuerdo con este autor tiene sus inicios desde las aportaciones de Platón y Aristóteles con la retórica en las plazas públicas (p.88). La retórica es entendida como el discurso que producía persuasión, esto último es uno de los fines que persigue la comunicación gubernamental, lo cual demuestra el alcance de hacer uso de la palabra hacia los ciudadanos.

Otro acontecimiento que marca la aparición de la comunicación política desde tiempos atrás es el “acta Diurna Populi Romani” creada por Julio Cesar. Esta acta era un instrumento que funcionaba como un periódico gubernamental en el que se publicaban actos de gobierno, así como diversa información de la familia imperial, y diversas noticias de la ciudad (González, 2002, p.92). De esa manera el periódico sirvió para hacer llegar las acciones de gobierno a los ciudadanos, siendo una forma de acercarse a la sociedad de ese entonces. Posteriormente este sería un medio utilizado por el político para hacer llegar las acciones.

Años más adelante, durante la primera guerra mundial, se hace uso de este tipo de comunicación que juega un papel importante en el desarrollo de los enfrentamientos. Pues para movilizar a los ciudadanos a contribuir con su nación, se dieron mensajes cuidadosamente diseñados para producir lazos (Fleur, Ball-Rokeach, 1997, p.249).

Resulta que los ciudadanos fueron sometidos a la persuasión y manipulación para apoyar la guerra lo que generó una crisis de credibilidad (Monzón, 1996, p.170). Hay que resaltar que, en caso de hacer mal uso de la comunicación, o en su caso, que los ciudadanos a los que les es dirigido el mensaje lo perciban malintencionado, puede llevar al rechazo, a una crisis de credibilidad, o incluso a una posible protesta social.

Entre otros acontecimientos, no es hasta la democracia moderna que se incorpora la comunicación política gubernamental entre los contenidos de la ciencia política, pues es en ella donde se produce diálogos entre gobernados y gobernantes, gobierno y oposición, mayorías y minorías (Monzón, 1996, p. 219). A través de lo cual, se explica que debe existir un mayor acercamiento entre el gobierno y sociedad. En el entendido que, en una democracia la soberanía reside en el pueblo, y por tanto las elecciones recaen en los mismos ciudadanos. Por ello es por lo que el político tiene que convencer que es la mejor opción para llevar las acciones.

De esta forma se explica la mejor época de la comunicación y donde se desarrolla como disciplina a través del sistema democrático, pues exige mantener una relación y una rendición de cuentas a los ciudadanos. Además, hay que resaltar que esta surge y existe a partir de que emerge la elección de candidatos, donde hay que convencer para ganar.

## **1.2 Teorías que explican la comunicación política**

A demás de los primeros acontecimientos del surgimiento de la comunicación política, varios autores se dedicaron a estudiarla años atrás y en la actualidad, surgiendo así varias teorías y modelos que ayudan a explicarla. La primera teoría aplicada al estudio de la comunicación es la conductista.

Para explicar el método conductista Monzón (1996) explica “el conductismo toma en consideración aquello que aparece como verdaderamente observable, rechazando cualquier tipo de estructura que no pueda ser utilizada experimentalmente” (p. 227). El exponente de la teoría conductista es Laswell, quien realiza los primeros estudios de la comunicación y crea un modelo en 1948. El modelo establece los factores que hay que tener en cuenta en el proceso de comunicación basado en las preguntas: ¿quién? (comunicador), ¿dice qué? (mensaje), ¿en qué canal? (medio), ¿a quién? (receptor), y ¿con qué efecto? (efecto) (Fleur y Ball-Rokeach, 1997, p.250).

Es a través de estas preguntas en las que se puede explicar el proceso de comunicación y como debe ser estratégicamente precisada al momento de exponer el mensaje a la ciudadanía. A partir del último factor del modelo “el efecto”, denota la importancia y poder que juega la comunicación, lo que se quiere o pretende conseguir.

En cualquiera de las formas en las que se presente la comunicación política el proceso será el mismo, sin embargo, cambiará el efecto o en su caso el objetivo a obtener y que detallaremos más adelante. Otro aspecto en el que Laswell se enfoca es en la relación causa-efecto, explicado de una forma que la masa es manipulable por medio de los mensajes y la propaganda, esto se debe a que está expuesto a los medios informativos y se logra convencer al individuo y así adherirlo.

A través del estudio de Laswell, otros autores que se enfocaron a estudiar la comunicación política fueron Lazarsfeld, Berelson y Gaudet quienes también estudiaron el

efecto de la comunicación en la campaña de las elecciones de Estados Unidos en 1940. Este estudio consistió en identificar el impacto de la información que se daba de los candidatos sobre los votantes (Fleur y Ball-Rokeach, 1997, p.251).

Este estudio consistió en entrevistar a grupos de personas en el periodo de la campaña, con el objetivo de conocer cómo va cambiando de opinión el electorado. En conclusión, el estudio de Lazarsfeld demuestra que la opinión, favorable o no, del ciudadano se veía influenciado ya sea por el discurso o porque había leído algún artículo en el periódico sobre el candidato. Estas investigaciones terminan por demostrar que la comunicación y los medios tienen una fuerte influencia en las personas, de manera que pueden incidir en su opinión y decisión.

Desde esta perspectiva, para mediados de 1960 estaba la idea que la comunicación transmitida a través de los medios servía para reforzar actividades determinadas. Esto era principalmente enfocado a las cuestiones electorales, es hasta 1980 que el estudio de la comunicación se centraba en el discurso político, la relación de los medios, la opinión pública y las instituciones gubernamentales (Reyes, O' Quínn, Morales, y Rodríguez, 2011, p.89). A partir del segundo suceso es que se buscaba definir la comunicación política como tal y ya incluía a la institución gubernamental y la opinión pública.

El segundo modelo es el que presenta R. Wright. Charles Wrigh, que explica que la comunicación es utilizada por las masas para distintas funciones y esto reduce la incertidumbre (Ransanz, 2012, párr. 3). Estas funciones dirá Wrigh que son: vigilar, difundir, transmitir y entretener (Monzón, 1996, p. 232). La actividad en la que debemos enfocarnos es en el entretenimiento, pues está destinada a distraer a la gente (Monzón, 1996, p. 233). Lo anterior significa y demuestra cómo se ha ido transformando y la forma en la que se ha presentado principalmente la comunicación: como una forma de distracción y de conseguir lo que se quiere y no de llevarla efectivamente porque hay que cumplir.

El tercero es la teoría del impacto directo, esta teoría “supone que los medios de comunicación son tan poderosos como para inyectar sus mensajes dentro del receptor y producir la reacción deseada de manera inmediata” (Guarné, 2005, p.183). Podríamos entender desde este punto que la población está expuesta a los medios de comunicación, y por ende está expuesta a recibir información que va a formar una opinión en ellos, ya sea favorable o no, esto último dependerá de la estrategia que se lleve a cabo.

Otra teoría es la de usos y gratificaciones. Esta “entiende al consumidor como un usuario activo que interpreta el contenido de la comunicación y lo utiliza, y que no es pasivamente influenciado por el mismo” (Guarné, 2005, p.184). A partir de esta última teoría es que se

empieza a ver a la comunicación no sólo que produce un efecto, como se vio en las teorías y modelos anteriores, sino que esta comunicación puede empoderar al ciudadano. Esto se debe a que un ciudadano informado que no se deja influenciar o manipular, entre tanto empodera su voz y participación a través de la información que recibe.

### **1.3 Medios para informar acciones**

Para informar y dar a conocer actividades y acciones de gobierno, el político hace uso de diferentes canales para hacerlos llegar a su público. Para ello, destina recursos para que los diferentes medios difundan su acontecer diario, pero también puede hacer uso de medios oficiales para llevarlo a cabo.

Los medios utilizados en la comunicación gubernamental principalmente deben ser de forma primaria, es decir, que toda la información es realizada por el aparato gubernamental de modo que es el medio primario de la información. Con esto refiero que toda la información es proporcionada por el presidente. En cambio, toda información realizada por otro medio diferente al oficial y al primario, es una comunicación Expost.

Con lo anterior refiero que, si bien el mensaje se realiza por diferentes medios, siempre es el presidente, o en ocasiones con apoyo de alguna área o departamento, que hagan llegar el mensaje a los diversos medios para ser difundido. Refiere a una comunicación ex post, pues el mensaje es interpretado por los medios de comunicación.

Cabe mencionar que los medios para informar son diversos, Harry Pross expone la clasificación de los medios en tres que son primarios, secundarios y terciarios, pero Manfred Fabler agrega una cuarta categoría a esta clasificación debido al avance y evolución masiva de la tecnología en el mundo (Domínguez, 2012, p.15), de esta manera los medios son clasificados en cuatro:

- Primarios: son los medios que no utilizan la tecnología, refiere a que son los mensajes que se dan de una persona hacia un público.
- Secundarios: es el medio impreso, como lo son los periódicos, revistas, espectaculares, folletos, etcétera.
- Terciarios: este es el medio que hace uso de medios electrónicos y tecnologías, pues requieren de un aparato que muestre el mensaje, tales como la televisión, radio, telégrafo, etcétera.

- Cuaternarios: son los nuevos medios que permiten una comunicación masiva que logra acortar las distancias para dar y recibir mensajes, ejemplo de estos son el internet, celulares, televisión satelital, etcétera.

Cabe resaltar que de la anterior clasificación llamaremos medios tradicionales a los tres primeros y medios modernos a la última categoría.

## **1.4 Comunicación política: Comunicación gubernamental y electoral**

Como se ha señalado la comunicación política, al principio se enmarcaba a la comunicación entre gobierno y sociedad, limitado a la explicación de las cuestiones electorales, de manera que se limitaba principalmente al papel que empleaba la comunicación en las elecciones. Posteriormente los estudios se enfocaron a analizar el intercambio de información entre el político y ciudadano, debido a que el ciudadano empieza a involucrarse en las cuestiones públicas a través de la participación.

De acuerdo a los estudios que se presentaron anteriormente pareciera que comunicación política y gubernamental son iguales, sin embargo, cada uno tiene características propias. Esto no significa que sean lo mismo, sino que la comunicación política se presenta de diferentes formas, por lo que Riorda (2011) explica que “la comunicación política está ampliamente imbricada en sus diferentes manifestaciones, pero esa imbricación no hace iguales a cada modo en que aquella se presenta” (p. 99).

Por lo tanto, todas las formas mantienen características propias que las diferencian a cada una de las otras. A continuación, se presentan diferentes definiciones de diversos autores de la comunicación política para posteriormente poder establecer la diferencia entre estas.

Para tomar una definición de la comunicación política hay que retomar el concepto de comunicación para entender los elementos del proceso de comunicar. Para lo que Shannon (1949), expone que es “un sistema de transmisión discreta de mensajes que está organizado en función de una fuente, un mensaje, un canal y un receptor, su funcionamiento es lineal” (p.93). De esta definición se entiende que comunicación es el intercambio de información que se produce cuando hay una interacción entre dos o más personas a través de un medio. Este intercambio de información implica componentes que se encuentran en el proceso de

comunicar, estos de acuerdo con Azcárate (2000) son: el emisor, receptor, mensaje, código, y canal (p.4).

Además de los componentes anteriormente mencionados, el comunicar implica alcanzar un fin, dependiendo de lo que se quiere decir y conseguir del mensaje. Rios (2005) explica que son cuatro: el de informar (función representativa), entretener (función expresiva), persuadir (función apelativa), actuar (función apelativa/directiva) (p.4-5). Cuando refiere a representativa, se enfoca y limita únicamente a transmitir información sin buscar una reacción en el receptor. Por su parte la función expresiva el emisor refleja emoción al dar el mensaje. Entre tanto en la función apelativa el emisor busca provocar una reacción “la de persuadir”. Finalmente, la función apelativa/directiva refiere a captar la atención del receptor.

Varios autores al definir la comunicación política incluyen estos elementos, como bien explica Guerrero (citado por Montes, et. al., 2011) al mencionar que la comunicación política es “el conjunto de técnicas y procedimientos de que disponen los actores políticos, en especial los gobernantes, para atraer, controlar y persuadir a la opinión pública” (p.94). Sin embargo, este autor incluye controlar, parecido al de dirigir, aspecto importante de toda comunicación de tipo política. Esta definición refiere al “conjunto de técnicas y procesos” la forma y la estrategia en la que se es presentada la información para poder influir en la opinión de los ciudadanos.

Otra definición es la que expone Zia (2016) la comunicación política es: “el cambio y la comparación de los contenidos de interés público producidas por los tres actores operantes en el espacio público, el sistema político, el sistema de los medios de comunicación y el ciudadano-elector” (p. 4). Dicho de otro modo, la comunicación política tiene como protagonista al actor político quien es el que comunica las acciones del Estado y de las instituciones que son de merced para toda la sociedad, a través de diferentes medios para hacer llegar el mensaje.

Por su parte, Del Rey Morato (1966) explica que la comunicación política pertenece a una “categoría cultural construida a partir de la interacción que protagonizan actores sociales (individuales e institucionales) instalados en roles sociales perfectamente definidos: periodistas y medios de comunicación, políticos, partidos políticos, y administraciones públicas” (p.176). Mediante esta definición se puede establecer a grandes rasgos los diferentes roles que pertenece a cada una de las diferentes formas en que se puede presentar la comunicación política, aspecto que retomaremos en el siguiente apartado.

De las definiciones anteriores se pueden identificar los actores involucrados y a pequeños rasgos el papel de cada uno en el proceso de comunicación, que se debe resaltar para entender la forma gubernamental de la comunicación política. Estos actores son:

- El sistema político (gobernantes, partidos políticos, instituciones, etc.): es el encargado de proporcionar la información.
- El ciudadano: es el receptor del mensaje.
- Medios de comunicación: será el canal del mensaje.

Estos son los aspectos principales por tomar en cuenta, se ha recalcado mucho los elementos, componentes, y fines, porque eso es lo que define a la comunicación política. Si bien la comunicación puede darse de doble vía político-ciudadano o ciudadano-político, en este momento solo nos enfocaremos al primero, debido a que es la parte en la fuente principal de información que implica conseguir algo a cambio, o el de solo informar.

Una vez definida y entendida la comunicación política, podemos hablar de las diferentes formas en las que esta se presenta. Riorda (2011) menciona que son 4: como comunicación gubernamental, electoral, de crisis y de riesgo (p. 99).

Mientras que en la primera se busca el consenso, y en la segunda ganar las elecciones, la de crisis tiene como objetivo eliminar el conflicto, y la de riesgo debe prevenir a través de hacer percibir el riesgo y así lograr prevenir futuras situaciones (Riorda, 2011, p. 100). Para cuestiones de este trabajo diferenciaremos la electoral con la gubernamental, debido a que recurrentemente suelen presentarse como iguales, por lo que comparar estas dos maneras permitirá un mejor entendimiento de la comunicación en cuestión a estudiar.

#### ***1.4.1 ¿Cómo saber si es comunicación electoral o gubernamental?***

Para diferenciar la comunicación electoral y gubernamental se presentan diferentes definiciones de varios autores. Para empezar, al definir la comunicación gubernamental tal como Molina (2004) explica es: La comunicación que se mantiene dentro del gobierno entre sus diversas áreas y que busca asegurar su mejor integración, su funcionamiento, su diversificación y un campo crecientemente ampliado de asuntos de su competencia que le permiten evolucionar internamente, y la comunicación que el gobierno mantiene con su entorno, es decir, con los partidos políticos, los otros sistemas de la sociedad y la ciudadanía en general, así como con el sistema político global (p.39).

A través de esta definición se establecen dos formas de comunicación gubernamental. La primera es la interna, que es la que se da dentro del aparato gubernamental para su

funcionamiento. La segunda es a la que refiere este análisis, la comunicación externa, es decir, la que gobierno mantiene con la ciudadanía, que es el público al que se dirige el mensaje.

Otro concepto es el que plantea Riorda (2008) al mencionar: “hace referencia a la comunicación de los gobiernos ejecutivos, sin distinción de niveles o actores dentro de ese poder, y excluyendo por cierto a todo lo que sea sector público no gubernamental” (p. 106).

Con estas definiciones llevamos a una: que la comunicación gubernamental funge como el acto de los gobiernos ejecutivos de compartir información sobre todo enfocadas en las acciones realizadas por el gobierno, para conseguir respaldo, apoyo, legitimidad y consenso de su accionar.

Por su parte la comunicación electoral “predomina en los períodos de campañas electorales, cuando los candidatos de los distintos partidos buscan alcanzar el poder compitiendo entre sí por los votos de los ciudadanos” (Díaz, 2016, párr. 5). De esta forma este tipo solo se presenta durante los periodos electorales, en los que el político busca posicionarse a ganar las elecciones y por tanto hace uso de la publicidad para crear una imagen en la sociedad a su favor.

De igual forma Canel (1999) define la comunicación política electoral como “aquellas técnicas de comunicación política que utilizan los partidos políticos en un proceso de comunicación social, fundamentalmente de carácter persuasivo, con recursos tanto psicológicos como informativos con el fin de lograr votos para llegar al poder” p. (35). De esta definición se puede resaltar que, en el proceso comunicativo electoral los partidos políticos utilizan estrategias comunicativas con el fin de atraer al electorado y así ganar las elecciones.

Otra forma de diferenciar estas dos, es a través de diferentes aspectos, para lo que Riorda (2011) reflexiona las diferencias entre ellas por sus: objetivos, destinatarios, plazos formales, combinación de argumentos a temporalidad de sus acciones, costos, uso de eslóganes, polisemia de los mensajes centrales y/o eslóganes y los actores enunciadorees. Estas diferencias se resumen en el siguiente gráfico:

Tabla 1. Diferenciación entre comunicación gubernamental y electoral

Temas de diferenciación	Comunicación gubernamental	Comunicación electoral
Objetivos	General el máximo consenso posible o el máximo deseado. Puede eliminar o alentar una conflictividad controlada	Ganar una campaña o aumentar la mayor cantidad de votos posibles. Puede eliminar o alentar una conflictividad controlada
Destinatarios del mensaje	Todos son destinatarios, aun en mensajes con segmentación diferenciada	Se deben realizar mensajes con segmentación diferenciada, aunque hay dificultades en sistemas de voto obligatorios
Plazos formales	Mediano o largo plazo del mandato	Corto plazo preelectoral y cortísimo plazo legal electoral
Combinación de argumentos a temporalidad de sus acciones	Nunca empieza y nunca termina	Nunca empieza y tiene fin
Costos	Muy costosa	Muy costosa
Uso de eslóganes	Siempre uno, aunque puede evolucionar con coherencia	Pueden coexistir simultáneamente varios
Polisemia de los mensajes centrales y/o eslóganes	Los más polisémicos posibles, pero pueden combinarse con mensajes de significado directo	Es indistinto que los mensajes sean polisémicos o no, pero debieran combinarse ambos tipos de mensajes
Actores enunciadores	Publicidad institucionalista, prensa personalista	Publicidad y prensa hiper personalista

Fuente: Riorda, 2011.

Con lo anterior podemos identificar algunas diferencias de la comunicación gubernamental de la electoral, mientras la primera tiene como objetivo aceptación de las acciones (consenso), la segunda busca la obtención de votos para ganar las elecciones. Esto

parte de que, en la comunicación gubernamental el político busca la aceptación de sus acciones, pues lo que se informa son acciones del gobierno. Mientras que, en la electoral el político busca la aceptación de sus propuestas de campaña para ganar las elecciones.

De la misma forma la gubernamental, es realizada por el gobierno ejecutivo y es llevada a cabo por el mismo, así como puede recurrir a diferentes medios como la prensa con mensajes personalizados. Mientras que la electoral, es ejecutada por el candidato a elegir que es posicionado por un partido político y recurre a la publicidad y prensa.

Otra diferencia es que la comunicación gubernamental no debe ser segmentada, sino que debe ser dirigida a toda la población a razón de obtener consenso por la mayoría. En cambio, la electoral puede ser segmentada ya que con una parte del electorado se puede conseguir ganar las elecciones.

Los plazos también son diferentes, pues en la gubernamental no se debe dejar de informar de las acciones y debe durar toda la gestión. En la electoral los plazos formales son los que marque la ley electoral de cada lugar.

En cuanto a la Combinación de argumentos y temporalidad de sus acciones la comunicación gubernamental en términos de impacto no tiene antes, pues lo dicho en el mandato anterior tendrá significancia en el mandato en turno. Como tampoco tiene un fin, ya que lo comunicado cuando la gestión finalice, pues todo lo que se haya informado tendrá impacto en el futuro. Al igual que la comunicación gubernamental la comunicación electoral tampoco tiene antes, esto es que todo lo que se haya dicho antes del mandato tendrá un impacto en la campaña electoral pero este si tiene fin y es cuando el tiempo electoral finaliza (Riorda, 2011, p. 102).

Aunado a estas diferencias identificaremos que, en la comunicación electoral, el político la realiza antes de la gubernamental. En el entendido que para llegar al puesto se produce una campaña electoral, en el caso de elección popular, en la que se hacen propuestas y se intenta posicionar al candidato para ganar la elección, y así llegar al puesto. Mientras que la gubernamental sucederá una vez en el puesto, ahora será un proceso de rendición de cuentas, pero además podrá utilizarlo para convencer y mantenerse en el poder.

## 1.5 Las estrategias comunicativas

Para que una comunicación sea efectiva en cualquiera de sus formas se necesita de la planificación de estrategias que encaminen a la obtención de objetivos. Para identificar las estrategias de comunicación se debe empezar por definir estrategia. La estrategia explica Porter (Citado por Sánchez, 2011) es “la capacidad de adquirir una ventaja sobre un competidor” (p. 6). Esto deja en visto que es necesario una planificación de la comunicación que de un valor mayor sobre la oposición.

En ese mismo sentido Porter (citado por Sánchez, 2011) define a la comunicación estratégica como:

Política pública aprobada e implementada por una autoridad gubernamental y dirigida a potenciar las ventajas competitivas y a consolidar la posición de una Nación, mediante el intercambio (emisión/recepción) proactivo y constante de mensajes con audiencias seleccionadas y a través de diversos medios y canales (p.7).

Porter refiere a que una estrategia comunicativa debe estar planeada para favorecer y fortalecer a la autoridad gubernamental, mediante el posicionamiento de este, a través de diferentes medios que logren hacer llegar la información del gobierno. Pero también que permite una comunicación de doble vía.

Otra de las definiciones que ayudan a entender la estrategia de comunicación es la que presenta Riorda y Elizalde (2013) al mencionar que es:

Tratar de saber con cierta seguridad qué fines se persiguen realmente, qué medios se usarán para alcanzarlos y que efectos se quiere o no se quiere o se está dispuesto o no a generar por y para conseguir el fin o por aplicar el o los medios elegidos (p.22).

Es decir, que para plantear la estrategia comunicativa se debe prever la manera en la que se dará el mensaje, lo cual no solo refiere al medio por el que se propagará, si no que se debe diseñar a través del objetivo lo que se quiere conseguir para llevarla a cabo. En ese mismo ámbito menciona Kischen (citado por Sánchez, 2011) que la comunicación estratégica posee tres rasgos que hay que tener en cuenta:

- Es el resultado de una autoridad pública.
- Es siempre una acción deliberada por acción u omisión.

- Se dirige siempre al cumplimiento de unos fines y objetivos concretos y previamente establecidos (p.3).

A grandes rasgos se debe entender por estrategia de comunicación la planificación del mensaje a proporcionar a la población para posicionar una ventaja de quien la lleva a cabo, en este caso el poder ejecutivo. Esta debe tener en cuenta el fin y el efecto que quiere lograr, así como el canal por el que dará a conocer el mensaje. En el caso de la comunicación gubernamental como se revisó anteriormente el fin y efecto que quiere lograr, es el objetivo como tal, la obtención de consenso y por tanto legitimidad y aceptación de las acciones de gobierno.

Cabe resaltar que las estrategias de comunicación que implementa el poder ejecutivo están determinadas por diferentes factores. Como lo son: la personalidad del presidente, la fragmentación y gobernabilidad del partido, el relacionamiento con la oposición, el contexto económico, entre otros factores (Ponce y Matías, 2000).

Por otra parte, para establecer una estrategia comunicativa hay que ocuparse de tres dimensiones de acuerdo con Elizalde y Riorda (2013):

- Nivel estratégico: se deben definir los intereses y el mensaje que llegue a influir en las personas para alcanzar el fin que se pretende obtener.
- Nivel operativo: se organiza la planificación del diseño y la comunicación del mensaje.
- Nivel táctico: en el que se ejecuta el mensaje de modo concreto y fático (p. 25)

Estos niveles refieren en sí a la estrategia, de manera que no sólo es dar el mensaje sin planificar. Pues como se ha recalcado el mensaje influye en la sociedad y esto es lo que permite alcanzar el objetivo de la comunicación. Una estrategia mal planificada podría producir efectos negativos en la gestión y una falta de apoyo ciudadano si esta no genera la confianza suficiente.

Por otro lado, hay ciertas condiciones que deben cumplirse para que la comunicación de la entidad pública sea estratégica, Preciado (2010) menciona tres:

- 1) la comunicación es un elemento central en la toma de decisiones y, por lo tanto, los representantes del área de comunicación deben participar de forma activa en el diseño de la estrategia y aportar información para tomar decisiones;

- 2) los objetivos de la estrategia guardan concordancia con la estrategia global de la organización;

- 3) el diseño de la estrategia contempla tres niveles: el global, el táctico, y el operativo (p. 52-53).

Llama la atención que cada autor al hablar de estrategia hace énfasis en el mensaje y en lo que debe de obtenerse con él. Esto implica tener en cuenta la manera en la que se da el mensaje, pues esta se será la forma de influir en el receptor y así obtener el consenso. Otra parte importante que hay que resaltar de estas condiciones es la concordancia que guarda el objetivo de la estrategia con la organización, esto tiene que ver con el mito de gobierno que se analizará más adelante.

Tal como explica Elizalde y Riorda (2013) La estrategia es resumida en dos supuestos:

- La estrategia son básicamente percepciones: la percepción es la condiciona las decisiones y las acciones.
- Influidos en las percepciones de los demás solo con mensajes: la manera en que se influye en la percepción en las personas es por medio de los mensajes (p.24).

Esto nos lleva como vimos anteriormente en Ríos (2005), a que la comunicación persigue fines: el de informar, entretener, persuadir, actuar, esta es en esencia el fin de la estrategia. Pues a través de la percepción que se genera de la comunicación es lo que se consigue de ella.

Otra cuestión que se maneja en la comunicación gubernamental es el mito de gobierno. Es importante recalcar que en todo momento hay que mantener el relato, que se logre que este sea apropiado por la ciudadanía. Finalmente, para que un gobierno tenga una buena estrategia de comunicación es necesario tener en cuenta los efectos que esta produce. Pues la estrategia debe contemplar todos los elementos que se mencionaron en el apartado anterior, si la comunicación no logra alcanzar confianza, participación, legitimidad y lo más importante consenso, querrá decir que está mal diseñada y planificada.

## **1.6 Importancia de comunicar desde gobierno para el logro del sistema democrático**

Hay que resaltar que no sólo se debe comunicar por obligación, como destaca Graber (como se cita en Ruíz, Hernández y Gómez, 2012) al especificar que se ve a “la comunicación entre el gobierno y los ciudadanos como una obligación política e incluso moral que deriva de la alianza básica que existe entre todo gobierno y la gente” (p. 27). Es decir, que el ejecutivo

debe informar porque el pueblo lo ha elegido y como tal debe cumplir con comunicar las acciones en pro de la sociedad.

Aunado al pacto entre gobierno y sociedad, la comunicación gubernamental implica una serie de premisas que la hacen primordial en el sistema democrático tales como:

- Genera confianza en los ciudadanos.
- Impulsa la participación pública.
- legitima las acciones de gobierno.
- Opinión pública.
- Permite el consenso ciudadano.

La primera premisa lleva a preguntarse ¿Qué significa confiar en gobierno?, como respuesta Grunig y Hon (citado por Canel y Molero, 2013), explican que la gente ha de confiar en un gobierno cuando lo perciben honesto, fiable, y competente (p.33). Es decir, cuando un gobierno es capaz de cumplir con sus promesas y actuar lo más justo posible, de manera que los ciudadanos lo perciben adecuado.

De esa forma, la comunicación tiene un papel importante para rescatar o bien generar la confianza del ciudadano. Pues influye en las personas para mantener la confianza, o en su caso, perderla cuando no hay congruencia entre lo que se dice y se hace, o cuando el mensaje es percibido por la sociedad como promesas incansables o con mensajes manipuladores (Viñarás, 2013, p. 65). No obstante, la dependencia que existe entre comunicación y confianza depende de la eficiencia de la comunicación gubernamental y del diseño de sus estrategias y mensajes, para mantener o perder la confianza ciudadana.

Parte importante de la confianza en toda organización, como bien menciona Edward Glaeser (citado por Labarca, 2008) es que las personas consumirán los productos de una compañía por la confianza que tienen de la misma, así como de las organizaciones que respeten y que sean recomendadas (p.74). Esto es también aplicable en el ámbito gubernamental pues mientras más confianza genere gobierno desde las estrategias comunicativas, más probabilidad habrá que la ciudadanía apruebe sus acciones y por tanto logre mantenerse en el poder.

Esto puede ser explicado desde la perspectiva de las acciones de gobierno. Pues como se ha señalado, estas influyen en el ciudadano y como tal, si no se consigue una efectiva comunicación que genere convencimiento al ciudadano se produce una desconfianza hacia el gobierno. Asimismo, esta desconfianza tiene cierta implicación negativa, Berman (como se cita en Canel y Molero, 2013) explica que cuando el ciudadano se siente ignorado y percibe que el gobierno no está cumpliendo con sus funciones, tendrá como consecuencia decepción, y por

tanto, dejará de implicarse en la vida pública (Berman, como se cita en Canel y Molero, 2013, p.31).

Ante la desconfianza el ciudadano se distancia de las instituciones, afectando la relación entre ciudadano-gobierno, lo que trae como consecuencia una crisis de credibilidad y por tanto la sociedad deja de participar. Lo que nos lleva a la segunda premisa que plantea que todo acto comunicativo de gobierno llevado a cabo correcto y estratégicamente, impulsa la participación. Es así como McChesney (como se cita en Rota, 2002) expone que, para un buen funcionamiento en las democracias, se es necesario contar con un sistema óptimo de comunicación política, de manera de que se mantenga informada la ciudadanía y así impulsar la participación pública (p.133).

Entre tanto, la comunicación debe ser concebida como un mecanismo de empoderamiento que le da voz a la ciudadanía, que la habilite para participar en actividades apropiadas de la administración pública y del gobierno (Luksic, s/f, p.71). Lo más significativo de esto es que si gobierno proporciona información necesaria, el resultado sería una sociedad confiada con capacidad y herramientas para empoderarse a participar en los asuntos públicos. Desde luego que ocurre como en las escuelas, si un alumno leyó y tiene conocimiento del tema, será el alumno que participe en la clase. De esta misma forma sucede en la vida pública, cuando la gente se mantiene informada sobre los actos y decisiones de gobierno, será una sociedad más inmersa y participativa en los asuntos públicos.

No obstante, la comunicación según los planteamientos de Botero (2006), es una oportunidad para construir una sociedad democrática, y para la gestión de la participación ciudadana, pues permite conjugar los sentidos de la sociedad, gestionarlos en su diario vivir y ponerlos en común, en su dimensión social, con el fin de movilizar la sociedad hacia el logro de propósitos colectivos (p. 113). Estos tres autores coinciden en que, para movilizar y motivar la participación de los ciudadanos, se es necesario mantener una sociedad interesada e informada, que tenga las armas necesarias de opinar sobre las acciones de gobierno, a fin de defender y contribuir en las actividades y asuntos que les competen y afectan.

Por último, la comunicación continua entre las organizaciones públicas y la comunidad es fundamental a través de la estrategia como la rendición de cuentas, pues propiciará que la ciudadanía se involucre en la toma de decisiones (Cuadros, Arias, Valencia, 2015, p. 166). En el sistema democrático la participación de los ciudadanos es muy importante, debido a que estos son los controladores del poder y de las decisiones de los políticos, así como de las decisiones que toman (Serrano, 2015, p. 9 y 18). Es por ello por lo que se deben construir condiciones

necesarias para garantizar la confianza de los ciudadanos hacia las instituciones y la información, que logre la integración y participación de la sociedad civil.

La tercera premisa es que la comunicación gubernamental dota de legitimidad las acciones (Kuschik, 2008, p.201). Es decir, una vez ganada las elecciones para que el gobierno sea considerado legítimo, debe convencer a la ciudadanía que lo ha elegido que las acciones y decisiones que han tomado son las mejores, lo que permitirá que el político se mantenga en el poder.

Por legitimidad se entiende que es de acuerdo con López (2009):

El reconocimiento por parte de la población de que los gobernantes de su Estado son los verdaderos titulares del poder y los que tienen derecho a ejercerlo: a crear y aplicar normas jurídicas, disponiendo del monopolio de la fuerza, de acuerdo con esas normas, sobre la población (p.156).

Es decir que todo gobierno es legítimo cuando es reconocido por la población. Esto se consolida cuando el gobernante mantiene una comunicación con los gobernados, de esta manera tiene el poder del convencimiento de que sus acciones son las correctas sobre la población.

Así es como explica Habermas la legitimidad del poder, al hacer referencia que la legitimidad se encuentra vinculada al proceso de comunicación. Pues “la legitimación parte de un consenso social logrado a partir de la comunicación, en donde se concretan, de consumo, los contenidos materiales de justicia” (Delgado, 2013). De esta afirmación se desprende la idea de que, si gobierno comunica logrará el consenso ciudadano, mostrando ser un gobierno legítimo no sólo porque haya ganado las elecciones por una mayoría y sea reconocido, sino porque demuestra que con sus acciones es el mejor y será aceptado por la ciudadanía.

Finalmente, la premisa cuatro y más importante es el elemento fundamental del modelo democrático y que parte de la legitimación, “el consenso ciudadano”. Como bien sostiene Canel (1999) comunicar, ayuda a obtener consenso “ya que acerca intereses (...) y sirve para la resolución de conflictos” (p. 19). Existiendo un consenso entre las dos partes, ambas estarán satisfechas con los resultados, reflejando una buena relación entre gobierno y ciudadanía.

Por tal razón el consenso es el objetivo de toda acción comunicativa de gobierno, ya que, de no generarse, significará que la actuación de gobierno no es la debida y por tanto no hay una buena gestión (Riorda 2008, p. 27). De modo que se es prioritario que la comunicación esté encaminada a la búsqueda de consenso entendido como:

La búsqueda de acuerdos políticamente operantes centrados en la idea de que, si bien puede haber (y de hecho probablemente siempre existan) grupos en los

márgenes del consenso, o bien fuera de este, las políticas de un gobierno deben ser aceptadas socialmente por la mayor cantidad de personas (Riorda, 2013, p.69).

A partir de este concepto el consenso en este caso, es el acuerdo consentido por la mayoría de la ciudadanía, de las acciones de gobierno, es decir, que la ciudadanía acepta y reconoce las acciones. Una vez entendido esto, hay que pensar en la estrategia comunicativa para lograr el objetivo y el éxito de gobierno al comunicar.

Pues bien, como menciona Crespo (citado por Bulcourf):

La gestión de la comunicación gubernamental no puede ser abordada sin una concepción estratégica. En este sentido, la necesidad de generar consensos para mantener ciertos niveles de gobernabilidad no es una opción entre otras. La necesidad de crear las condiciones para el 'buen gobierno' (...) es un requisito básico no para la perdurabilidad, que ya parece garantizada, sino para la propia sostenibilidad de la democracia (párr. 8).

Se puede decir entonces, como se ha recalcado, que generar estrategias de comunicación gubernamental garantiza el derecho a la información y asegura la calidad de gobernabilidad. Otro aspecto importante que menciona Crespo es la "sostenibilidad de la democracia", entendida como la estabilidad de la democracia en razón de la legitimidad y efectividad de las instituciones, es decir, un buen desempeño de gobierno.

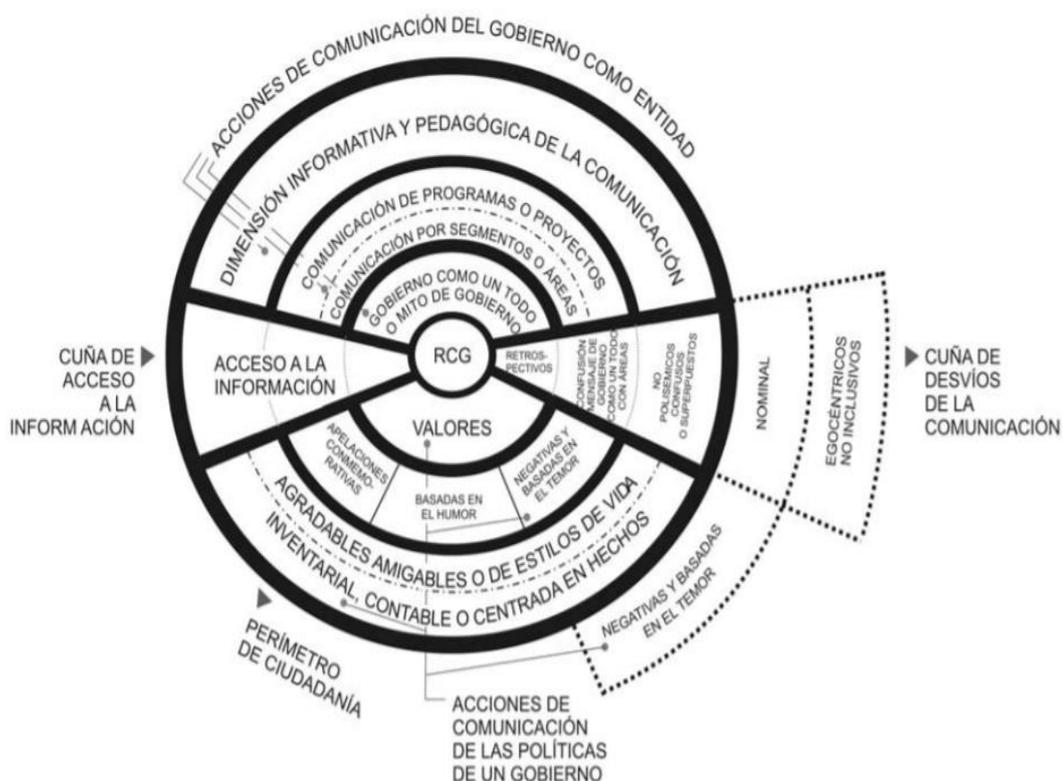
Finalmente, la comunicación será signo de un buen gobierno, uno que está facilitado por la existencia de los medios de comunicación en una sociedad. Este buen gobierno abarca las nociones anteriormente mencionadas como la participación de la sociedad civil en la toma de decisiones, la lucha contra la corrupción, la transparencia, la rendición de cuentas, la reducción de la pobreza y los derechos humanos (UNESCO, 2005, párr.4).

## 1.7 Enfoque de Rutinas de Comunicación Gubernamental

El creador del enfoque de Rutinas de Comunicación Gubernamental (RCG) es Mario Riorda (2013) quien lo define como: “las prácticas que realiza gobierno, es la imagen gubernamental que percibe la sociedad de él a través de hechos comunicacionales, e incluye las formas en que gobierno comunica y transmite sus mensajes” (p.74).

Este modelo explica la forma en la que gobierno emite sus acciones a la ciudadanía. Está conformado por dos categorías de acciones: las acciones de comunicación del gobierno como entidad y las acciones de comunicación de las políticas públicas, y a su vez se agrega una cuña transversal de desvío de información y otra de acceso a la información. Tal como se presenta en la figura 1.

Figura 1. Modelo de Rutinas de Comunicación Gubernamental



Fuente: Riorda, 2008, p. 3.

La categoría de acciones son las acciones recomendables y deseables de gobierno, en cambio, la cuña de desvío de la comunicación son acciones no recomendables ni deseables,

pero que pueden llevarse a cabo en el gobierno en determinadas situaciones, y la cuña de acceso a la información es la deseable en todo momento (Riorda, 2008, p. 30).

La primera categoría “acciones de comunicación de gobierno como entidad” incluye cuatro acciones que se encuentran dentro del perímetro. Por su parte la segunda categoría que incluye siete acciones, solo seis de ellas están dentro del perímetro, y fuera de este está la acción negativa y basada en el temor.

Agregado a estas acciones están las dos cuñas transversales, “la de acceso a la información” y la cuña de desvío a la información que incluye cinco acciones. Estas acciones y cuñas se explican más adelante.

Hay que recalcar que el gráfico está presentado y dividido por tres anillos, los cuales marcan un perímetro donde la ciudadanía se informa de las acciones que son recomendables y que permitirían generar consenso, fuera de este perímetro las acciones no son recomendables y por tanto, no se logra el consenso. En el primero que está cercano al centro, es la base del proyecto, refiere a tener claridad el rumbo y los objetivos. En toda gestión, si este anillo se encuentra ausente, la construcción del consenso también será ausente (Riorda, 2013, p. 92).

El segundo anillo son las acciones que enriquecen al mito de gobierno, estas deben de constituirse en base al mito. El tercero se encuentra lejano al centro sin embargo contribuye a sostener el mito de gobierno, por tanto, este tipo de acciones deben estar siempre presentes (Riorda, 2013, p.93).

### ***1.7.1 Acciones de Comunicación del gobierno como entidad***

Para el caso de las “acciones de Comunicación del gobierno como entidad”, Riorda (2013) establece 4 tipos.

1. Comunicación del gobierno como un todo o mito de gobierno: Riorda (2008) explica que “

La comunicación política debe apuntara sostener al gobierno a través de un proyecto general de gobierno. Éste necesita dar cuenta del norte estratégico, del rumbo de la política general del gobierno que permita a los ciudadanos vislumbrar el futuro deseado, a la vez que comprender los temas clave que están en un horizonte

creíble y puedan convertirse en mito de gobierno, como conjunto de buenas razones para creer (p.32).

Ante esto, cuando habla de mito, este debe de englobar todas las acciones y razones para que el ciudadano pueda creer en el gobierno, es decir, hace referencia al plan de gobierno que presenta un acercamiento al futuro y representa lo que desean los ciudadanos de él o lo que esperan de él.

Este tipo engloba las acciones de gobierno basadas en las creencias, tradiciones, símbolos que identifican a la población. Como su nombre lo dice es un mito, es la simple imagen, aunque no quiere decir que no debe de realizarse. Es el cuento que se vende y genera grandes expectativas y esperanza.

Riorda (2013) define este mito como “un relato anclado en valores hipercomunicados que toman vida”. En sí lo que busca el mito es acercar a los ciudadanos hacia el gobierno, “un mito no debe ser verdadero, sino verosímil, buscar lo religioso (esa necesidad de creer y diluir las inseguridades, las ansiedad y angustias de los ciudadanos) y crean una conciencia común de referencia y reconocimiento para la sociedad” (Rincón y Riorda, 2016, p. 15).

Finalmente, la fuerza de propagación del mito será el nivel que tenga de aprobación ciudadana del gobierno, por ello se explican tres vertientes de resultados:

- A alto consenso del gobernante, los mitos correrán positivamente a favor del gobierno;
- A bajos consensos del gobernante, en contra del gobernante;
- Cuando los consensos están divididos, los mitos corren tanto a favor o en contra del gobierno (Riorda y Ávila, 2016, p. 47).

2. Comunicación por segmentos o áreas: “si al todo le va bien, las posibilidades de que a la parte le vaya bien son muy grandes” (Riorda, 2008, p.33). Hace referencia a la comunicación por áreas se centra en las acciones que realice un área, lleve el logo del gobierno central. Es decir, no se concede el crédito al área que realiza la acción, sino que se centra a hacerlo formar parte del todo como gobierno.

3. Comunicación de programas o proyectos: Riorda (febrero 2008) refiere que los programas o proyectos le dan contenido al mito (p.6), de manera que sea fácil identificar el programa no por la meta y contenido de este, sino por un nombre. Estas significan entonces las acciones basadas en los valores del mito de gobierno.

4. Dimensión informativa y pedagógica de la comunicación: esta “refiere a la comunicación necesaria para que el goce de los servicios o beneficios que un gobierno realiza pueda llegar efectivamente a concretarse” (Riorda, 2008, p. 36). Es decir, que gobierno

proporciona todo lo necesario de la acción o del programa para lograr llevarla a cabo, pueden ser tutoriales, fechas, procedimientos que son ofrecidos para que el ciudadano se involucre por su parte.

### ***1.7.2 Acciones de comunicación de las políticas de un gobierno***

En cuanto a las “acciones de comunicación de las políticas de un gobierno” Riorda (2013) las clasifica en seis aspectos.

1. Comunicación por valores: las acciones comunicativas que se basan en los principios, que logre que los ciudadanos se identifiquen y sean aceptados. Esto significa que se ha de comunicar en función de los valores que definen el gobierno.

En palabras de Riorda (2008) “los valores son generadores de consenso y actúan preferentemente sobre aspectos emocionales y colaboran de manera notable para la construcción o fundamentación de la visión o mito de gobierno” (p.38). De acuerdo con Easton el éxito de ello dependerá de asignar los valores y que la sociedad acepte esa asignación (como se cita en Riorda, febrero 2008, p.8).

2. Comunicación de apelaciones conmemorativas: es la comunicación de acciones que tienen que ver con lo regional, es decir, con lo que la sociedad está familiarizada, pueden ser conmemoraciones, fiestas, efemérides, etc. “Son motores que dan dinamismo a la idea de comunidad y que ayudan a cimentar un proyecto común” (Riorda, 2008, p.40), son mensajes que consiguen generar espacio de integración.

3. Comunicación basada en el humor: la información que se proporciona está fundada en el humor, puede ser proporcionada de manera graciosa. Su utilización depende del nivel de aprobación de un gobierno, pues corre riesgo de que se recuerde el chiste, pero no quién lo dijo (Riorda, 2008, p.8).

4. Comunicación negativa y basada en el temor: “Normalmente son las campañas preventivas o las comunicaciones de acciones públicas las que se basan en este tipo comunicacional” (Riorda, febrero 2008, p.9). Los mensajes se basan en todo lo que pueda destruir o alterar el orden a través de incitar al miedo o a la pérdida.

5. Comunicación agradable, amigable o de estilos de vida: esta es más informal, y propone un mayor acercamiento gobierno-sociedad, implica utilizar música e imágenes, salir

un poco de la oficialidad, va desde relatar la vida cotidiana y experiencias de vida para mostrar una idea de la realidad pública (Rose, 2000, como se cita en Riorda, 2008, p. 9).

6. Comunicación inventarial contable o centrada en hechos: Riorda establece que “este tipo corresponde a la evidencia empíricamente verificable”, también se le suele llamar "realismo fáctico concreto", o bien "comunicación de tipo inventarial contable". (p. 42), es decir lo que se informa está basado en evidencias, en los éxitos que ha tenido el gobierno proporcionado por medio de cifras.

### ***1.7.3 Cuñas transversales: de desvío de la comunicación y de acceso a la información***

En ese sentido a estas dos categorías, se le añaden dos cuñas transversales. La primera hace referencia a la “Cuña de desvíos de la comunicación”, para Riorda (2013) esta cuña:

Son acciones transversales, muy común a los gobiernos, que tienen dos tipos: no recomendables ni deseables -aunque constituyan prácticas regulares en el común de los gobiernos- y tres prácticas que, en determinadas circunstancias o excepciones, pueden justificarse o recomendarse (p. 43).

De esa manera los clasifica en cinco que son:

1. Egocéntricos, no inclusivos: son los mensajes “cargados de abuso de centralidad gubernamental, no inclusivos para la ciudadanía, útiles sólo para los gestores, deformados en la contextualización, con un exacerbado egocentrismo que los motiva” (Riorda, 2008, p. 43). En este sentido son los eslóganes, mensajes, que se centran en el gestor. Esta práctica aleja la posibilidad de consenso.

2. Nominales: “son aquellos que confunden, se superponen y se apropian del mensaje de gestión, haciéndolo coincidir con su propio mensaje personal y/o nominal” (Riorda, 2008, p. 44). Son los mensajes cargados de personalismo, como utilizar el propio nombre del gobernante para nombrar la gestión, o utilizar el yo o nombre del mismo en discursos y mensajes dirigidos a la ciudadanía.

3. No polisémicos, confusos, superpuestos: son mensajes difíciles de entender, son ambiguos, suelen darse cuando no se tiene claridad de lo que se quiere hacer por lo que utiliza mensajes que ya se habían implementado con la finalidad de que alguno sea aprobado. Este tipo

se localiza dentro del perímetro de la ciudadanía, sin embargo, no son eficaces para quien los utiliza.

4. Confusión de mensaje de gobierno como un todo con áreas: mensajes exitosos que han funcionado, de un área de gobierno, la utilizan como si fuera el éxito del todo.

5. Retrospectivos: reflejan una diferenciación del pasado y tiene una ausencia del futuro. Se defiende a la idea de que esta mejor ahora que antes. Son recomendables cuando hay una herencia de la gestión anterior que limita al gestor, pero estos solo deben durar una primera etapa (Riorda, febrero 2008, p. 11).

La segunda es “la cuña de acceso a la información”, estas son acciones recomendables siempre, lo que significa la proporción de información por todo medio, pero también proporcionar las acciones deseables que van a permitir adquirir el consenso. En este mismo sentido debe existir una comunicación paralela entre gobierno y sociedad, así como la mayor difusión y publicidad de las acciones. Esta cuña trata de afirmar que gobierno desea colaborar con los ciudadanos de manera que les proporcionan la mayor información y conocimiento de sus acciones.

Esto no quiere decir que siempre debe informar toda la verdad, pues bien, el modelo que presenta Riorda se basa en la retórica, para lo que Riorda (2008) explica que “no tiene exigencia de verdad sino de verosimilitud” (p. 46). Es decir, que si bien se debe informar a la ciudadanía, no quiere decir que tenga que ser verdad si no estar cerca de exponer la verdad.

Riorda (2008) presenta el enfoque en tres anillos:

- En el primero se concentran los grandes argumentos que un gobierno tiene, y necesariamente debe instalarlo. Esto demuestra un proyecto y claridad del rumbo, y no un gobierno que actúa por improvisación.
- El segundo detalla los argumentos que enriquecen al mito como visión general.
- El tercer anillo representa la visión del día a día, de las acciones incrementales, de la ejecución. Estas acciones contribuyen a sostener el mito, permitiendo que la posibilidad de lograr consenso sea más alta. Si el gobierno centra su comunicación en este anillo se evidencia que no tiene un rumbo, y evidencia una falta del mito de gobierno.
- la “cuña de desvíos de la comunicación” se debe intentar eliminar, salvo algo de las acciones retrospectivas; esta cuña se centra en la persuasión.
- Finalmente, la “cuña de acceso a la información” debe estar siempre presente (p.12 y 13).

## **CAPÍTULO 2. EL MUNICIPIO DE OTHÓN P. BLANCO**

En el presente capítulo se describe el objeto de estudio donde se desarrolla la administración de Eduardo Elias Espinosa Abuxapqui, “el Municipio de Othón P. Blanco (OPB)” en el cual se expone su ubicación, su división administrativa, así como sus atribuciones y funciones como Municipio.

Lo anterior permite analizar las acciones que llevó a cabo la administración 2013-2016, las cuales se resumen en el siguiente apartado. El punto clave de este capítulo es identificar parte de la estrategia de comunicación gubernamental que se empleó, lo cual implica un primer elemento: “los medios empleados para dar a conocer las acciones”, así como los temas claves difundidos para atraer la atención de la población, también se expone un poco de la biografía del entonces presidente Eduardo Elias Espinosa Abuxapqui que nos permitirá realizar el análisis del mito de gobierno. De igual manera se hace una breve descripción del surgimiento de la comunicación gubernamental en México.

### **2.1 Comunicación gubernamental en México**

La comunicación política principalmente como se ha analizado en el primer capítulo se remonta en Estados Unidos hace muchos años. De la misma forma sucedió en otros países, mientras que en México no había surgido la necesidad de desarrollarla, o de estudiarla, porque ha existido desde años atrás pero no se le había tomado tanta atención. Un antecedente es después de las elecciones de 1988. Pues en estas elecciones el partido hegemónico “el PRI” por primera vez no logra la mayoría absoluta en el congreso, los resultados fueron desfavorables (Vega, 2003, párr. 11 y 12).

Específicamente antes de 1998 los procesos electorales eran ritos protocolarios para acceder al poder político (Valdez como se cita en Vega, 2003, párr.12). Lo que resulta interesante analizar, pues no había una oposición que generara competencia en las elecciones. En cuanto surge una oposición se ve la necesidad de persuadir a la población, y para ello se da

paso a que se iniciaran las primeras formas de comunicar a la ciudadanía, con el fin de convencer para que en el siguiente periodo se mantuviera en el poder el partido.

Un aspecto que vio impulsar el desarrollo de la comunicación política fueron los debates. En México el primer debate se dio en 1994 ya que anteriormente, estaba el partido hegemónico “PRI” y el voto del elector no tenía mayor trascendencia (Otálora, 2014, p.13). Esto generaba que los ciudadanos se informaran de las acciones que sus candidatos iban a realizar en caso de ser elegidos, esto es prácticamente en la cuestión electoral.

Es a partir de 1997 que la comunicación política se expande, de manera que se hace uso ahora de otros medios de comunicación como la televisión y el internet, aunque en menor medida (Vega, 2003, párr.13); ganando terreno no sólo de manera escrita, sino que ahora el ciudadano recibía más información con el uso de otros medios como los son la televisión, la radio, y la transformación de la prensa como medio masivo durante el siglo XX (Vacas, 2013, p. 221). Lo que da como resultado un sistema más eficiente de comunicación entre gobernantes y gobernados.

Ya para años más recientes a partir del 2000 en adelante, la comunicación toma un papel más relevante en el ámbito electoral y en el gubernamental. Sin lugar a duda, el mejor espacio en el que se desarrolla la comunicación es en el siglo XX con el desarrollo de la radio, la televisión y la transformación de la prensa como medio masivo, esto da lugar al sistema eficiente de comunicación entre gobernantes y gobernados (Vacas, 2013, p. 221).

Recordando el objetivo de comunicación gubernamental y de su importancia en el sistema democrático, los países latinoamericanos al ver una sociedad interesada en los temas públicos y a través del avance tecnológico donde toda información está al alcance, se ven interesados en comunicar por todos los canales posibles con razón de conseguir la aceptación deseada.

La cuestión de la comunicación política en su forma gubernamental no es tan abordada, como lo ha sido la electoral. Propiamente el estudio y antecedentes de ella provienen del marketing político, generalmente antes solía darse mucha importancia a la imagen del candidato, pero más adelante el contexto cambia, las demandas cambiaron y muy aparte de ello en México se vivía un descontento en la sociedad.

Por tal razón surge la necesidad del político de conseguir todo el apoyo posible, por lo que recurre a informar lo que estaba haciendo durante su periodo de gobierno. El primer intento de comunicar gobierno fue con Lázaro Cárdenas como presidente de la República (1934-1940) quien instala la primera oficina de prensa del Gobierno Federal. Esta oficina era la Dirección de Publicidad y propaganda, que fue instaurada en 1936, estaba encargada de controlar los

medios de difusión estatales, así como de la difusión de las acciones del poder ejecutivo, prácticamente era dar boletines de accionar de gobierno a los medios de comunicación para que estos últimos la difundieran (Castro, 2013, p.125). Esta oficina significó un primer intento del estado mexicano de tomar parte de la comunicación política, sin embargo, al final de la administración esta dirección desaparece.

Para el periodo de Ávila Camacho, surge dar parte a cada institución gubernamental de difundir sus acciones, de manera que cada una contaba con una oficina de prensa encargada de la misma manera de girar boletines a los medios informativos para hacer llegar los hechos (Castro, 2013, p.126). El acto de instaurar en la estructura de cada institución un departamento encargado de la comunicación representa el interés de incluir y darle la importancia que debe dársele. De esta manera hay que recordar que un gobierno legítimo se deriva de la opinión pública, y esta se forma a través de la información que la gente recibe.

Para el gobierno de López Portillo (1976-1982) surge la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, que otorgaba a la secretaría de Gobernación una nueva función que era " Formular, regular y conducir la política de comunicación social del Gobierno Federal y las relaciones con los medios masivos de información" (DOF, el 1 de julio de 1977). Con esta Ley instaurada en 1977 se introduce por primera vez en la administración pública, el concepto de comunicación política social.

En el mismo gobierno de López Portillo la oficina creada, se incluye en la oficina de la presidencia de la república, donde actualmente permanece. Para la administración de Miguel de la Madrid se crea la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, dependiente del titular del Ejecutivo Federal, que tenía como objetivo el de cuyo informar oportunamente las acciones que realiza el presidente de la República (Castro, 2013, pág. 127). En los siguientes sexenios la estructura para informar oportunamente a los ciudadanos ha permanecido hasta en la actualidad.

La creación y cambio de estas oficinas significan un paso del gobierno de la república en el interés de mantener una sociedad informada. Desde luego que muchos de los cambios de estas oficinas, así como de los objetivos, tienen que ver con las transformaciones y nuevas necesidades de la sociedad, por lo que las estrategias comunicativas y objetivos no siempre son los mismos, sino que van cambiando de acuerdo con el contexto.

Quiero resaltar que el derecho a la información en una democracia permite que el ciudadano pueda acceder a datos gubernamentales, por ello existe el "derecho a la información" en México, sobre todo porque el mexicano debe conocer en que se ejerce el presupuesto.

Todo ciudadano tiene derecho de recibir cuentas sobre las acciones que realiza gobierno, no sólo porque él lo ha elegido, sino también porque realiza estas actividades a través de la recaudación de los ciudadanos. Por estas razones se ejerce la comunicación de los gobiernos donde no sólo se informa, sino que se explica la razón de ser de los programas y actividades a favor del ciudadano, justificando así el accionar de gobierno.

México no se ha quedado atrás en este tema, año con año ha ido avanzando, de manera que se crean oficinas especializadas, se destina un presupuesto para llevar a cabo la comunicación, y sobre todo se planifica en cada trienio o sexenio. Quizás algunos la empleen para ganar votos en el futuro y la planifiquen con motivos electorales.

Hay que resaltar que en México es inconstitucional toda comunicación social que incluya nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público (Artículo 134, Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos). Esto es un tema en lo que no ha avanzado México, la regulación de la publicidad oficial, ya que “la publicidad oficial no se trata de promocionar una imagen, sino de ser un canal de comunicación entre el gobierno y los ciudadanos” (Castaño, 19 de marzo, párr.7).

Es para cuando entra Peña Nieto a la presidencia de la república, que a través del movimiento #yosoy132 se exige la democratización y regulación de la publicidad oficial, pero hasta la fecha este tema se quedado en la banca y sin ningún avance (Castaño, 19 de marzo, párr.11).

## **2.2 Othón P. Blanco**

El municipio en el que se desarrolla la administración a estudiar es “Othón P. Blanco” que se encuentra en el Estado de Quintana Roo. Este Estado es una de las 32 entidades federativas que conforman el país de México, el cual tiene una extensión de 50,843 Km<sup>2</sup>, representando el 2.55% de la superficie del territorio mexicano. Se encuentra situado en la península de Yucatán, al sureste de la República Mexicana, con coordenadas geográficas extremas al norte 21° 35’, al sur 17° 49’ de latitud norte; al este 86° 42’, al oeste 89° 25’ de longitud oeste (INAFED, 2016, párr.1y3).

El territorio se distribuye en 11 municipios: Othón P. Blanco, Felipe Carrillo Puerto, José María Morelos, Cozumel, Lázaro Cárdenas, Benito Juárez, Isla Mujeres, Solidaridad,

Tulum, Bacalar y Puerto Morelos (Constitución de Quintana Roo, art. 127). La capital del Estado es “Chetumal”, por lo que los poderes Estatales se alojan en ella. Chetumal se encuentra en el municipio de Othón P. Blanco y es la cabecera del municipio.

OPB limita con Bacalar (Quintana Roo), al oeste con el Municipio de Calakmul (Estado de Campeche), al sur con Belice, y al extremo suroeste con Guatemala, en el Departamento de El Petén (Plan de Desarrollo Municipal 2013-2016). Ocupa alrededor de la tercera parte del Estado al tener una extensión de 18,760 Km<sup>2</sup>, donde habitan 224, 080 habitantes (Plan de Desarrollo Municipal 2016-2018).

De la administración se encarga el Ayuntamiento, el cual reside en Chetumal. Este se renueva cada tres años por medio de la elección popular, para ello el ayuntamiento se integra de la misma forma que Benito Juárez y Solidaridad, a diferencia de los otros 8 municipios, por:

- Un presidente
- Un Síndico
- Nueve Regidores de mayoría relativa
- Seis Regidores de representación proporcional (Constitución de Quintana Roo, Art. 134).

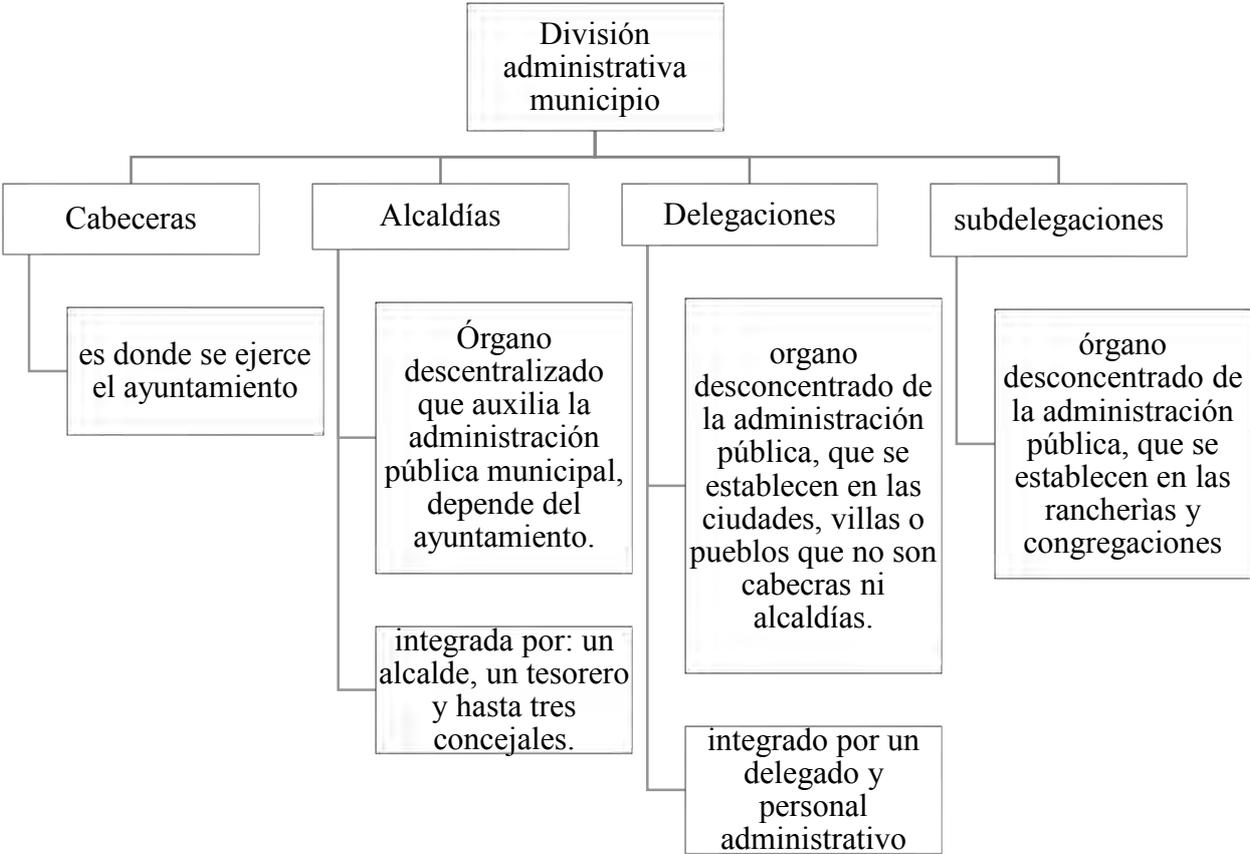
El municipio tiene atribuciones y funciones que le confieren la constitución mexicana, establecidos en el artículo 115 tales como: el agua potable y alcantarillado; alumbrado público; limpia; mercados y centrales de abasto; panteones; rastro; calles, parques y jardines; seguridad pública y tránsito; los demás que las legislaturas locales determinen según las condiciones territoriales y socioeconómicas de los municipios, así como su capacidad administrativa y financiera.

Además de las anteriores, el artículo 147 de la constitución del Estado de Quintana Roo, establece las funciones y servicios públicos siguientes: drenaje, tratamiento y disposición de sus aguas residuales; limpia, recolección, traslado, tratamiento y disposición final de residuos; probar la apertura o ampliación de las vías públicas y decretar la nomenclatura de calles, plazas y jardines públicos, así como el alineamiento y numeración oficial de avenidas y calles, conforme al reglamento respectivo, dando aviso a los organismos correspondientes; autorizar la construcción, planificación y modificación ejecutada por particulares; estacionamientos públicos establecidos en las vías de circulación; instrumentar los mecanismos necesarios para ampliar la cobertura y mejorar la calidad en la prestación de los servicios públicos; crear, con arreglo a la Ley, los órganos descentralizados o las empresas de participación municipal necesarios para operar los servicios públicos a su cargo; aprobar, con arreglo a la Ley, las

concesiones a los particulares para que éstos presten los servicios públicos municipales; y los demás que la Legislatura del Estado determine según las condiciones territoriales y socioeconómicas de los Municipios, así como su capacidad administrativa y financiera.

Para cumplir con estas responsabilidades lleva a cabo diferentes acciones, dependiendo a la necesidad del municipio, por lo que para el cumplimiento de estas, delega funciones a las alcaldías, delegaciones y subdelegaciones (revisar figura 2) quienes son los auxiliares y que dependen directamente del Ayuntamiento, de quien reciben recursos para cumplir con la labor.

Figura 2. De la división administrativa del municipio



Fuente: Elaboración propia con base en Ley de los Municipios del Estado de Quintana Roo.

En total el municipio cuenta con seis alcaldías que son: Calderitas, Cerro de las Flores, Dos Aguadas, Javier Rojo Gómez, Mahahual y Nicolás Bravo. Asimismo, son 22 delegaciones de las que forman parte: Álvaro Obregón, Cacao, Caobas, Carlos A. Madrazo, Cocoyol, Huay Pix, Jose N. Roviroza, La Unión, Lázaro Cárdenas II, Luis Echeverría, Morocoy, Pucte, Ramonal, Sabidos, Sac-Xan, San Pedro Peralta, Sergio Butron Casas, Subteniente López, Tres Garantías, Ucum, Xcalak, y Xul-ha.

Por ultimo Othon P. Blanco tiene 57 subdelegaciones, estas son: 16 de Septiembre, 21 de Mayo, Álvaro Obregón Viejo, Allende, Arroyo Negro, Bella Unión de Veracruz, Blasillo, Calderón, California, Caña Brava, Carlos A madrazo (Corozal), Cerro de las Flores, Cinco de Mayo, Dos Aguadas, Dos Lagunas, Dos Naciones, Dzibalito, El Cedral, El Sacrificio, El Tesoro, Felipe Ángeles, Francisco Villa km.60, Frontera, González Ortega, Guillermo Prieto, Hermenegildo Galeana, Icaiche, Josefa Ortíz de Dominguez, Juan Sarabia, Justo Sierra Mendez, Laguna Guerrero, La Libertad, La Lucha, La Península, Limonar, Los Alacranes, Los Ángeles, Nachicom, Nuevo Becar, Nuevo Caanan, Nuevo Paraiso, Nuevo Progreso, Nuevo Veracruz, Ojo de Agua, Palmar, Pedro Joaquin Codwel, Pioneros del Rio, Plan de Ayala, Raudales, Revolución, San Antonio Soda, San Francisco Botes, Santa Rosa, Tambores de Emiliano Zapata, Tomás Garrido Canabal, y Veracruz.

## **2.3 Contextualización del gobierno de Eduardo Espinosa Abuxapqui**

### ***2.3.1 Biografía***

Eduardo Elias Espinosa Abuxapqui nace el 11 de abril de 1954, en la ciudad de Chetumal, Quintana Roo, México. Viene de una familia conocida en el municipio de OPB que se dedicaba al comercio (Capistran, 6 de octubre 2015, párr.4).

Su vida profesional empieza desde la iniciativa privada, como gerente en Autos Caribe (1973-1976), administrador del cinema campestre (1980), Gerente de ventas de autos caribe (1982-1984), administrador general de fábrica de bloques “Punta Estrella” (1984-1985), gerente general de desarrollos turísticos de Quintana Roo (1986), así como presidente de bienes raíces del mar (Currícula en H. Congreso de la Unión, 2006). Su vida en política en el partido al que actualmente pertenece “Partido Revolucionario Institucional (PRI)” inicia desde muy joven, pues en 1975 ingresa como miembro activo (SIL, 2006).

Con solo 21 años en 1975, el PRI le ofrece la oportunidad de ser secretario técnico de la comisión coordinadora municipal del PRI, para el dictamen de los candidatos a presidentes municipales y diputados.

En 1998 se posiciona como precandidato en el proceso interno del PRI para las elecciones municipales a la presidencia de Othón P. Blanco. A los 45 años Eduardo Espinosa Abuxapqui obtiene el puesto de secretario general del Comité Directivo Estatal del PRI, para posteriormente en el año 2002 por primera vez es elegido presidente municipal del Municipio de OPB (SIL, 2006).

Terminando su mandato como Presidente Municipal de OPB en el 2005, el partido en el que militaba continuaba dándole oportunidades, convirtiéndolo en el Consejero Nacional del PRI. Asimismo, en ese tiempo fue Secretario General del gobierno del Estado de Quintana Roo.

También fue Diputado Federal en el 2009, Diputado Local en el Congreso de Quintana Roo en la XIII Legislatura (FENAMM, 2017). Finalmente, para el 2013 es elegido presidente municipal de Othón P. Blanco por segunda ocasión.

Cabe recalcar que tiene una carrera política muy amplia, por muchos años ha sido una persona muy reconocida en la capital del Estado, distinguiéndose por sus acciones y cercanía con la ciudadanía. Se considera amante de su tierra que lo ha visto crecer y se ha preocupado y enfocado a recuperar las tradiciones de Othón P. Blanco, por ello, sus acciones estuvieron encaminadas a cuidar de Chetumal, sus habitantes y su cultura (Entrevista EEEA, 13 de marzo de 2017).

### ***2.3.2 Gobierno Municipal 2013-2016***

Eduardo Elías Espinosa Abuxapqui es la primera persona en el municipio de OPB que tiene la oportunidad de ocupar la presidencia en dos ocasiones, en diferentes periodos. Lo que marca la confianza que los ciudadanos tenían en él, esperando buenos resultados y de la experiencia de la gestión anterior en la que estuvo como presidente, así como la posición que mantenía el PRI todavía.

Por lo que toma protesta el 30 de septiembre de 2013 como presidente municipal del municipio de Othón P. Blanco. Para el 4 de marzo de 2016 pide licencia por 90 días, ya que tenía aspiraciones a la gubernatura, quedando la primera regidora Marina Zihel en su lugar (Noticaribe, 4 de marzo 2016, párr. 1). Sin embargo, no queda como candidato y regresa a sus funciones para terminar el periodo presidencial.

El emblema de gobierno que representaba la administración contenía al centro el escudo del municipio, integrando el nombre del municipio y por la parte de abajo lleva el lema de gobierno: “el valor de lo nuestro” dentro de un rectángulo de color verde.

Figura 3. Logo de gobierno 2013-2016



Fuente: Página Oficial H. Ayuntamiento de Othón P. Blanco 2013-2016

“El valor de lo nuestro” explicaba EEEA que “refleja un sentido de la ciudadanía, y la otra que impacta directamente en la pertenencia, la ciudad es nuestra casa, pero también es nuestra causa común para todos, es una responsabilidad para todos” (Espinosa, 13 de marzo 2017).

Por otro lado, su Plan Municipal de Desarrollo se regía en cinco ejes: el primero es “crece bien” que ve temas del alumbrado público y de imagen urbana, servicios de limpia, transporte urbano, ahorro de energía, preservación del ambiente, e infraestructura y desarrollo; el segundo “protege bien” se plantea la seguridad pública y protección civil; el siguiente eje “traba bien” plantea líneas de acción para el turismo, el desarrollo económico y rural, así como de economía social; el cuarto “vive bien” temas como: localidades y viviendas dignas, desarrollo integral para la vida y cuestiones de cultura, educación y deportes; el último “gobierna bien” plantea mejores prácticas gubernamentales, planteándose en la agenda atender temas como: gobierno moderno, planeación estratégica municipal, transparencia institucional, modernización catastral, recaudación y fiscalización, y estado de derecho (PMD 2013-2016)

Algunas de programas y acciones implementadas durante la gestión fueron:

- Chetumal en Bicicleta: este consistía en hacer préstamo de bicicletas a los usuarios por periodos de una semana, sin embargo, en la ejecución se llevó diferente. Este programa era llevado a cabo por el IMJUVE.

- El valor de tu hogar, techando esperanzas: Consistía en el subsidio del 50% del costo de las láminas. (Quintana Roo al día, 16 de Julio de 2014).
- El valor de tu mirada: consistía en hacer entrega de lentes por una cuota de \$150 pesos. Promovido a través del Sistema DIF Othón P. Blanco (Cervera, 16 de junio de 2015, p.8)
- Apoyo de estufas ecológicas: se entregaban estufas ecológicas en las comunidades rurales, con el fin de reducir el uso de leña y otros medios que dañan el medio ambiente.
- Gallineros comunitarios: se construyeron gallineros a fin de obtener huevos para que la gente vendiera, a consumo mismo y también para surtir a los comedores comunitarios. (el punto sobre la i, 2 de marzo de 2016)
- No manches, pinta: este consistía en alentar a jóvenes al arte urbano, de manera que se rescataran espacios.
- Programa de Bacheo: Bacheo de las calles del municipio en los 3 años de administración de los cuales obtuvo una inversión aproximada de 8 millones de pesos.
- Construcción de Centros de Desarrollo Comunitario: este era a través de la cruzada contra el hambre de SEDESOL. Que consiste en construir los comedores a fin de ayudar a la alimentación de comunidades en pobreza.
- obras de electrificación: se realizaron en varios puntos de las comunidades y de la ciudad obras de reparación y de construcción para proveer luz.
- fomento al Empleo Temporal: se entregaban herramientas para que las personas trabajaran en sus proyectos (la pancarta de Quintana Roo, 22 de septiembre de 2015)
- Instituto Municipal de Economía Social (IMES)
- Acta de nacimiento: con esta acción, se proporcionaban actas de nacimiento gratuitas a las personas que lo solicitaban, de esta forma se aseguraba el derecho a la identidad.
- Camiones “valor de lo nuestro”: fueron transporte público para los ciudadanos para transportarse por la ciudad a bajo costo.
- programa "Ponte al día con tu predial": este programa fue principalmente para motivar a que los ciudadanos cumplieran con el pago del predial, de manera que al realizar el pago, estos recibían un boleto para concursar por diferentes premios, como lo fueron una casa o coche.

- centro cultural “El valor de lo nuestro”: este es el primer centro cultural, que se encuentra en la capital de municipio, en donde se realizan actividades como clases de baile, artesanía, artes, eventos, entre otros.
- Ayundatel 072: esta era una aplicación para que ciudadanos realicen sus denuncias y reportes con razón de que la autoridad cumpliera con sus actividades.
- Policía en movimiento: consistía en asignar elementos para vigilar colonias además de capacitar a comités vecinales para el apoyo de la seguridad de su colonia.
- “el valor de comenzar de nuevo”: era un programa que consistía en la reconstrucción mamaria de mujeres tras haber padecido cáncer (DQROO, 25 junio 2014).
- Triciclo a bajo costo: se entregaban triciclos por medio de que el ciudadano pusiera el 50% y gobierno el otro 50% (DQROO, 4 septiembre 2014).
- el valor de cabalgar: consistió en la rehabilitación por medio de la equino terapia (DQROO, 5 noviembre 2014).

Además, se entregaban reconocimientos a la sociedad, de esta manera fueron entregados reconocimientos a los trabajadores, y por otro lado se implementaron los reconocimientos a la ciudadanía. De esta manera surgió:

- “el valor de las personas con discapacidad de Othón p blanco”
- “el valor al mérito juvenil”
- “el valor del mérito deportista”

En cuanto a eventos culturales, se llevaron a cabo:

- Carnaval
- Expofer
- La feria del coco
- Cruzando fronteras

Estos son en su mayoría las acciones que se lograron recabar a través de la recopilación de notas periodísticas en línea y en medios impresos, en redes sociales, etc., por mencionar algunas.

## 2.4 Medios de masivos de difusión de acciones en el gobierno de Espinosa Abuxapqui

Hay que resaltar, que las estrategias de comunicación cambian de acuerdo con el contexto, en el municipio de Othón P. Blanco aqueja mucho el bacheo, la inseguridad, y la limpieza de la ciudad. Por otro lado, la distancia entre las comunidades y la capital es amplia, aunado a ello los caminos para ingresar a ellas no se encuentra en las mejores condiciones.

Por esta razón, los medios para hacer llegar las acciones de gobierno hacia estos extremos son diversos y diferentes por las condiciones y las necesidades. A continuación, se describen los medios para informar acciones que se utilizaron en el trienio 2013-2016.

Tabla 2. Medios utilizados para informar acciones

<b>Medio</b>	<b>2013-2016</b>
<b>Personal</b>	Si
<b>Periódicos</b>	Si
<b>Gacetas</b>	Si
<b>Folletos</b>	No
<b>Espectaculares</b>	Si
<b>Televisión</b>	En poca medida
<b>Radio</b>	Si
<b>Internet</b>	Si
<b>Redes sociales</b>	Si

Fuente: Elaboración propia con base en revisión de diferentes medios de difusión.

Identificando los medios que se utilizaron para comunicar hay que decir que, en la administración se emplearon de todos los medios, tanto primarios, secundarios, terciarios y cuaternarios para difundir las acciones.

En primera instancia de forma primaria, como evento protocolario se realizaban los informes de gobierno cada año. Estos fueron llevados a cabo en la capital de Estado y era el presidente quien de voz propia realizaba el informe, en el que daba a conocer las actividades y programas que se llevaron a cabo durante el año, de manera que daba a conocer también los recursos utilizados para llevarlas a cabo, incluso mencionaba la cantidad de beneficiados con

dichas actividades. En este medio es más fácil distinguir el lenguaje y personalidad con la que se proporciona la información, además de ser una forma que acerca al gobernante con el ciudadano.

Otra forma directa en la que informaba era mediante las giras en comunidades, donde además de llevar recursos, el presidente platicaba con la gente sobre las necesidades del lugar, pero además les daba a conocer las acciones que había realizado en la localidad que se visitaba y las que estaban por realizarse (Espinosa, 13 de marzo 2017). Esta parte es muy importante, ya que también en los medios tradicionales y modernos pudimos identificar una característica muy importante como una de las prioridades del presidente, que era la cercanía que mantenía con los ciudadanos de las localidades, pues estas giras se realizaban cada fin de semana y se acudía exactamente a platicar con los ciudadanos, entregar apoyos y obras, y en mismo sentido informaba obras realizadas y por llevar a cabo.

Otra forma primaria de informar era en las audiencias públicas, que se llevaban a cabo en las colonias, donde no sólo escuchaba a la gente, sino que también aprovechaba ese momento para dar a conocer las acciones realizadas en la semana. Asimismo, en los diarios cuando salía la noticia de la audiencia, se integraba a la nota los recursos entregados en la colonia en la que fue realizada la audiencia. De esta manera también se comunicaba al ciudadano los hechos del día.

Hay que referir que la presidencia municipal se auxilia de una coordinación que es la que se encarga de apoyar al ayuntamiento en materia de comunicación social. Esta coordinación se encuentra facultada para utilizar los medios de comunicación e información para difundir las acciones de la administración municipal, ya sea por medio de folletos, boletines, por los diferentes medios de comunicación, o campañas de promoción. Por lo que son los encargados de difundir el quehacer público por diferentes medios (Reglamento de la Administración Pública del Municipio de Othón P. Blanco, Art. 32). Siendo el enlace entre el presidente y los medios de comunicación para hacer llegar todas las actividades e información del municipio. Para cumplir con sus funciones, esta coordinación se auxilia del departamento de redacción y medios, y del departamento de Análisis y Monitoreo de Medios (Reglamento de la Administración Pública del Municipio de Othón P. Blanco, Art. 33).

La comunicación entonces, si bien viene del presidente, también cuenta con auxiliares para la difusión y alcance de los mensajes. Por lo que esta coordinación sería el intermediario de los canales para hacer llegar las acciones y el quehacer de gobierno a los diarios, a fin de difundirlos y así llegar a los receptores que son los ciudadanos.

Cabe recordar que los medios de prensa suelen interpretar la información que se difunde, por lo que es un medio ex post de la información. Sin embargo, es un medio que facilita la llegada de las noticias, y estos suelen recibir cantidades monetarias por difundir las acciones.

De esta forma llegamos a los medios secundarios donde se difundían acciones. En el Estado de Quintana Roo existen veinticinco medios de prensa escrita de acuerdo al Padrón Nacional de Medios Impresos (2017), sin embargo, los que se reparten en el municipio de Othón P. Blanco y que estaban en circulación dentro del periodo de gobierno, son los que se presentan en la siguiente tabla que marca la circulación promedio diaria en el municipio:

Tabla 3. Prensa escrita en circulación del Municipio de Othón P. Blanco

Diario	Fecha de creación	Ejemplares promedio diario
Capital Quintana Roo	2 de noviembre de 2015	7,000
De Peso Chetumal	1 de junio de 2006	16,250
Diario de Quintana Roo	4 de noviembre de 1985	6,598
Diario La Verdad de Quintana Roo	15 de noviembre de 2005	3,300
Diario Respuesta El Que la Busca... La Encuentra	10 de julio de 2008	1,970
El Peninsular.mx La Auténtica. Expresión del Sureste	30 de enero de 2012	8,400
El Periódico de Quintana Roo	2 de febrero de 2006	1,920
El Quintanarroense El diario que nos une	1 de junio de 2004	860
Novedades Chetumal	10 de septiembre de 2012	5,291
Periódico Espacio de Quintana Roo	1 de marzo de 2010	5,000
Periodismo Verdad Luces del siglo (Revista)	3 de marzo de 2003	2,145
Por Esto!	22 de febrero de 1993	
Quequi	7 de junio de 2000	1,961
Quintana Roo Hoy	1 de septiembre de 2015	3,042

Uno más uno Quintana Roo	25 de marzo de 2009	1,891
--------------------------	---------------------	-------

Fuente: Elaboración propia con base en el Padrón Nacional de Medios Impresos de la Secretaría de Gobernación, 2017.

Estos medios impresos se han posicionado en el mercado, siendo el Diario de Quintana Roo el más antiguo del Estado y uno de mayor circulación, al circular 6,598 ejemplares en promedio por día. Otro periódico de largo alcance es el De Peso Chetumal, con un tiraje de 16,250 ejemplares por día, pero es un periódico que se dedica a notas de policía, espectáculos y deportes, por ello no es un medio utilizado para difundir acciones de gobierno propiamente, esto no significa que de vez en cuando se publicaran notas al respecto.

En esta ocasión se recabaron las notas donde se difundían las acciones de gobierno del Diario de Quintana Roo de septiembre 2013 a septiembre 2016 que es el periodo de administración. En este diario se fueron publicando a lo largo del tiempo de mandato diversas notas que iban desde información de acciones, reuniones de gestión de recursos, así como de la misma ciudadanía en agradecimiento por cierta acción. En este caso la visibilidad que hubo en el Diario de Quintana Roo que tenían como motivo informar las acciones, es como se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 4. Visibilidad de acciones en diario de Quintana Roo

Tema	Visibilidad
Pavimentación y bacheo	Diciembre (4v) 2013 Enero (3v), Junio (5v), julio (6v), agosto (5v), septiembre(2v), noviembre (1v), diciembre (4v) 2014 Enero (8v), junio (2v), julio (1v), octubre (1v), noviembre (1v) 2015 Enero (1v), febrero (1v), marzo (1v), junio (2v), agosto (1v) 2016
Programas y apoyos sociales	Noviembre (2v), 2013 Enero (3v), febrero (4v), marzo (2v), abril (2v), Mayo (3v), junio (5v), julio (4v), agosto (3v), septiembre (5v), octubre (2v), noviembre (4v), diciembre (5v) 2014. Febrero (2v), Marzo (6v), junio (5v), julio (8v), septiembre (9v), octubre (1v), noviembre (3v), diciembre (3v), 2015 Enero (8v), febrero (5v), marzo (8v), julio (6v), 2016

Reconocimientos especiales a ciudadanos	Marzo (2v), abril (1v), junio (1v), septiembre (1v), noviembre (1v), diciembre (1v) 2014 Junio (1v), julio (2v), Agosto (2v) 2016
Seguridad pública	Septiembre (1v), noviembre (2v) 2013 Febrero (2v), marzo (1v), abril (1v), mayo (1v), noviembre (2v) 2014 Abril (1v), noviembre (1v) 2015 Enero (1v), 2016
Deporte	Marzo (1v), mayo (1v), junio (1v), octubre (2v), noviembre (1v) 2014
Obra en parques	Marzo (3v) 2014 Marzo (1v) 2015
Electrificación	Noviembre (1v) 2013 Mayo (1v), agosto (1v), noviembre (3v), diciembre (1v) 2014 Enero (1v), febrero (1v), marzo (2v) 2016
Limpieza y recolección de basura	Febrero (2v), julio (1v), octubre (1v), diciembre (1v) 2014 Febrero (1v), Marzo (1v) 2015 Julio (1v) 2016
Cultura	febrero, mayo, julio, septiembre, octubre 2014 enero, febrero, marzo, abril 2015

Fuente: Elaboración propia con base en Diario de Quintana Roo, septiembre 2013-septiembre 2016.

\*V significa el número de las veces localizado.

Con esta revisión periodística se logró identificar que durante los tres años destacaron temas que tiene que ver con actividades tendientes a la prestación de servicios públicos que le corresponden al municipio, así como la entrega de apoyos a los ciudadanos. Podemos notar que

actividades en torno a la función policiaca, así como en temas de deporte fueron escasos a la manera de comunicar.

Por otro lado, las acciones con mayor relevancia que se llevaron a cabo fueron los programas implementados, algunos tuvieron mayor comunicación, ya que estuvieron más visibles en las notas (revisar tabla 11) como, por ejemplo: El valor de tu mirada y El valor de tu hogar techando esperanzas, y en cuanto apoyos resaltaron mucho los recursos dados para las personas que se dedican a la ganadería y al campo.

Estas acciones difundidas, principalmente eran los que se realizaban y dirigían hacia las personas de comunidades rurales y llegaba a ellas a través de este medio principalmente y de la radio, ya que carecían mucho del internet.

El segundo tema que resalta en las noticias es el que aquejaba a los ciudadanos, el bacheo y pavimentación de las calles de la ciudad y de las comunidades rurales. En el Diario de Quintana Roo se encontraron un total de 46 notas que informaban avances, montos y los lugares beneficiados con el programa de bacheo, siendo un promedio de 15 noticias por cada año de la administración.

Entre otras acciones que se pudieron encontrar fueron en temas de cultura y deportes, en este aspecto se sigue resaltando mayor atención a comunidades rurales. Algunas de las acciones que se llevaron a cabo fue el fomento al empleo y emprendimiento de personas que se dedican a las artesanías, y a la venta de artículos y alimentos de la región. Esto es otra de las cosas que caracteriza esta administración, el apoyo al emprendimiento, por el que se crea el IMES, en beneficio a la comunidad por medio de apoyos económicos.

Si nos detenemos a revisar las veces que aparecía una nota sobre algún tema, programa, o de algo en específico, se puede observar que se repetían en muchas ocasiones. Esto no tenía que ver muchas veces con que las cifras aumentaran, o el beneficio fuera mayor, sino que es una forma de recordarle al ciudadano lo que el gobierno estaba haciendo. Lo anterior tiene que ver porque el ciudadano suele olvidar y se tiene que estar en constante recordatorio a través de la comunicación.

Esto último, se dio sobre todo en el último año de administración, donde prácticamente la difusión de acciones era la misma, las cantidades mencionadas y beneficiados era el mismo. Algo que hizo muy marcado, fue en el último mes, en el que se publicaron a manera diaria un apartado que contenía una acción diferente por día, que especificaba recurso asignado y beneficiados con esta acción.

En lo que respecta a la Radio, este fue un medio que se utilizó en menor medida durante el tiempo de mandato de Eduardo Espinosa Abuxapqui para informar a las personas. Este fue

un medio utilizado mayormente para dar a conocer el día, lugar, y hora de los eventos culturales, cívicos, entre otros. Ejemplo de esto sobre todo fue para invitar a los ciudadanos al primer y segundo informe de gobierno, no era un medio utilizado para dar a conocer cifras de beneficios, ni de programas llevados a cabo, era más bien un medio para invitar a la gente a participar en los eventos.

Lo anterior explicaba el presidente que se debía a que es el medio más cercano para hacer llegar a las comunidades, así como el diario, debido a la distancia (Espinosa, 13 de marzo 2017). De por sí muchas de las noticias en el diario eran de acciones dirigidas a las comunidades, y para acciones dentro de la capital se utilizaba mayormente el internet y otros medios informativos.

El internet fue un medio que utilizó con mayor medida. EEEA explicaba que se debía al mayor alcance que se tiene con este medio y a la capacidad de tener una respuesta rápida de la ciudadanía (Espinosa, 13 marzo 2017). Sobre todo, que en Chetumal existe mayor posibilidad para los habitantes de acceder al internet, que en ese tiempo también se había el acceso de los ciudadanos a través de la recuperación de conexión Wi-Fi en los diferentes partes públicos del Municipio.

A través de los diferentes medios electrónicos se conseguía un mayor alcance donde no sólo se aprovechaba para informar acciones, sino que además se publicaba información para acceder a los diferentes programa, invitaciones a eventos, de los recorridos que realizaba a las comunidades, o de promoción a consumir lo local como lo eran fotos de platillos típicos del municipio y antojitos que se pueden encontrar en la ciudad, así como atractivos de las comunidades con motivo de difundir lo bonito del municipio y las personas lo vieran y lo visitaran.

Por otro lado, estos medios sirvieron para mantener una comunicación de doble vía, donde no sólo se publicaba al ciudadano, sino que el ciudadano comentaba y preguntaba al presidente. Para esta cuestión el presidente armó un equipo que se encargaba de administrar las redes sociales y eran quienes de respondían a la ciudadanía, ya fueran demandas como la recoja de basura, algún bache, entre otras cuestiones que demandaban, sin embargo, el Messenger los fines de semana eran contestados personalmente por Eduardo Espinosa Abuxapqui (Espinosa, 13 de marzo 2017). Esto se debe a que el presidente tiene que ver muchas cuestiones, y cumplir con sus funciones, por tanto, el tiempo no le es suficiente y entonces le delega estas cuestiones al equipo designado.

Para ello, se crearon diversas páginas en las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, incluso se creó una cuenta en YouTube. Para la cuenta de Facebook se utilizó

“Eduardo Elías Espinosa Abuxapqui”. El problema era que las cuentas de Facebook que funciona por medio de agregar a los contactos se saturan, de manera que, al llegar al límite ya no te permite aceptar más. Por ello se crearon páginas como lo fueron “Elvalor De Lo Nuestro” y “Eduardo Espinosa Abuxapqui”.

En cuanto a Twitter también se crearon dos cuentas una era la personal de EEEA @e\_abuxapqui “Abuxapqui” y la otra era @Con\_abuxapqui “el valor de lo nuestro” pero ambas eran utilizadas para la difusión de información de la administración. En lo que respecta a Instagram usaba también dos cuentas “elvalordelonuestro” y “e\_abuxapqui”.

Otro medio fue la cuenta que hizo en YouTube “Eduardo Elías Espinosa Abuxapqui” en el que subía videos sobre programas, informes de gobierno, y algunos de los eventos a los que acudía. El canal de YouTube no fue muy utilizado, ya que este es creado en el último año de gobierno, por lo que se subieron muy pocos videos.

Además de estos medios, se utilizaba la página del Ayuntamiento, que es [www.opb.gob.mx](http://www.opb.gob.mx) en el cual se subían noticias de las acciones, información para el ciudadano para trámites. Incluso utilizaba otra vía que servía como comunicación ciudadano-gobierno era “ayundatel 072” pero no era un medio de difusión de acciones, sino que en este los ciudadanos podían realizar una denuncia para que fuera atendida, esto iba desde la recoja de basura, problemas del agua, bacheo, entre otros.

## **CAP. 3 RUTINAS DE COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL: GOBIERNO DE EDUARDO E. E. ABUXAPQUI 2013-2016**

Las acciones a las que se enfoca la comunicación gubernamental son las del poder ejecutivo. Enfocándonos en el periodo de gestión de Eduardo Elias Espinosa Abuxapqui presidente del municipio de Othón P. Blanco en el trienio de 2013-2016, se analizan las acciones comunicativas a través del Modelo de Rutinas de Comunicación Gubernamental (RCG) definidas por Mario Riorda (2013).

El enfoque considera los spots gubernamentales, pero también incluye el estilo del discurso del gobernante ya sea en conferencias de prensa, reportajes analizando las características de la información transmitida, así como recursos audiovisuales o electrónicos (Riorda, 2013, pág. 7). Por tal razón para analizar las acciones comunicacionales se revisaron diversos medios, tanto primarios, como los secundarios, terciarios y cuaternarios a fin de recabar la suficiente información distribuida a los ciudadanos. De esta manera permite analizar el discurso, imágenes utilizadas, frases, y forma de dar a conocer las acciones de gobierno.

A través de lo anterior, este análisis permitirá conocer si en el gobierno de Eduardo E. Abuxapqui las acciones de comunicación gubernamental estuvieron dentro del perímetro de la ciudadanía en el supuesto que de ser así se demuestra una buena calidad institucional y por tanto permite la posibilidad de construcción de ciudadanía. Es decir que de analizar las RCG conoceremos si gobierno obtuvo consenso durante su administración al momento de comunicar sus acciones.

Esto permitirá comprender las acciones comunicacionales del gobierno, así como el efecto que estas tienen, conociendo las herramientas comunicacionales que se emplearon, para sustentar la eficiencia de las políticas públicas implementadas. Para ello se identificarán y ejemplificarán las acciones de gobierno para clasificarlas en el enfoque de RCG.

Como vimos el enfoque se conforma por dos categorías de acciones recomendables y deseables, dentro de estas categorías están las acciones de comunicación del gobierno como entidad y las acciones de comunicación de las políticas de un gobierno. A su vez se incorpora dos cuñas transversales: la cuña de la comunicación y la de acceso a la información. Para cada tipo de comunicación dentro de las categorías y las cuñas se especificará si las acciones son recomendables y deseables de acuerdo con el enfoque. Finalmente podremos observar la

construcción de consenso de acuerdo con las acciones comunicativas llevadas a cabo durante la administración 2013-2016.

### **3.1 Comunicación del gobierno como entidad**

La comunicación del gobierno como entidad, es una categoría de acciones recomendables, se encuentran en los tres anillos, dentro del perímetro de la ciudadanía. Por ello estas acciones permitirían el consenso. Esta categoría se clasifica en cuatro acciones comunicativas:

#### ***3.1.1 Comunicación del gobierno como un todo o mito de gobierno***

El mito de gobierno es “la marca de gobierno”, que un gobierno debe instaurar para que la ciudadanía apropie. Si bien un mito de gobierno no se instala en poco tiempo, sino que se forma y toma su tiempo (Riorda, 14 junio, 2016), es decir, que puede tomar más tiempo para instaurarlo y no solo bastaría con una sola gestión. Ante esto, en ese periodo, instalar un mito era una cuestión complicada, debido a la circunstancia de duración de gestión y la ausencia de reelecciones. Sin embargo, tratamos a un personaje que ha sido en dos ocasiones presidente municipal de Othón P. Blanco en diferentes momentos, pero que manejó la idea de un Chetumal histórico, un repaso a las tradiciones, actividades y a la identidad Chetumaleña en ambas administraciones.

Para empezar, debemos conocer un poco de cómo es que llega a ser presidente municipal. Tal como Valenzulea (11 de mayo de 2011) explicaba que el mito de gobierno se construye a través de cuatro partes:

- La historia personal
- Evento fundacional
- La construcción de una historia
- El posicionamiento de la marca

El primer punto lo podemos explicar desde la perspectiva de la vida de Eduardo Espinosa Abuxapqui, siendo una persona que se va posicionando desde abajo y llega hasta la presidencia municipal. Su curriculum deja en visto que a los 19 años empieza la vida laboral siendo administrador y gerente de diferentes empresas alrededor de 30 años. Para posteriormente en 1995 conseguir su primer puesto en la administración pública como secretario general en dos ocasiones (1995-1998 y 2005-2008) del H. Ayuntamiento de Othón P. Blanco. Para el 2002 obtiene su primer cargo de elección popular como presidente municipal de Othón P. Blanco (curricular en el H. Congreso de la Unión, 2006). Para elección popular desde su primer puesto en la administración pública, le tomó a EEEA siete años. Finalmente vuelve a ser presidente municipal en el 2013.

En cuanto a la segunda parte, podemos decir que la ciudadanía ya consideraba a EEEA como una persona excepcional y entregada a su trabajo. Consideraríamos aquí una acción que realizó el posicionamiento de identidad Chetumaleña, la creación de un centro cultural, y el apoyo y acercamiento que mantenía con la ciudadanía en todo momento como actos de valor.

La construcción de una historia refiere a una trayectoria que lo distingue. En este caso Espinosa Abuxapqui tiene una trayectoria como presidente municipal, secretario de gobierno en dos ocasiones, diputado federal en la LX legislatura, y además llega a ser presidente municipal de Othón P. Blanco por segunda ocasión. De manera que son 18 años de trayectoria y experiencia en la administración pública, en la que se ha trabajado su imagen como político y se refuerza a través de su segunda elección como presidente municipal.

El último referiremos también a la trayectoria, pero además se incluye el partido al que pertenece y que lo colocó como candidato para llegar al poder. El PRI por muchos años había logrado el poder en el Estado y en el Municipio, nunca había perdido una elección, y con Eduardo Espinosa Abuxapqui no fue la excepción.

Una vez entendido, enfocándonos en la administración que se está analizando 2013-2016, referimos al mito siendo la base exactamente a lo que quiere referirse su lema de gobierno “el valor de lo nuestro”. Como vimos este tiene un sentido de pertenencia Chetumaleña, de derechos e inclusión de todos, pero además refiere al pasado, al Chetumal antiguo y a los valores. Esto desde luego genera un sentido de pertenencia de los ciudadanos, quienes crecieron y se formaron en el municipio y de quienes conocen la historia.

El mito de gobierno se fue construyendo desde este sentido, de manera que permite que la ciudadanía que nació y vivió en el periodo de la administración lo puedan apropiar, y en apropiar refiero a que acepte las acciones que van dirigida a todos y que son diseñadas desde el

sentido de ser othonense, Chetumaleño, motivando el valor familiar, políticas de identidad local y de inclusión social

Tabla 5. Mito de gobierno administración Othón P. Blanco 2013-2016

Concepto de la marca	Identidad y valor Chetumaleño
Frase resumen de marca	“El valor de lo nuestro”
Valores principales de la marca el valor de lo nuestro	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Honestidad</li> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Creatividad</li> <li>• Competitividad</li> <li>• Generosidad</li> <li>• Eficiencia</li> <li>• Transparencia</li> <li>• Trabajo en Equipo</li> <li>• Sensibilidad Social</li> <li>• El Valor de lo Nuestro</li> </ul>
Personalidad de la marca	La cultura es el tema central y la identidad de los Chetumaleños.
Temas de promoción	<p>Obra pública: pozos de absorción, pavimentación, bacheo.</p> <p>Programas sociales predominantes: “el valor de tu mirada”, “el valor de comenzar de nuevo”, “el valor de tu hogar”.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Esto se demuestra en sus formas de comunicar sus acciones que iremos ejemplificando, permitiendo conocer como la política comunicacional de EEEA se basaba en todos elementos que mencioné: en mantener el sentido de identidad, pertenencia y cultura, así como los valores que refrendan el mito de gobierno como amor, respeto, inclusión, y la defensa de derechos humanos. Dando en cuenta un mito de gobierno de una persona que había tenido la experiencia como presidente municipal, quien además es Chetumaleño, quiere a su gente, su Estado, Municipio y la cultura Chetumaleña, que además viene desde abajo y venía a salvar al pueblo

Chetumaleño, después de una mala administración, quien iba a reparar las calles y hacer un municipio mejor.

Ante esto quisiera resaltar una frase que mencionó EEEA en la entrevista realizada el día 13 de marzo de 2017, cuando platicábamos de la estrategia comunicativa de su administración:

Cuando uno impacta en el sentido de pertenencia, como dicen de mi corazón, de tener bien puesta la camiseta del lugar en donde vives, se logran muchas cosas. No siempre es el dinero lo más importante para gobernar, sino que es la propuesta, la actitud, el demostrar que estás trabajando y que vas a cumplir una esperanza de vida a la gente y pues son de las mejores vías para tener una buena comunicación.

EEEA recalcó siempre en todo momento a la hora de comunicar el formar parte del Chetumal, y aquí especifica cual fue su estrategia el demostrar que estaba haciendo lo mejor para los Chetumaleños, el de crear una esperanza de que un Chetumaleño estaba trabajando por ellos, con valor y amor a su identidad.

Quisiera demostrar esto a través de una frase que publicó en su Página de Facebook “Eduardo Elías Espinosa Abuxapqui” el 19 de enero de 2016, donde al momento de comunicar utiliza todos los elementos que se acaban de mencionar:

Figura 4 Ejemplo de la estrategia de comunicación basada en la experiencia



Fuente: Espinosa, 19 de enero de 2016

De esta manera se presenta como una persona capaz de sacar adelante al Municipio, una persona que con su experiencia sabe gobernar con valores, creando el sentido de esperanza hacia el futuro. Esto es la comunicación del mito de gobierno. Esta publicación además personalista es acompañada por una foto de él en sus giras de trabajo.

### ***3.1.2 Comunicación por segmentos o áreas***

La administración se basó exactamente al todo le va bien, de manera que fue un gobierno muy personalista y vertical, que acaparaba la atención, siempre por encima de cualquier área o funcionario alguno que realizara la acción. Con esto refiero a que en toda acción comunicada se utilizaba el logo de gobierno, el nombre e imagen del presidente.

Por medio de la recopilación de notas en el Diario de Quintana Roo, se logró observar que toda nota que daba a conocer acontecimientos del gobierno municipal aparecía con el encabezado “El presidente Eduardo Espinosa Abuxapqui”, a pesar de que fueran acciones llevadas a cabo por las diferentes áreas. Esto era para toda acción de gestión, de entrega de apoyos, de obra pública, o en cualquier momento en el que el nombre del presidente iba por adelante del título de la noticia. Aunado a esto la nota iba acompañada siempre de una foto donde estaba el presidente municipal en la acción de la nota.

Por otro lado, si la acción era llevada a cabo por alguna dirección, esta sólo se mencionaba en la nota, en ocasiones se integraba el nombre del director del área, en otra ni se mencionaba. En todo momento en el que se repetía la publicidad de la acción, el área que lo llevaba a cabo ya no se mencionaba, sólo era “el presidente” encabezando la publicidad.

Por mencionar algunos ejemplos de ello, recorro a la revisión de tres notas diferentes como se muestra en la siguiente gráfica:

Tabla 6. Ejemplos de comunicación por segmentos o áreas administración 2013-2016

Título de la nota	Resumen de la nota	Fecha
Abuxapqui, junto con empresarios entrega balones indestructibles	Se entregaron 400 balones indestructibles que fueron donados por el club rotario Chetumal, la agencia caribe	15 de junio de 2014

	motors y la fundación del empresario yucateco.	
Junto con delegado estatal de SAGARPA Abuxapqui entrega apoyo a productores	Entregaron apoyos a 650 productores del municipio Su amigo el presidente municipal, sigue firme en esta lucha poniendo por adelante el bienestar de cada uno de ustedes, sigamos trabajando con base en esta confianza que hemos construido juntos (párr.2)	13 de octubre de 2015
El DIF de OPB: Abuxapqui impulsa más programas para la población	Con el programa techando esperanzas entregaron 45 mil 130 láminas de zinc. Con el programa mi primera acta de nacimiento gratuita se otorgaron 4 mil 124 copias certificadas. Con el programa de “el valor de cabalgar, se ha brindado atención terapéutica a niñas y niños. Con el valor de tu mirada se ha beneficiado a 4 mil personas En atención permanente a los adultos mayores el sistema DIF ha entregado más de 28 mil despensas a 4 mil 785 abuelitos.	24 de septiembre de 2015

Fuente: Elaboración propia con base a notas recabadas del Diario de Quintana Roo (septiembre 2013-septiembre 2016)

La primera nota muestra por delante “Abuxapqui” seguido de las organizaciones civiles que también trabajan y apoyan en conjunto. Cabe señalar que la nota refiere que los balones fueron donados por las Organizaciones, sin embargo, el título denota que la acción es de ambos. Mostrando que acapara la atención de la acción el presidente, y se nota desde el título de la nota. Aunque este es un medio secundario, se demuestra el predominio de esta forma de comunicar que también se llega a encontrar en los medios primarios.

La segunda nota vemos la misma práctica, sin embargo, en el título se le concede la propagan publicitaria, al exponer que el delegado entrega junto con el presidente. Pero ya en las declaraciones que presenta en la nota ya no concede esta acción, sino que especifica “su

amigo el presidente municipal”, esto es lo que Riorda (2008) llama “comunicación anclada a las partes que forman el todo” (p. 5).

La tercera nota es interesante, porque al principio del título expone al Sistema DIF, pero seguido viene “Abuxapqui impulsa más programas”, se puede entender que todo lo ha llevado a cabo el presidente. Esto es algo que se observa durante los tres años de administración en la forma de comunicar acciones. Pero aquí hay que destacar que, a través de la revisión de las notas y los medios electrónicos, a la única dependencia que le daba crédito era la que presidía su esposa Patricia Ramírez “el DIF municipal”.

Esto debido a que había notas donde no aparecía el nombre del presidente, ni la imagen, ni logo, pero en días siguientes la nota del accionar ya no aparecía el DIF, sino sólo aparecía el presidente. No obstante, estas publicaciones eran escasas, comparadas a las publicadas de los programas que eran llevados a cabo por el DIF.

En lo que respecta en las redes sociales, tuvo sus momentos donde daba crédito a las direcciones que llevaban a cabo las acciones. Sin embargo, en la mayoría de las publicaciones, el accionar de gobierno, siempre quien encabezaba y se daba crédito era el presidente municipal. De manera que la atención siempre la acaparaba el gobierno de EEEA. La siguiente publicación es un ejemplo que demuestra lo anterior:

Figura 5. Ejemplo de comunicación por segmentos



Fuente: Espinosa, 27 de noviembre de 2013.

Con esto podemos decir que la actividad comunicativa destacaba en ocasiones las acciones de las áreas que lo llevaban a cabo, pero siempre iban acompañadas del logo central del gobierno. O bien, se mencionaba que las acciones eran realizadas en conjunto, donde en todo momento la firma de gobierno estaba presente.

Dentro del modelo este tipo de acción se encuentra en el segundo anillo, donde se encuentran las acciones que le dan fuerza al mito de gobierno, que está dentro del perímetro de la ciudadanía que permitiría obtener el consenso ciudadano. En este caso la comunicación está centrada a un área y de ahí se desprende todo.

### ***3.1.3 Comunicación de programas o proyectos***

Por otro lado, Riorda (2008) mencionaba que los gobiernos crean políticas adecuadas y reconocibles por la población, de manera que todo ciudadano debe reconocer los valores sustanciales del gobierno. De esta manera, el gobierno de EEEA encabezaba todo programa social con el nombre “el valor”, que forma parte de su lema central. Ejemplo de ello son “el valor de tu mirada”, “el valor de comenzar de nuevo”, “el valor de cabalgar”, por mencionar algunos.

En este mismo sentido se llevaba a cabo también entrega de reconocimientos a trabajadores y a la sociedad en general abriendo el espacio a destacar a las personas, menciono esto porque este acto también se nombraba con “el valor”: “el valor de las personas con discapacidad de Othón p blanco”, “el valor al mérito juvenil”, “el valor del mérito deportista”. Esto también tiene que ver con la rutina comunicativa de este gobierno, que era mantener la relación de los valores y el mito de gobierno al difundir los programas y proyectos de gobierno y por otro lado que el ciudadano reconociera con el simple nombre quién lo había realizado.

Aunado a lo anterior toda la ciudad ante cualquier acción como el pintado de parques, escuelas, espacios públicos, direcciones, etc., llevaban en todo momento el logo de gobierno. La ciudad se encontraba tapizada de estos logos, de manera que le recordaba al ciudadano quien estaba haciendo las cosas para beneficio de todos:

Figura 6. Tapa de absorción



Fuente: Espinosa, 21 de febrero de 2014

Figura 7. Fuente pescador



Fuente: Espinosa, 18 de agosto de 2016.

Figura 8. Dirección de turismo



Fuente: Google maps, diciembre 2015.

Podemos apreciar tres imágenes significativas, la primera es una de las tapas de registros de pozos de absorción que ponían, cabe resaltar que en la administración se construyeron 100 pozos de absorción a los cuales se les colocaba estas tapas, recordándoles a los ciudadanos quien lo estaba realizando. Por ello, todo lo que realizaba llevaba el logo de gobierno o llevaba el lema “El valor de lo nuestro”. Tal como podemos apreciar en uno de los logros de la administración, acondicionar y dar una mejor imagen a la fuente del pescador, que se convirtió en un espacio para llevar a cabo eventos culturales y un lugar para tomarse la fotografía. Por si fuera poco, las direcciones y absolutamente todo iba rotulado con “el valor de lo nuestro”.

Asimismo, al llevar a cabo acciones y al comunicarlas, se demostraba mantener el mito de gobierno “la identidad de Chetumal”, pues muchos de los programas y acciones estaban encaminados a realzar la identidad othonense que caracterizó mucho a la administración. Llevó a cabo eventos y acciones culturales, en este mismo sentido el presidente pone en marcha el Centro Cultural que lleva por nombre el lema mismo de gobierno “el valor de lo nuestro”. EEEA en la inauguración del centro cultural mencionó:

Estamos conformando hoy por hoy lo que podemos llamar productos culturales de mucha calidad que representan a nuestro municipio y que buscamos que sean emblemas de nuestra cultura y de nuestra identidad; las Orquestas y el Ballet están conformados por personas de todas las edades que buscan un espacio para demostrar su talento y en mi gobierno hemos generado el espacio para su desarrollo (visión peninsular, 29 de enero de 2016).

Este solo es un ejemplo de lo que buscaba, ante todo, desde nombrar “el valor de lo nuestro” al centro cultural, es un recordatorio para la ciudadanía de que en la administración se logró.

Esta acción comunicativa de acuerdo con el enfoque se encuentra dentro del perímetro de la ciudadanía, el cual está ubicado en el tercer anillo. Se recalca que esta es una acción recomendable que se debe llevar a cabo.

### ***3.1.4 Comunicación Informativa y pedagógica***

Siguiendo el mismo esquema también en la gestión se encuentra la comunicación pedagógica. Hay un programa que resalta mucho en las acciones del gobierno “el Instituto

Municipal de Economía Social (IMES)”, el cual en la gestión de EEEA contaba con una página que te daba instrucciones para acceder al apoyo.

De igual forma, la página oficial de Ayuntamiento contaba con documentos que explicaban los requisitos, costos, y toda la información necesaria para trámites, servicios y programas que se llevaban a cabo. Este tipo de información también era proporcionada por medio de las redes sociales que utilizaban para dar a conocer a través de las publicaciones.

Sobre todo, en trámites de ciudadanía y de realización de pagos destacó el del impuesto predial, el cual fue sumamente difundido por todos los medios, llamando a la ciudadanía a cumplir con su obligación. Lo que quiero resaltar de ello es que en la página del ayuntamiento se encontraba con un apartado que daba a conocer los lugares de cobro y toda la información requerida para cumplir. En los diarios también se difundió los espacios establecidos para cobrar, las cuotas de cobros y porcentajes, etc. De la misma forma la ciudadanía a través de Facebook realizaba preguntas directas sobre la acción que se daba a conocer, y en caso de que fuera un apoyo o programa, se les proporcionaba donde acudir y que papeles llevar para acceder a ellos.

De manera informativa, algo que caracterizó esta administración fue para periodos antes de elecciones, así como antes de finalizar el año de gestión y después del informe de gobierno, se llegaron a publicar anuncios informativos por diferentes medios donde se daban a conocer los programas, proyectos y avances de gobierno, para que el ciudadano estuviera enterado de las acciones llevadas a cabo e incluso del beneficio generado.

### **3.2 Acciones de comunicación de las políticas de un gobierno**

Dentro del enfoque, tenemos también las acciones de comunicación de las políticas de un gobierno. Estas acciones Riorda (2013) las clasificaba en seis tipos que iremos explicando con ejemplos implementados durante la administración 2013-2016.

### ***3.2.1 Comunicación por valores***

Para entender esta acción comunicativa debo mencionar que los valores son una parte fundamental del mito, ya que a través de estos se logra atraer a las masas. Así lo explica Sánchez V (2014) al referir que los valores "son el factor clave, para la creación del consenso, promovidos por las emociones, llegando a generar un carácter de identidad" (párr.26). En este mismo sentido el sistema político debe cumplir con la asignación de valores para poder alcanzar el éxito, pues solo con la integración de ellos se conseguirá la mayor aceptación perdurable en el tiempo (Sánchez V, 2014, párr.30)

En este sentido los valores fundamentales que rigen la acción del gobierno municipal están integrados en el Plan de Desarrollo Municipal (PDM) 2013-2016, los cuales son:

- Honestidad
- Responsabilidad
- Creatividad
- Competitividad
- Generosidad
- Eficiencia
- Transparencia
- Trabajo en Equipo
- Sensibilidad Social
- El Valor de lo Nuestro

Como vemos se integra a los valores el lema "el valor de lo nuestro", lo que refiere a la ciudadanía, las personas son el valor, el valor de la ciudad. Con este mismo sentido se comunicaba a las personas, las acciones llevaban por nombre a la ciudadanía que era a lo que refería, la hacía parte de gobierno.

Por otro lado, la acción comunicativa, por mencionar algunos, se basaron en los derechos humanos, la igualdad, responsabilidad, entre otros, que son los valores integrados en el PDM. Ejemplo de ello en cuanto a la igualdad, fue muy visible en la comunicación desde el lema de gobierno "el valor de lo nuestro" en el que no sólo realza el valor, sino que es el valor de todos, de igualdad y de integridad, seguido de ello varios de los programas llevados a cabo como mencioné anteriormente llevaba este lema como "el valor de tu mirada", "el valor de tu hogar",

“el valor de comenzar de nuevo”, “el valor de cabalgar”, “centro cultural el valor de lo nuestro”, “el valor de la familia” y muchas acciones más.

Este sello de gobierno, Espinosa (20 de septiembre de 2015) explicaba en su segundo informe de gobierno subido en la cuenta de YouTube, que “el valor de lo nuestro” era y significaba:

Primero reflejar que estamos hechos nosotros, los adultos, que somos un reflejo de los valores que nos dieron nuestros padres. Nuestros padres en el paso a esta generación a la que pertenezco nos enseñaron a trabajar, nos enseñaron a respetar a nuestras patrias, a respetar a nuestros amigos y amigas, a ser ciudadanos de bien, a aportarle a la comunidad, a participar del desarrollo, a buscar que nuestras decisiones sean causas comunes y a querer mucho la tierra donde vivimos. El valor de lo nuestro encierra todo esto, para poder llevar a Quintana Roo en la piel al hogar donde tenemos al municipio de Othón P. Blanco, para luchar juntos y buscar siempre el bienestar colectivo.

Esto marca además el relato, fijado a los valores del respeto, igualdad, que sobre todo alude a la inclusión de todas y de todos, así como amor hacia el municipio. Es decir, comunicaba el valor de identidad, comunidad, el de hogar y el de ser y formar parte de la comunidad. Integraba en este lema el valor de respeto de cuidar y procurar del lugar porque formas parte de él.

Por otro lado, en algunos discursos y palabras que se lograron recabar del periódico y de videos del canal de Youtube, podemos identificar los derechos humanos. Ejemplo de ello en palabras de Eduardo Espinosa Abuxapqui “siempre respetaremos las decisiones de la ciudadanía y a quienes tienen alguna inconformidad les digo que en todo momento se respetaran sus derechos” (Márquez, 23 de diciembre 2013, párr.3). En este discurso no solo identificamos los derechos humanos, sino también el respeto de la administración para los habitantes durante la toma de decisiones. Con ello podemos decir que la comunicación por valores siempre estuvo presente.

### ***3.2.2 Comunicación de apelaciones conmemorativas***

El segundo punto del modelo es “las apelaciones conmemorativas”. Un ejemplo de este tipo de acción es cuando en los discursos de Espinosa Abuxapqui siempre buscaba realzar la imagen Chetumaleña de tiempos pasados. Dentro de este tipo de comunicación también se puede hacer mención el uso de las redes sociales “el valor de lo nuestro”, donde todos los días publicaban imágenes del Chetumal, realzando siempre lo significativo del municipio, así como el antes y el después de este.

Es así como la gente se siente identificada al proyecto común, de manera que se utilizan símbolos que ayudan a crear este espacio. En este punto hay que resaltar que no utiliza cuestiones del nacionalismo ni patriotismo, sin embargo, al recurrir a símbolos del pasado como imágenes de Chetumal antiguo que son espacios simbólicos, deja en visto una revisión al pasado.

De hecho, en su página de YouTube hay un video que subió para el 60 aniversario del huracán Janet titulado “60 Aniversario del paso del Huracán Janet por nuestra Capital Chetumal”, en el que habla del suceso. En este video resalta la unión como chetumaleños para salir adelante, aspecto importante que permite observar que el mito de gobierno está presente en todo momento.

### ***3.2.3 Comunicación basada en el humor***

Dentro de la comunicación basada en el humor, durante la administración cuando el presidente hablaba con la gente tenía ciertos toques de humor. Además, este tipo de comunicación podemos encontrarlo sobre todo en las imágenes que se publicaban en las redes sociales “el valor de lo nuestro”. Un ejemplo de ella es la que se presentan a continuación:

Figura 9. Ejemplo de comunicación basada en el humor



Fuente: Espinosa, 26 de julio de 2016.

La comunicación de la administración careció de diseños, incluso se apropiaban de imágenes de la comunicación de otros municipios para publicar. En ese sentido la comunicación basada en el humor no fue del todo implementada.

### ***3.2.4 Comunicación negativa y basada en el temor***

Dentro de las acciones de comunicación negativa no encontramos que estuviera presente durante la Rutina de Comunicación de esta administración. Esto se debe a que Eduardo Espinosa Abuxapqui nunca se caracterizó por inculcar miedo en los ciudadanos, por el contrario, siempre fue amigable y sonriente con la gente.

### ***3.2.5 Comunicación agradable, amigable o de estilos de vida***

Por último, en las acciones está la “comunicación agradable o estilos de vida”, este tipo de comunicación si se presentó en el gobierno de Espinosa Abuxapqui, pues tenía un acercamiento con la ciudadanía e intentaba dejar a un lado la formalidad. Otro aspecto de este tipo de comunicación es contar vivencias, a lo que en discursos narraba aspectos y experiencias personales, un ejemplo de este es en su segundo informe de gobierno donde narraba:

Yo voy seguido a las comunidades rurales, me gusta mucho salir al campo, pero en una ocasión en la comunidad de Caobas, estaba hablando yo de mi encuentro con los ciudadanos, hablando de los proyectos que íbamos a hacer y de repente una jovencita levanta la mano y me dice: Sr. presidente yo quiero que me apoye con una laptop, y yo le dije: bueno, si tienes promedio de 10, yo te consigo ahorita tu laptop, yo llevaba una laptop en la camioneta. Al rato regresó y entonces me pasaron su boleta de calificaciones y cuando la veo, me quedé sorprendido, puros dieces, me ganó y tuve que entregarle su laptop (Espinosa, 20 de septiembre de 2015).

La narración de vivencias personales era muy común en los discursos del presidente, relataba sobre todo vivencias pasadas. De hecho, siempre intenta platicar un poco de su experiencia y vivencias. Ejemplo de esto es en la entrevista que se le realizó, en la cual en todo momento nos narró como realizaba sus giras a las comunidades, así como de algunas acciones que realizó.

Encontramos varios momentos en los que recurría a esta acción comunicativa, sobre todo contaba muchas vivencias de pequeño, de su administración pasada, incluso hasta de los recorridos que hacía en las comunidades, como el ejemplo anterior. Sí en definitiva algo que lo caracterizó fue este tipo de comunicación.

### ***3.2.6 Comunicación inventarial contable o centrada en hechos***

Este tipo de acción comunicativa fue la más observada durante la administración. Algo que caracterizó la gestión de Espinosa Abuxapqui fue dar datos, costos, y beneficiarios al momento de dar a conocer la actividad realizada o a realizar.

Tanto en los periódicos, como en las redes sociales, muy repetidamente se publicaban notas en el que se exponía la acción llevada a cabo, el recurso utilizado para ello, así como las personas que se beneficiaron con esta acción. Es así como se recalca que el gobierno lo había logrado, de esta manera se permite que los ciudadanos tengan una buena opinión pública al respecto.

Ejemplos de este tipo son muchísimos, pero me permito poner algunos ejemplos, esto normalmente se hacía con la recoja de basura y con el Bacheo, que eran demandas de la ciudadanía ante las condiciones en las que se encontraba. Ejemplo de esto es:

El valor de lo nuestro (14 de marzo 2016) “Con el respaldo del presidente Enrique Peña Nieto, en el gobierno de Othón P. Blanco que encabeza el presidente municipal Eduardo Espinosa Abuxapqui, ya se invirtieron 82 millones de pesos en pavimentación de calles en 48 de las 87 comunidades que integran el municipio”.

Otro ejemplo lo encontramos en las acciones comunicadas por medio del Diario de Quintana Roo: “En Sacxán se entregaron 105 paquetes de láminas de zinc, 224 despensas para los abuelitos de tercera edad, 10 bombas aspersores, 105 plantas de ornato, 3 paquetes de herramientas, 3 podadoras” (Márquez, 19 de mayo de 2014)

Como se puede observar, este tipo de comunicación estuvo presente, sin embargo, los datos eran presentados muy superficial, ya que los registros de estos programas no se encontraban al alcance de los ciudadanos, pero el ciudadano podía leer encabezados que le demostraban lo que su gobierno estaba haciendo. Pudiendo ser un resultado de que gobierno está comunicando lo que quiere y esto no significa que sea la realidad.

### **3.3 Cuñas transversales**

El modelo de Riorda (2008), agrega dos cuñas transversales, que son formas en las que comunican los gobiernos, una de ellas son las prácticas que no son deseables llevar a cabo al momento de comunicar, y otra de acciones recomendables siempre. Con la revisión de acciones comunicadas en la administración 2013-2016 del municipio de Othón P. Blanco, logramos identificar que estuvieron presentes algunas acciones que se explican en esta sección.

#### ***3.3.1 Cuña de desvío de la comunicación***

Esta cuña incluye cinco prácticas del gobierno que no son deseables ni recomendables, pero que se podrían justificar en determinados momentos.

## ***Egocéntrico, no inclusivos***

El egocentrismo se logra observar mucho en los periódicos, donde en los encabezados y ciertos eslóganes, como vimos en la comunicación por áreas, donde se “personaliza las acciones del gobierno en una sola persona” “Abuxapqui”, de manera que se excluye a cualquier área o ciudadanos. Esto desde “Abuxapqui cumple”, “Abuxapqui realizó”, “Abuxapqui gestiona” y un sinfín. Además de publicar las notas con imágenes donde aparece el presidente.

Sin embargo, empleaba dos formas en sus discursos, donde reconocía a los departamentos y otra (mayormente) donde decía “mi gobierno”, “yo hice”, “comandé”, y cuando reconocía que se hacía en conjunto, comunicaba usando la frase “con ayuda del gobierno federal y estatal”. De la misma forma incluye a los ciudadanos desde frases “a trabajar en equipo por la ciudadanía”, Espinosa Abuxapqui mencionaba: “ante ustedes hice el compromiso de dignificar nuestros espacios públicos y esto es una muestra de cómo estamos cumpliendo” (Rosas, 8 de marzo 2014, pár.3).

Llevar a cabo estas acciones deja afuera a la ciudadanía, de manera que imposibilita que se obtenga consenso. Por ello Riorda mencionaba que esta no era una acción recomendable, pero cabe destacar que las notas periodísticas no son controladas directamente por el gobierno, sino que estos son publicados por medio de la interpretación del mensaje.

Por ello tomamos en cuenta primordialmente las redes sociales tampoco en muy pocas ocasiones encontramos alguna evidencia que demostrara ser egocéntrico al comunicar. Este es un aspecto muy importante que no es recomendable que lleve a cabo un gobierno, ya que de acuerdo con Riorda (2013) son mensajes “no excluyentes, que alejan a la ciudadanía y las posibilidades del consenso” (pág. 11).

## ***Nominales***

Este tipo de mensajes no se encontró que estuvieran presentes en esta investigación, ya que, a pesar de no dar crédito en todo momento a las demás áreas, siempre recalca que las acciones eran llevadas a cabo gracias al apoyo de los tres niveles de gobierno. Aunado a ello, EEEA no se apropiaba del mensaje de gestión y no utiliza el pronombre de “yo” exclusivamente

haciendo referencia a él, sino que en todo mensaje era estamos trabajando, nosotros, entro otros pronombres en plural haciendo referencia a todo el equipo que colabora para llevar a cabo las acciones.

Los mensajes nominales están fuera del perímetro de la ciudadanía, por lo que no permite obtener consenso. Al estar ausentes de la forma de comunicar acciones de la administración, demuestra un punto a favor que permite la aceptación ciudadana.

### ***No polisémicos, confusos, superpuestos***

Ante este tipo de comunicación de mensajes no se encontraron evidencias en esta investigación que demostraran el uso de estos durante la administración. Esto debido a que la manera de dar a conocer las acciones era muy clara. En cuanto a los superpuestos tampoco encontramos algún mensaje que imitara o copiara diferentes mensajes.

A pesar de ser una acción que se encuentra dentro del perímetro de la ciudadanía, no es recomendable emplearla, ya que no son muy efectivos (Riorda, 2013, pág. 11).

### ***Confusión de mensaje de gobierno como un todo con áreas***

Este tipo de mensajes especificaba Riorda que eran frecuentes cuando no se tiene “el mito de gobierno muy claro” (Riorda, 2008, p.11). En lo que respecta a la administración, como se explicó anteriormente, tenía establecido su mito de gobierno basado en las tradiciones. Entre tanto no se encontraron mensajes que haya empleado.

## ***Retrospectivos***

En algunas ocasiones en el discurso de Eduardo Espinosa Abuxapqui entraban mensajes que miraban hacia la gestión anterior en la que había sido presidente. Por otro lado, al inicio de su periodo recalca el apoyo que los ciudadanos le dieron por segunda ocasión.

Al entrar en sus funciones, en su discurso deja ver las malas acciones del gobierno anterior, de manera que dejaba en visto la mala gestión que hubo. Esta referencia sólo la empleó al iniciar la administración. La logramos encontrar en el discurso que dio cuando tomó posesión:

En este día quiero proclamar el fin de los reclamos, de la molestia, de la crítica, de las promesas sin cumplir, de la impunidad y de los privilegios que por mucho tiempo han estrangulado a la política en Othón P. Blanco (Carrillo, 1 de octubre de 2013, párr.1).

Con este discurso resalta un vistazo hacia el pasado, donde exhibe a las malas administraciones, defendiendo que esta administración sería diferente. Estos mensajes son aceptables de acuerdo con el modelo y son muy efectivos cuando anteceden a malas administraciones, sin embargo, no se debe hacer mucho uso de estos pues lejos de conseguir consenso estaría logrando lo contrario, el descenso.

También encontramos este tipo de comunicación cuando regresaba al pasado cuando fue por primera vez presidente municipal 2002-2005, ejemplo de ello es cuando refería a experiencias y vivencias:

Eduardo Elias Espinosa Abuxapqui (27 de enero de 2016) “Fue aquí, en mi pasada administración como Presidente Municipal de Othón P. Blanco donde se instituyó por primera vez, en los municipios de Quintana Roo, el reconocimiento al mérito deportivo municipal”.

Otro ejemplo de este tipo de comunicación (27 de enero de 2016) es el siguiente:

Durante mi primer mandato como presidente municipal de Othón P. Blanco, iniciamos la construcción de los domos deportivos en las escuelas públicas y en los parques, y fueron esos los primeros domos que existieron en Quintana Roo, aquí, en Othón P. Blanco, donde iniciamos juntos ese tipo de obras, que afortunadamente han seguido construyéndose por todo el estado, en todas las ciudades y comunidades rurales, para orgullo de todos los othonense, que vimos nacer aquí esa iniciativa.

Es así como con estos dos estados, que son algunos ejemplos de los que encontramos, donde aplica este tipo de mensajes, donde no sólo acude a exhibir una mala administración, sino que también evidencia que, gracias a sus actividades en su primera vez como presidente municipal, se están llevando a cabo ahora. Aunado a ello marca que sigue trabajando por el bien de los othonenses mostrándose comprometido, estas actualizaciones de estado en Facebook también pudieran demostrar una comunicación de estilos de vida.

A pesar de que esta acción no es recomendable, logra conseguir consenso sobre todo si antecede a una mala gestión (Riorda, 2013, pág. 11). Como ya mencioné solo se utilizó al principio de la gestión y hasta aquí es válido de acuerdo con lo que Riorda explicaba, y aun así se puede conseguir consenso. El problema de utilizar este tipo de acción es que no deja ver hacia el futuro y más adelante en la administración ya no se encuentran acciones comunicadas de este tipo.

### ***3.3.2 Cuña de acceso a la información***

Finalmente tenemos la cuña de acceso a la información, ante esta argumentamos a través de las diversas vías de proporción de información, de las que hablamos en el capítulo anterior. Aquí podemos mencionar las cuatro formas de comunicar (primaria, secundaria, terciaria y cuaternaria), de forma que el alcance de las acciones llega desde la ciudad hasta las comunidades, ya que recurre a todos los medios.

Al hacer uso de medios tradicionales como la radio, la prensa escrita, permite hacer llegar la información hacia las comunidades que no tienen acceso a medios como el internet. Asimismo, explicaba que recurría a entregar apoyos y a platicar e informar a los ciudadanos de las comunidades del Municipio, esto resulta importante pues el recurrir personalmente a visitarlos acerca al presidente con los ciudadanos y de esta forma mantenerlos al tanto de las acciones que se están llevando a cabo.

Por otro lado, muchas personas acceden a los medios modernos, conociendo que actualmente se puede acceder a internet por el celular y por la computadora, y de esta forma logran conocer asuntos por televisión en línea, radio en línea, redes sociales, que son los medios por donde se comunicaron diversas acciones. En lo que respecta al Estado de Quintana Roo para el 2013 año en el que inicia la administración, el 46% accedía a internet, siendo de los

Estados con mayor porcentaje de usuarios de internet que acceden diario (Parametría, 2013) y por otro lado, más del 80% de la población accede a los medios y redes sociales a través del celular (Expansión, 14 de marzo de 2016).

Lo anterior demuestra que muchos usuarios tienen el acceso, por lo cual es un medio de acceso a la información, y que fue un medio que utilizó mucho la administración. En este sentido también refiero a la página oficial del ayuntamiento donde se podía encontrar todo tipo de información, marco legal, noticias, se subían convocatorias para acceder a programas, y toda información que pudieran acceder los ciudadanos y que fueran de utilidad para que conocieran las acciones de gobierno.

Esta cuña siempre está dentro del perímetro de la ciudadanía, lo que marca y permite que se obtenga el consenso ciudadano. Esto es lo que sostiene todo el proyecto y toda la comunicación gubernamental. Por ello es importante cumplir con esta acción, es recomendable y siempre deseable, la publicidad de gobierno.

### **3.4 Reacción de la ciudadanía antes las prácticas comunicaciones del gobierno de Abuxapqui**

Durante el análisis y revisión documental de los diferentes medios utilizados para difundir acciones, se pudo encontrar respuestas en las redes sociales, así como en internet y en el periódico, algunos mensajes de ciudadanos dirigidos hacia el presidente. Esto nos permite observar la aceptación ciudadana de las acciones.

Dentro de los medios como son el periódico se encontraron diversas notas ciudadanas, donde la gente beneficiada con los programas ejecutados daba un mensaje de agradecimiento al presidente por llevar a cabo la acción. Algunos ejemplos de estas notas son las siguientes:

Tabla 7. Agradecimientos de ciudadanos en el Diario de Quintana Roo

Titulo nota	Nota	Fecha
Vecinos reconocen trabajo del ayuntamiento othonense, zona rural mejor iluminada, realidad	Yolanda Rayo Benítez, ciudadana de Palmar agradece: “ha beneficiado mucho por la seguridad. De hecho nos acaban de reparar algunas porque a veces de la bolsa de uno hay	11 de julio 2016

	que poner, y esta vez han estado pendiente de nosotros cosa que les agradecemos mucho, y es que habían lámparas fundidas pero ya nos la repararon y ya funcionan todas (...) afortunadamente nos han estado atendiendo” (párr. 4)	
Reconocen beneficiarias de invernaderos Abuxapqui apoya a las mujeres	Las mujeres del campo reconocieron que las inversiones gestionadas por el presidente municipal Eduardo Espinosa Abuxapqui les ha permitido consolidar sus proyectos con la construcción de dos invernaderos “el presidente municipal Eduardo Espinosa Abuxapqui fue honesto al decirnos que nos apoyaría a generar nuestros empleos y se lo agradeceremos mucho”	9 marzo 2016
Inicia entrega de 150 en el municipio, agradecen a Abuxapqui máquinas de coser	Ciudadanas reconocen y agradecen la labor que realiza Eduardo Abuxapqui, por su parte María de la Luz García vaca ciudadana de Lázaro Cárdenas II menciona “estoy encantada, es algo que hace años yo quería tener, que me hacía mucha falta, pero por la falta de dinero no me había sido posible” (párr. 3) Por su parte Alejandra Sánchez de Nuevo Becar también da su mensaje al presidente municipal: “con el trabajo que realice utilizando esta máquina sacaré adelante a mi familia, quiero agradecer al presidente municipal por este programa” (párr. 7) quien se había enterado de este programa por la radio por voz de la presidenta del DIF.	1 de octubre de 2015
Othonense agradecen apoyo a Abuxapqui.	Beneficiados por el programa “el valor de tu mirada” dan mensaje al presidente, de esta forma el señor Alfredo Duran pidió al gobierno	16 de junio 2015

Inicia el valor de tu mirada	<p>municipal continuar con este programa que ayuda sobre todo con la economía familias “lo escuche en la radio, es un buen programa que nos ayuda, que bueno que lo estén haciendo”</p> <p>Por su parte Pedro Caamal menciona que el primer año no pudo participar por lo que agradece que se lleve a cabo por segunda ocasión</p>	
------------------------------	--	--

Fuente: Elaboración propia con base a notas periodísticas del Diario de Quintana Roo septiembre 2013-septiembre 2016.

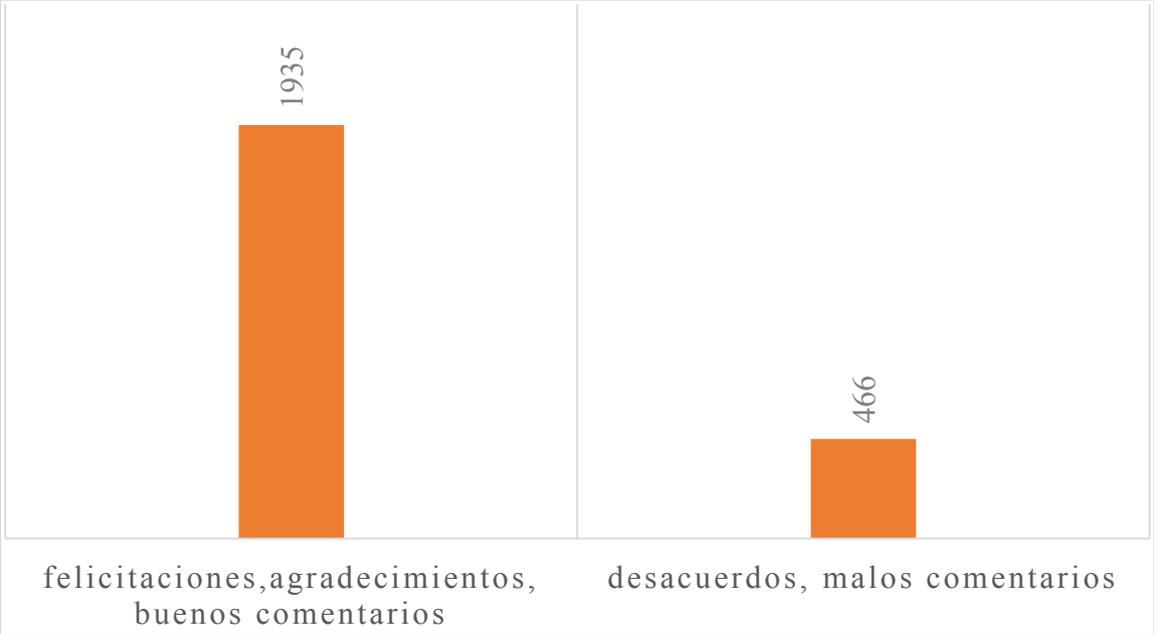
De la misma forma en las redes sociales como Facebook, tan sólo en la red “Eduardo Elías Espinosa Abuxapqui” mantenía 17.582 seguidores, de los cuales obtenía solicitudes y respuestas por medio de esta red social. A través de las redes sociales los ciudadanos tenían un mayor acercamiento y abrir un espacio para responder a las demandas. Por otro lado, se recibían diferentes tipos de comentarios, desde los mejores hasta los malos con respecto a la actividad que se informaba. Esta parte parece imprescindible, y por ello, a través de la red social de Facebook anteriormente mencionada se hizo una revisión de los comentarios que recibía por cada publicación de actividades del Ayuntamiento, sin tomar en cuenta los comentarios que se daban a las publicaciones de las postales de la ciudad ya lo que nos interesa saber es la aceptación de la gente ante las acciones comunicadas.

La recopilación se realizó de octubre 2013 a septiembre 2016, que fue el periodo en el que se publicó por medio de esta red social las acciones que se llevaban a cabo. Es importante señalar que hubo periodos, así como publicaciones, en los que la ciudadanía comentaba menos y en otras más.

Por ejemplo, en el 2013 su primer año de gestión, fue donde se concentró una actividad de comunicación entre el gobierno y la ciudadanía y conforme iba pasando el tiempo de gobierno la interacción empezó a disminuir. Sin embargo, volvía a intensificarse por periodos en los que más publicaciones se hacían y cuando se realizaba una acción de bacheo. Resulta que la ciudadanía del municipio estaba muy al tanto del bacheo, esto lo logramos comprobar ante las revisiones de periódico también como mencionamos anteriormente. Al ser esta además una acción muy visible para los ciudadanos era una de las más dadas a conocer y era la que más solicitaban. Entre tanto, los comentarios mayormente se centraron en felicitaciones y agradecimiento, así como en las solicitudes.

A través de esta revisión lo que buscamos demostrar es la aceptación de las acciones comunicadas, tener una aproximación a la situación en la que se encontraba el Ayuntamiento en cuanto al consenso y aceptación a la hora de comunicar. Por tal razón hago una comparación de las dos primeras clasificaciones de comentarios: las Felicitaciones, agradecimientos, buenos comentarios, y apoyo; y los de desacuerdo y malos comentarios.

Figura 10. Comparación de comentarios de la ciudadanía de octubre 2013-septiembre 2016.



Fuente: Elaboración propia de acuerdo a la información recopilada a través de los comentarios de Facebook Eduardo Elias Espinosa Abuxapqui octubre 2013-septiembre 2016

En cuanto a Facebook se demuestra que las acciones comunicadas tenían buena aceptación ciudadana, siendo el 80% de los comentarios captados buenos, y solo el 20% restante demostraron ser los malos. Esta aproximación solo resulta de este medio. Esto no quiere decir que la mayoría de los ciudadanos estuvieran de acuerdo con los resultados y las acciones comunicadas, pero si nos permite conocer la aceptación de las acciones al momento de comunicar por el medio de Facebook.

Aunado a ello hago una recopilación de comentarios sobresalientes que apoyaban las acciones y al gobierno de Espinosa Abuxapqui y que además demostraban el mito de gobierno. Logrando captar los siguientes comentarios realizados en las publicaciones que se hacían en la página “Eduardo Elias Espinosa Abuxapqui”, los cuales que me tomaré a la tarea de explicar porque los he seleccionado.

Canul (28 de octubre de 2013) “Una muestra más de la voluntad de servir y ser un gran gestor de nuestras necesidades, el valor de nuestro voto es la fuerza que mueve montañas; gracias paisano por tu empeño...estamos contigo en este gran reto”

Este comentario resalta el papel de un Presidente Municipal, el de ser un gestor de la sociedad, quien ya reconoce en segundas que las acciones son “el valor de lo nuestro”, es decir, el mito, la publicidad a la que estuvo expuesto el ciudadano. Refiere a Abuxapqui como “Paisano” que era la forma en la que el presidente se dirigía ante ellos y finalmente refrenda su apoyo ante el gobierno.

Parece un simple comentario, pero quiero recalcar que muchos comentarios contenían el mismo mensaje y se expresaban utilizando “Paisano” o “esto es el valor de lo nuestro”, encerrando que la estrategia comunicaba de estas palabras era muy fuerte, y que el ciudadano ya reconocía quien lo estaba haciendo, que era alguien arraigado a la identidad.

Cano (18 de diciembre de 2013) al fin de regreso a Chetumal un alcalde meramente entregado sin tono de elogios ni egocentrismo, solo humanismo y hombre que comprende las necesidades respondiendo a la sociedad con actos, un chetumaleño que trabaja con el mejor ánimo ,resultado de sentir el valor de lo nuestro. Mucho éxito Don Eduardo Elias Espinosa Abuxapqui.

Este comentario, muestra también la aceptación de Abuxapqui por ser quien demuestra amor por su municipio y que así lo transmite y comunica, alguien cercano a la gente y que eso se le reconoció por muchos ciudadanos. Así como estos comentarios fueron muchos, que en su mayoría como pudimos observar fueron comentarios de felicitaciones, agradecimientos, y mensajes buenos. Asimismo, la gente se comunicaba con él con el “paisano”, que apoyaban a alguien amante de su tierra:

Angulo (22 de enero de 2015) Muchas felicitaciones a nuestro presidente municipal, chetumaleño comprometido con su estado y con su gente, con sus paisanos , con la gente que ha depositado la confianza en sus acciones y hechos cumplidos , un aguerrido chetumaleño que viene del Chetumal de ayer , con obras cumplidas el día de hoy , un guerrero por su gente que si conoce las necesidades de su gente y que por eso ha sabido atacar la problemática de su capital . Gracias Eduardo Elias Abuxapqui.

Estos mensajes eran muy frecuentes encontrarlos en las publicaciones que se realizaban por Facebook, otro ejemplo de éste es el siguiente:

Segura (23 de enero de 2014) Eduardo, es un verdadero orgullo para los mexicanos, tener a gente de tan alto valor como tú, trabajando arduamente para el bien de su

pueblo. Qué grato observar las fotos que aparecen y más grato aún ver las caritas de felicidad de las personas que reciben tantos beneficios. Muchas felicidades a ti y a Paty por su noble labor...sigan así.

Otros comentarios eran parecidos al siguiente:

Maestra Eva (22 de octubre de 2013) “gracias de parte de la familia, y, de los carros, ya vemos que está cambiando la ciudad, se comienza a ver limpia, los camellones chapeados, los baches, son menos, poco a poco veremos a nuestra linda capital como se merece”.

Donde el ciudadano sabía que se estaba haciendo lo necesario para la ciudadanía, en el que observaba que estaba trabajando su gobierno y que estaba feliz de los resultados. Este no fue el único que hacía referencia a la frase “lento pero seguro”, la gente apoyaba las acciones y entendían que no todo cambia de la noche a la mañana.

## CONCLUSIONES

Una vez analizada la estrategia de comunicación gubernamental del gobierno del entonces presidente municipal Eduardo Elias Espinosa Abuxapqui, puedo resaltar que se ocupó de hacer llegar las acciones de gobierno que llevaban a cabo a través de los diferentes medios de comunicación. De manera que nunca perdió de vista los diferentes sectores de la sociedad, y de que todos pudieran estar enterados de las acciones.

Al hacer uso de las redes sociales logró captar la atención de muchos ciudadanos, pero como todo al principio la novedad de poder comunicarse con su presidente llamó a muchos ciudadanos a interactuar en las redes, además de propiciar que dejaran sus opiniones de lo que se estaba haciendo, pero conforme pasaba el periodo de gobierno la intensidad fue bajando. Esto se puede observar con la revisión de publicaciones y la cantidad de reacciones y comentarios que disminuían conforme pasaba el periodo de gestión.

Si hablamos de la estrategia en cuanto al modelo de Rutinas de Comunicación Gubernamental, podemos observar que las acciones comunicativas que implementó fueron las que están dentro del perímetro de la ciudadanía por lo cual podríamos decir que de acuerdo al modelo logró el consenso ciudadano.

El mito de gobierno estuvo muy presente en todo momento, a pesar de ser una administración de tres años, el ciudadano se identificaba con sus acciones y en la forma de comunicarlo. Nunca rompió con las presentaciones y la defensa de la cultura y la identidad, siempre se comunicó con los paisanos.

Siendo un gobierno que busca legitimar sus acciones a través de una comunicación arraigada a la identidad othonense, que además posicionaba siempre la marca, reflejando siempre como figura momento al presidente, pero que también cedía los logros en muy pocas ocasiones a las áreas.

Sin duda alguna, tapizar la ciudad con el logo de la administración, de utilizar el “valor de lo nuestro” para todas las acciones, fue una estrategia que, de cierta manera logró captar la atención del ciudadano, que además se identifica quien estaba trabajando, y que se identificaba con esa marca.

La parte importante de un gobierno, y sobre todo uno municipal que es el que tiene mayor acercamiento con la ciudadanía, y un mayor alcance de acciones, pero, sobre todo, quien

más está expuesto a la crítica, es que debe generar confianza en los ciudadanos, y esto se logró a través de las estrategias comunicativas. De esta forma lograba la aceptación de la población chetumaleña.

Es importante resaltar que Eduardo Espinosa Abuxapqui siempre mantuvo esa cercanía con la ciudadanía, lo que le permitía la aceptación en su mayoría. Si bien, este es un análisis durante la administración dejamos a un lado los comentarios posteriores a ella, pues analizamos la aceptación que tuvo durante esta gestión. Pues es evidente que al final de la administración se dieron una serie de conflictos que afectaron la credibilidad de Abuxapqui, pero si referimos a su estrategia de comunicación gubernamental, al implementar las cuatro categorías de acciones del modelo, se encuentran dentro del perímetro de la ciudadanía. Que además hubo una serie de comentarios y respuestas ante estas acciones, que en su mayoría fueron aceptables.

Al instalar un mito de gobierno, deja en visto que no fue un gobierno que actuaba por improvisación, y todas las acciones que están en los anillos que están dentro del perímetro son los que le dan soporte al mito.

También el modelo resalta que la cuña de desvío de la comunicación se debe intentar eliminar, salvo a las acciones retrospectivas, y efectivamente durante la comunicación no encontramos alguna que pudiera aplicar en cuanto a esta cuña, más los retrospectivos y los egocéntricos, por lo que la estrategia comunicativa acierta a lo que se explicaba en el modelo.

## ANEXOS

Figura 11. Visibilidad de acciones en el Diario de Quintana Roo

Nota	Fecha	No. publicación
<p>Recibe mando policial de OPB</p> <p>“me propongo lograr que todo el personal al servicio de esta dirección de seguridad Pública se desempeñe con compromiso y ética a fin de lograr los objetivos que básicamente es brindarles paz y seguridad social, previniendo la comisión de delitos y faltas administrativas, auxiliándolos oportunamente cuando son objeto de amenazas a su integridad física o patrimonial, generando confianza y tranquilidad”</p>	<p>30 septiembre 2013</p>	<p>9216</p>
<p>Al rescate de parques y jardines se entregaron 1.7 millones para rescatar parques y jardines asignado por la SEDESOL</p>	<p>10 noviembre 2013</p>	<p>9253</p>
<p>“el valor de la familia”</p> <p>Fomenta el cuidado de Chetumal Abuxapqui con inspectores infantiles</p>	<p>8 noviembre</p>	<p>9256</p>
<p>En materiales y herramientas de programa de empleo temporal Abuxapqui entrega 1.7 mdp a comunidades para empleo temporal</p>	<p>8 noviembre 2013</p>	<p>9256</p>
<p>Entrega bicicletas de “ayúdame a llegar” Abuxapqui apoya a estudiantes de comunidades entrega 12 bicicletas de 500</p>	<p>6 noviembre 2013</p>	<p>9263</p>
<p>Resalta Abuxapqui utilidad de fondos para el municipio. Aprobado para obra pública y social</p> <p>Financiamiento de 80 mdp con el banco nacional de obras y servicios públicos</p>	<p>25 noviembre 2013</p>	<p>9276</p>
<p>Para la administración de Eduardo espinoza Abuxapqui prevención colectiva prioridad</p> <p>Programa policía en movimiento</p>	<p>11 noviembre 2013</p>	<p>9258</p>

Abuxapqui garantiza seguridad para OPB instalan consejo municipal de protección civil	12 2013	noviembre	9260 p. 8
En Chetumal y comunidades rurales de OPB Abuxapqui mejora el alumbrado publico	15 2013	noviembre	9262 p.8
Primera feria del coco “el valor de lo nuestro	4 diciembre 2013		CCCXXI 9281
De todas las personas con alguna discapacidad Abuxapqui aplaude fuerza y voluntad	7 diciembre 2013		9284
Inicio de pavimentación da inicio a obras de pavimentación en 3 colonias “para los trabajos de pavimentación dispondremos de 34 millones de pesos (...) La reparación de calles es una de las principales demandas de la población y lo atenderemos de manera paulatina parr.2	13 2013	diciembre	9294
A trabajar en equipo por la ciudadanía “siempre respetaremos las decisiones de la ciudadanía y a quienes tienen alguna inconformidad les digo que en todo momento se respetaran sus derechos”	23 2013	diciembre	9300
De pavimentación y construcción de calles, Abuxapqui da banderazo a obras	24 2013	diciembre	9301
Abuxapqui da banderazo a comunidades obras. Inicia pavimentación en Huay Pix	28 2013	diciembre	9304
Inicia pavimentación en Xulha	30 2013	diciembre	9306
Festejo dia de reyes	7 de enero de 2014		9941
Bacheo	13 de enero de 2014 26 de enero de 2014		9948 9959
Capacitación trabajadores	21 de enero de 2014		9354
Programas sociales “valor de tu hogar”	22 de enero 2014 18 febrero 2014		9955 9953

Entrega ambulancia en cerro de las flores	23 de enero de 2014	9954
Obra reparación Mahahual	27 de enero de 2014	9960
Inauguración planta purificadora en colaboración con club rotario	29 enero 2014	9962
ENTREGA de patrullas para seguridad pública	10 febrero 2014	9947
Autoriza reparación inmediata de desfondes después de la audiencia pública	13 febrero 2014	9950
Entrega de patrulla y camión de basura en Mahahual	16 febrero 2014	9353
Cumple Abuxapqui a Nicolás Bravo Entrega camión recolector y láminas de zinc	17 de febrero de 2014	9354
Lanza aplicación para denuncias ciudadanas “ayundatel 072” Donde ciudadanos envían reportes y denuncias acompañados de fotografías para atenderlas de manera oportuna	24 febrero de 2014	9361
Bono de 500 pesos a quienes laboraron en el carnaval	7 de marzo de 2014	9372
Abuxapqui inaugura nuevo espacio deportivo. Impulsa deporte en la “soli” “ante ustedes hice el compromiso de dignificar nuestros espacios públicos y esto es una muestra de cómo estamos cumpliendo” pár.3 “Gracias a la mezcla de recursos federales y del ayuntamiento se logró reunir una bolsa de 3.2 millones de pesos, para darle un nuevo a esta colonia y que además ayudará de manera significativa a disminuir las conductas de riesgo entre los jóvenes que viven en esa zona” párr. 9	8 de marzo de 2014	9373
Abuxapqui inaugura otro parque. En la colonia territorio federal “en esta obra se invirtieron 1.3 millones de pesos, de los cuales el gobierno federal aportó el 60% y el gobierno municipal el 40%”	10 de marzo de 2014	9375

Entrega distinción Senadores, huéspedes distinguidos, otorgo a los integrantes de asuntos fronterizos sur del senado de la república	11 marzo 2014	9376
Abuxapqui lo inaugura con inversión de 3mp. Polígono II estrena parque “cómo gobierno estamos cumpliendo a la ciudadanía, ahora ya cuentan con un espacio digno para que lo disfruten en familia” pár. 2	13 de marzo 2014	9378
Para mantener contacto permanente con ciudadanos. Abuxapqui aprovecha redes sociales “hace aproximadamente un año incursioné en las redes sociales, con la finalidad de promocionar actividades culturales, así como algunos platillos de la región y nuestras bellezas naturales, hoy mantengo esta visión y cuando asumí la administración municipal comencé a dar seguimiento a denuncias ciudadanas y a difundir acciones que realizamos”	15 marzo de 2014	9380
Abuxapqui cumple compromisos con vecinos. Rehabilitan parque de la tumben cuxtal.	17 marzo 2014	9382
Anuncia inversión de 5 mdp por comunidades saludable Para proyectos como “ahí viene la guagua (captura de perros y concientización trato digno de mascotas), come bien videoteca de recetas sanas por medio de Youtube, feria de la salud pabellón para consulta, actividades, échale flit (concientización prevención y cuidado del dengue, ija, y museo del dengue	18 marzo 2014	9383
Para aumentar beneficios a la población. Abuxapqui por trabajo coordinado. Se entregaron 84 unidades ara reforzar operaciones del Gob. Municipal de OPB. Destinados para policía municipal, servicios públicos, obras públicas, alcaldías, etc.	21 de marzo 2014	9386
Abuxapqui respalda a emprendedores. En marcha incubadora de negocios.	26 de marzo 2014	9391

Abuxapqui les cumple a vecinos de la colonia antorchista. En marcha, reparación de calles. Se invertirán más de 850 mil pesos.	30 de marzo de 2014	9395
Durante recorrido por cuatro comunidades. Abuxapqui entrega más apoyos. Se entregó 500 láminas de zinc, 300 pollitas ponedoras, equipamiento para la subdelegación en podadora, mochilas aspersores, herramientas y cemento para realizar diversos trabajos en Nuevo Caanán. En california se entregó 200 pollitos ponedores, así como despensas para adultos mayores, cemento. En nuevo becar se entregaron 1300 láminas de zinc, 200 pollitas ponedoras, despensa, material deportivo, silla de ruedas y bastones para adultos mayores.	2 de abril de 2014	9398
Habrá bono para héroes anónimos, Tras el incendio en el basurero	6 de abril de 2014	9402
Total atención a Mahahual. Ante semana alta para garantizar la seguridad se invirtieron 700mil pesos para desplegar el operativo	16 abril 2014	9412
Abuxapqui anuncia obras en cacao y Pucté. Entrega apoyos en la zona rural	28 de abril de 2014	9424
Abuxapqui supervisa calidad de obras. Inicia bacheo en la López Mateos.	2 de mayo de 2014	9428
Al programa “Chetumal en bicicleta” Abuxapqui da el banderazo de salida Programa para ayudar a personas a trasladarse “con este programa cuya inversión es de un millón de pesos, se beneficiarán más de mil 500 familias othonense”	9 mayo 2014	9435
Abuxapqui, con realización de tiangués impulsa a artesanos de OPB.	12 mayo 2014	9438
Inaugura calles y responde a emprendedoras, impulsa Abuxapqui desarrollo rural. En la comunidad de Sacxán se entregaron 105 paquetes de láminas de zinc, 224 despensas	19 de mayo de 2014	9445

para los abuelitos de tercera edad, 10 bombas aspersores, 105 plantas de ornato, tres paquetes de herramientas, tres podadoras, 650 jarras de plástico y vasos para madres de familia y material deportivo para impulsar los programas deportivos entre niños y jóvenes de las comunidades		
Abuxapqui marca inicio de “policía en movimiento# más seguridad en arboledas. “estamos activando tres elementos de la policía en movimiento, pero también es necesario que formen su comité de seguridad”	21 mayo 2014	9447
Abuxapqui confirma cambio de tres mil 249 luminarias, volverá la luz a 50 comunidades. Se cambiaron las luminarias	23 mayo 2014	9449
Reciben campesinos de Othón p blanco apoyos por más de 15 millones “con el apoyo del gobierno federal y estatal, se está impulsando el desarrollo del campo en Othón p blanco, con la entrega de estos recursos palpamos el compromiso del gobierno de la república por reactivar la producción de nuestra tierra” par. 2	26 mayo 2014	9452
Del 2 de junio ante las fuertes lluvias e inundaciones se mantuvo ocupado por medio del recorrido a colonias y zonas afectadas, entregando apoyos en conjunto con el DIF estatal y municipal a familias afectadas		
Abuxapqui le cumple a calderitas. Arrancan obras de pavimentación Con una inversión de dos millones de pesos se da el banderazo de inicio de obras	7 de junio de 2014	9464
A más de 1000 trabajadores de comuna. Abuxapqui entregará 23 mdp Para pagar prestaciones a los mil trabajadores del municipio	12 de junio	9469
Abuxapqui elogia importante labor de trabajadores	13 junio 2014	9470
Abuxapqui, junto con empresarios entrega balones indestructibles	15 junio 2014	9472

Se entregaron 400 balones indestructibles que fueron donados por el club rotario Chetumal, la agencia caribe motors y la fundación del empresario yucateco. #con gran orgullo vengo a atestiguar este importante proyecto que con gran esfuerzo y voluntad han impulsado” pár. 3		
Arranca novedoso programa en comunidades rurales Abuxapqui, por “el valor de tu mirada”	16 de junio de 2014 26 de junio de 2014	9473 9483
Con inversión de 2.2 mdp: Abuxapqui. Intensifican los trabajos de bacheo Ya se taparon poco más de 6 mil 100 baches, con una inversión de 2.2 millones de pesos”	17 junio 2014	9474
Abuxapqui, con entrega de semillas beneficia a dos mil mujeres Un total de dos mil 190 paquetes de semillas se entregaron de manera gratuita a mujeres afiliadas al programa de la mujer del campo (promucam)”	19 junio 2014	9476
Anuncia Abuxapqui en la colonia los monos a pavimentación, 28 mdp “estamos logrando invertir poco más de 28 millones de pesos en trabajos de pavimentación, atendiendo una de las principales demandas de la ciudadanía”	23 junio 2014	9480
Abuxapqui marca inicio campaña gratuita en OPB. Pionero en reconstrucción mamaria Se presentó la campaña “el valor de comenzar de nuevo” por medio de la cual serán beneficiadas en una primera etapa, 10 mujeres othonense con una cirugía de reconstrucción mamarias tras haber padecido cáncer de mama Exitosa jornada	25 junio 2014 27 octubre 2014	9482
Amplía programa de pavimentación Abuxapqui cumple a Nicolás bravo.	27 junio 2014	9484

Se pavimentarán 1.2 kilómetros de calles en la alcaldía de Nicolás bravo en los que se invertirán 2 millones de pesos		
Abuxapqui responde al bicentenario. Más pavimentación en Chetumal Donde se invertirán más de millón y medio de pesos “Por un lado estamos mejorando las condiciones de su colonia y por otro, estamos ayudando en la reactivación económica de nuestra ciudad” par. 4	30 junio 2014	9487
Abuxapqui entrega apoyos e inaugura módulo de SAT impulso a economía de OPB	9 de julio de 2014	9496
Y a paramédicos de la UREM. Abuxapqui refuerza a bomberos. Se doto al cuerpo de bomberos y a la unidad de rescate a emergencias médicas de equipos con un valor de 420 mil pesos	10 julio 2014	9497
Marca inicio de obras de pavimentación. Abuxapqui atiende a Butrón. Con una inversión de 1.5 millones de pesos “siempre cumplo con lo que ofrezco y ente gobierno no nos cansaremos de gestionar los recursos que sean necesarios para generar más beneficios a la población” pár. 5	14 julio 2014	9501
Abuxapqui entrega 45 mil láminas a familias de comunidades othonense Se entregaron 500 láminas de zinc en beneficio de las familias en la comunidad de San José de la montaña, sumando 45 mil laminas entregadas en todo el municipio.	15 julio 2014	9502
Abuxapqui marca inicio de obras en rojo Gómez. Más pavimentación en zona rural	16 de julio 2014	9503
Para 16 comunidades a pavimentación 26 mdp “los 26.5 millones que estamos invirtiendo son parte de la bolsa de 77 millones de pesos a la que accedimos de manera adelantada a través de Banobras en el presente año” pár. 2	17 julio 2014	9504
Confirma Abuxaqui recolección de 380 ton de basura, refuerzan limpieza de espacios públicos	19 julio 2014	9506

Servicios públicos municipales recolectó poco más de 380 toneladas de basura “con el esfuerzo de más de 200 trabajadores, les estamos dando un nuevo rostro a la capital del estado” párr. 3		
En comunidades rurales y calles de la capital: Abuxapqui. Se invierten en pavimentación 44mdp “en lo que va del presente año ya invertimos 44 millones de pesos y aun nos restan por invertir 24 millones de pesos más” párr... 2	21 julio 2014	9508
Abuxapqui entrega 9 mil 500 gallinas a 400 mujeres de 15 comunidades “de diversas maneras estamos reactivando el campo en Othón P. Blanco. Con el apoyo de los Gobiernos Estatal y federal estamos entregando semilla de maíz y por otro lado estamos apoyando a las mujeres a través de promucam, de las 9 mil 500 gallinas ponedoras que ya se repartieron, 7 mil se entregaron de manera gratuita y 2 mil 500 se ofrecieron a precio accesible” pár. 4	22 julio 2014	9509
Hacen efectivos Abuxapqui y Hernández blanco créditos a empleados de la comuna Se entregaron 57 créditos por un monto de un millón 144 mil pesos	23 julio 2014	9510
Avanzan trabajos de bacheo: Abuxapqui atendidos mil 603 reportes “Con el apoyo del gobierno del estado estamos atendiendo la problemática de los baches en Chetumal. En lo que va del presente mes ya se atendieron mil 603 baches que nos han reportado a través del servicio telefónico 072 ayundatel, redes sociales y medios de comunicación” párr., 2 “aun cuando la demanda es mayor, las brigadas tienen un buen avance gracias al equipo que tienen y esto lo logramos gracias al pago de los contribuyentes, en estos trabajos se ve reflejado el pago de sus impuestos” par.6	24 julio 2014	9511

Encabeza Abuxapqui con jóvenes productivo certamen de debate político El IMJUVE realizo certamen municipal de debate político	27 julio 2014	9514
Anuncia Abuxapqui para 17 comunidades a pavimentación, 27.5 mdp más “con el apoyo del gobierno federal y estatal vamos a concretar una inversión de 27.5 millones de pesos para realizar pavimentación en las poblaciones que se vieron afectadas por la lluvia”	28 julio 2014	9515
Bordados de listón, artesanías, cursos para el empleo	29 julio 2014	
Logra Abuxapqui a través de CDI más recursos a comunidades. “al inicio de la presente administración municipal ofrecí ser un gestor permanente en todos los niveles de gobierno y esta dinámica de trabajo nos esta dando resultados, en esta ocasión logramos obtener más de un millón de pesos a través de la comisión nacional para el desarrollo de los pueblos indígenas, con los cuales se beneficiaran a 22 productores rurales” par.2 En caobas se benefició a 16 productores con la entrega de 85 vientres de pie de cría de bovinos, mientras que en la comunidad de california se beneficiaron 6 productores sin entrega de 28 vientres de cría, en total se entregaron 113	31 julio 2014	9518
gestiona respaldo financiero a pequeñas empresas	1 agosto 2014	CCCXXIX 9519
Abuxapqui apoya emprendedores " por Mayra. Cervera Abuxapqui Entrega de recursos del INAES	2 agosto 2014	9520
Reconoce Abuxapqui impulsó por Mayra Cervera Informa sobre el equipamiento de material hospitalario como lo es el equipo de resonancia magnética con apoyo del gobierno federal y estatal.	6 agosto 2014	9524
Abuxapqui subraya alcances de "el valor de tu mirada". más othonense cuentan con lentes por Álvaro Ortiz Salamanca	8 agosto 2014	9526

<p>Desarrolla Abuxapqui junto con regidores maratónica gira en zona rural.</p> <p>Abuxapqui y regidores del Cabildo recorrieron la ribera del río hondo para dar apoyos e inaugurar calles recién pavimentadas.</p> <p>"Con el apoyo de los regidores estamos impulsando programas que impactan de manera directa en las familias"</p>	11 agosto 2014	9529
<p>Abuxapqui inaugura obras. Lista pavimentación en 4 comunidades</p> <p>Por Mayra Cervera</p> <p>El presidente municipal de Othón p blanco EEA y regidores del Cabildo inauguraron trabajos de pavimentación en las comunidades de Sacxan, y Ucum, cacao y pedro Joaquín con una inversión de 5 millones de pesos.</p>	13 agosto 2014	9531
<p>Abuxapqui con una inversión de 1.5 millones. Entrega calles en la bicentenario.</p> <p>El presidente municipal, EEA y regidores del Cabildo de Othón P. Blanco, entregaron obras de pavimentación por un monto de 1.5 millones de pesos en la colonia bicentenario de la capital del estado.</p>	15 agosto 2014	9533
<p>Atiende Abuxapqui solicitud de ciudadanos. Avanzan los trabajos de bacheo. Por Julián Márquez ulin</p> <p>Con una atención de 179 baches en promedio a la semana, la dirección municipal de Brasil pública avanzó a buen ritmo en los trabajos de bacheo en la capital del Estado y en algunos puntos carreteros de OPB.</p>	19 agosto 2014	9537
<p>Inician cursos de capacitación. Abuxapqui fomenta autoempleo</p> <p>En atención a instrucciones del presidente municipal EEA, esta semana se iniciaron cursos en diversas colonias de la ciudad con la finalidad de fomentar el autoempleo y abonar una mejor calidad de vida de las familias.</p>	21 agosto 2014	9539

<p>Hace entrega de alumbrado público. Abuxapqui cumple a cacao. Julián Márquez ulin</p> <p>Abuxapqui hace entrega oficial de la obra de instalación de alumbrado en la comunidad de cacao en el camellón central de la comunidad. En total se instalaron 32 luminarias en 16 postes y la inversión realizada fue de poco más de 300 mil pesos.</p>	22 agosto 2014	9540
<p>Espinosa Abuxapqui anuncia construcción de pozos de absorción por Mayra Cervera</p> <p>Anuncia la construcción de 16 pozos de absorción en 2 colonias de la. Apúntale del estado con mayor susceptibilidad a inundaciones y lo que beneficiará a dos mil habitantes aproximadamente.</p>	24 de agosto 2014	9542
<p>Anuncia Abuxapqui, bomberos estrenarán cuartel en Chetumal</p> <p>Abuxapqui entregó un bono de mil pesos a miembros del cuerpo de bombero además de informar que ya se había concluido con la primera etapa del nuevo edificio del heroico cuerpo de bomberos.</p>	27 agosto 2014	9545
<p>Abuxapqui entrega pavimentación</p> <p>El presidente junto con los regidores del Cabildo entregó la conclusión de las obras de pavimentación de las calles de Luis Echeverría en las cuales se invirtió un millón de pesos.</p> <p>Una de las principales necesidades de la población es la reaparición de sus calles, somos conscientes de esta problemática y para el próximo año avanzaremos etiquetando más recursos para estos trabajos, actualmente ya rara limamos trabajo de pavimentación En 19 comunidades rurales</p>	28 agosto 2014	9546
<p>Respuesta pronta a jardines de payo obispo. Abuxapqui atiende a vecinos</p> <p>El presidente EEA supervisó el estado de las calles de las calles de la colonia jardines de pago obispo, afirmando que en</p>	30 agosto 2014	9548

<p>primera instancia se realizaría el trabajo de bacheo y posteriormente la pavimentación para el próximo año</p> <p>"De inmediato vamos a realizar el bacheo, las calles están bastante dañadas y esto se debe a trabajos mal hechos, en esta supervisión observamos que las calles fueron mal construidas es por ello por lo que buscaremos recursos para pavimentar esta colonia el próximo año"</p>		
<p>Entrega Abuxapqui durante recorrido apoyos a 6 comunidades rurales</p> <p>Se entregaron 6 podadoras, 6 paquetes de herramientas, 6 kits de material deportivo, 8 cubetas de pintura para trabajos de rescate de parques e infraestructura deportiva, pintura para los tableros de las canchas de basquetbol. Asimismo, entregó un total de cinco bultos de cemento y 50 blocks para la reparación de la biblioteca del pueblo en Álvaro obregón viejo, 450 pollitas de engorda y ponedoras, 450 paquetes de semilla de hortaliza, 300 plantas de ornato, 3 triciclos de carga, 14 actas de nacimiento para papás e hijos, dos computadoras portátiles y un aire acondicionado para el centro comunitario de Allende.</p>	<p>1 de septiembre 2014</p>	<p>9550</p>
<p>En las colonias de López mateos y jardines de payo obispo Abuxapqui atiende demandas ciudadanas</p>	<p>3 septiembre 2014</p>	<p>9552</p>
<p>Abuxapqui impulsa economía familiar con programa triciclo a bajo costo.</p> <p>Apoyar a familias dedicadas a la venta de productos e impulsar economía familias, se pone en marcha programa triciclo a bajo costo, con el cual ya se beneficiaron 160 familias en la primera etapa</p> <p>Cabe mencionar que el gobierno aporta el 50 por ciento y el beneficiario el otro 50 porciento</p> <p>Los requisitos que deben entregar los solicitantes son copias de credencial de elector, comprobante de domicilio, curp, acta</p>	<p>4 septiembre 2014</p>	<p>9553</p>

de nacimiento, y una carta dirigida al presidente en la que se realiza la solicitud para acceder al programa		
Abuxapqui sigue cumpliendo a comunidades entregan obras de pavimentación	8 septiembre 2014	9557
Ya entregó tres mil lentes Abuxapqui, con “el valor de tu mirada” “este programa ha beneficiado a 3 mil personas en una primera etapa, en los últimos 3 meses la unidad móvil de los especialistas recorrió 45 comunidades rurales y en lo que resta de la presente administración vamos a llevar este beneficio al mayor número de familias” pár. 3	9 septiembre 2014	9558
Aparece noticia de su informe de gobierno del 11 de septiembre de 2014 Agradece Abuxapqui apoyo irrestricto a Beto Borge para consolidar logros en OPB. Confianza y orden financiero “a un año de distancia, entregamos buenas cuentas como prueba inequívoca de que no estamos solos, hemos recibido la confianza y credibilidad de nuestra sociedad, y hemos contado con el trabajo y la entrega de un gran equipo de mujeres y hombres que sirven a su municipio, con más de 3 mil acciones diarias y desde el centro de población más recóndito hasta el mismo palacio municipal, con este servir, mirando nuestra gente siempre de frente, escuchándola, comprometiéndonos y cumpliendo, la hemos convertido en nuestra principal aliada y por ello los logros de hoy hemos presentado son de todos, pueblo y gobierno. Y con esta comunión seguiremos trabajando” pár. 11	12 septiembre 2014	9561
Ayuntamiento entregará computadoras a alumnos con promedio de 9.5: Abuxapqui	15 septiembre 2014	9564
Abuxapqui continúa impulsando identidad. Ya van 539 actas gratuitas Se exento el pago de actas de nacimiento en las comunidades rurales	18 septiembre 2014	9567

Más de 700 baches reparados en presente semana, confirma Abuxapqui	20 septiembre 2014	9569
Canta juventud	22 septiembre 2014	9571
Reconoce a empresario quien adquirió sillas anfibias para que personas con discapacidad ingresen al mar (reconocimiento casa de madera)	25 septiembre 2014	9574
Cumple compromisos en la ribera. Ratifica Abuxapqui apoyo al deporte. Entregó material y uniforme deportivos a los 66 equipos de 27 comunidades del municipio	13 octubre 2014	9592
Apuesta a que autoricen más polígonos en Chetumal. Gestiona más recursos para bacheo.	14 octubre 2014	9593
Limpieza de ciudad	22 de octubre 2014	9601
Evento deportivo primer desafío calderitas	26 octubre 2014	9605
Proyecto presente la renovación de la avenida héroes	28 octubre 2014	9607
Evento con niños de discapacidad de comunidades rurales con la presidenta del DIF	30 octubre 2014	9609
Reactivar el campo	31 octubre 2014	9610
Refuerzan seguridad pública en OPB, Abuxapqui y mercader entregan patrullas Se entregaron 8 patrullas y 10 motocicletas para reforzar la seguridad de la capital de Estado “con estas nuevas unidades suman 26 vehículos distribuidos en todo el municipio de Othón p blanco y con ello vamos a reforzar las acciones de patrullaje y vigilancia en los principales puntos de la capital del estado” párr.4	4 noviembre 2014	9614
Patricia impulsa novedoso programa, inicia el valor de cabalgar Se beneficiaron 15 niños y niñas con discapacidad quienes iniciaron proceso de rehabilitación por medio de la equinoterapia.	5 noviembre 2014	9615
Gestiona recurso federal	7 noviembre 2014	9617

Descuento del predial	20 octubre 2014	
Horario de predial	21 octubre 2014	
Entrega boletos para rifa al pagar predial (pone el ejemplo)	10 noviembre	
Últimos días descuento de predial	2014	
Hoy se sortearán 5 motocicletas por pago de predial	11 noviembre	
entrega de premios de sorteo del predial	2014	
	2 diciembre 2014	
	6 diciembre 2014	
	29 diciembre	
	2014	
	10 enero 2015	
	14 marzo 2015	
Abuxapqui otorga apoyos a campesinos para cultivos siniestrados en Nicolás bravo	12 noviembre 2014	9622
Abuxapqui promueve practicas saludables conmemora el día mundial de la diabetes	15 noviembre 2014	9625
Con programa municipal, confirma Abuxapqui vivienda digna a mil familias Se invertirán 56 millones de pesos para beneficiar a mil familias de 36 comunidades rurales y en la capital del estado “al inicio de la presente administración nos trazamos como objetivo mejorar la vivienda de las familias, el primer paso lo dimos con un programa de subsidio de láminas de zinc en el que se beneficiaron 4 500 y ahora, mil familias se beneficiaran con acciones de mejoras a sus casas, pero en esta ocasión el programa es gratuito” pár. 2	17 noviembre 2014	9627
Abrieron 542 negocios en OPB en lo que va del año, resalta Abuxapqui Se han invertido poco más de 62 millones de pesos en la apertura de 542 negocios, lo que ha permitido la generación de 855 empleos directos. “de manera conjunta, sociedad y gobierno debemos trabajar para lograr reactivar la economía en nuestra capital” pár. 6	18 noviembre 2014	9628

Confirma espinosa Abuxapqui inicia electrificación en 5 comunidades “en total se van a colocar más de siete kilómetros de tendido eléctrico en beneficio de más de 200 familias, con esta ampliación en la red eléctrica abatiremos rezago en varias poblaciones rurales” pár. 4	19 de noviembre 2014	9629
Abuxapqui entrega armas a policías y apoyos de vivienda Con una inversión de 4 millones de pesos entregó equipamiento de vestuario y agentes químicos, armamento y apoyo a la vivienda a la policía municipal.	20 noviembre 2014	9630
Afectados por sequía Abuxapqui entrega apoyos a 763 productores Se entregaron apoyos por 763 mil pesos a 763 productores de las comunidades rurales.	21 noviembre 2014	9631
Premio nobel por buen gobierno de Fenamm	22 noviembre 2014	9632
Instalan alumbrado en 6 comunidades Para instalar el alumbrado en 6 poblaciones más estamos invirtiendo un millón 300 mil pesos” par. 2	25 noviembre 2014	9635
Entrega Abuxapqui obras y apoyos en la zona limítrofe Inauguró equipo deportivo y obras de pavimentación (siempre ha peleado por la zona limítrofe, mencionar lo de INEGI)	28 noviembre 2014	9638
Distingue a arquitectos con huésped distinguido	29 noviembre 2014	9639
Arranca saneamiento de basurero municipal por instrucciones de Abuxapqui	1 de diciembre 2014	Tomo CCCXXXII I no. 9641
Otorga Abuxapqui en sesión de cabildo merecido reconocimiento a Carmen Otorga reconocimiento a Carmen	4 de diciembre 2014	9644

En celebración del día internacional de las personas con discapacidad “el valor de las personas con discapacidad en Othón p blanco”		
Entrega de bicicletas A jóvenes de comunidades	5 diciembre 2014	9645
Abuxapqui cumple a niños de zona limítrofe emotiva visita al zoológico Lleva a niños de zonas rurales a conocer el zoológico	8 diciembre 2014	9648
Abuxapqui resalta valor de la capacitación clausura cursos del programa habitad “a lo largo de 5 meses se llevaron a cabo 46 cursos y talleres en los 3 parques habitad con una inversión de dos millones 731 mil pesos, de los cuales un millón 64 mil correspondieron a una aportación del gobierno municipal” pár. 4	13 diciembre 2014	9653
Para incentivar actividades productivas entrega Abuxapqui 81 triciclos “seguiremos trabajado para que el próximo año más gente pueda beneficiarse con este programa y también quiero reconocer el esfuerzo de todos ustedes para aportar la mitad del recurso”	15 diciembre 2014	9655
Abuxapqui cumple compromiso en la ribera alumbrado en 7 comunidades rurales “en Othón p blanco estamos dando respuesta a las peticiones tanto en la ciudad como en las 87 comunidades rurales” pár. 3	18 diciembre 2014	9658
Inaugura Abuxapqui pavimentación en 4 comunidades othonense Anuncio la realización de construcción de gallineros en Xulha, la ampliación de red de electrificación con una inversión superior a los 5 millones de pesos, construcción de drenaje pluvial y de 10 pozos de absorción	19 diciembre 2014	9659
Reinauguran fuente al pescador	20 diciembre 2014	9660

Abuxapqui entrega apoyos a campesinos de Nicolás bravo	21 2014	diciembre	9661
Pavimentación	24 2014	diciembre	9662
Se refuerza programa de bacheo	27 2014	diciembre	9665
Labores de bacheo	28 2014	diciembre	9666
Cumple Abuxapqui a las comunidades en breve 70 gallineros comunitarios	31 2014	diciembre	9669
En principales vialidades de Chetumal inicia 2015 con acciones de bacheo	3 enero 2015		9672
Reforzar bacheo en atención a reportes ciudadanos	5 enero 2015		9674
Reparados 15 mil baches en Chetumal agradecen Abuxapqui apoyo indiscutible del ejecutivo “tenemos un despliegue de recursos material y humano todos los días está atendiendo los puntos donde se registra mayor afluencia vehicular” par. 2	8 de enero 2015		9677
Confirma Abuxapqui adquisición de 50 toneladas. Más bacheo con asfalto en frio “en el último mes se han utilizado 43 toneladas de asfalto 43 toneladas de asfalto en frio en la reparación de los baches por los buenos resultados que obtuvimos decidimos adquirir 50 toneladas más para implementar un programa permanente de reparación de calles en Chetumal” <sup>3</sup> “al día recibimos más de 50 reportes de bacheo, nos llegan vía 072 ayundatel, redes sociales y por medios de comunicación. Los atendemos con base en la magnitud y si las vialidades son muy transitadas” par.5	12 enero 2015		9681
Inaugura pavimentación de calles cumple Abuxapqui a comunidades	13 enero 2015		9682

En capital del estado, confirma Abuxapqui se construyen 100 pozos de absorción	15 enero 2015	9684
Ordenación de plan emergente de bacheo	21 enero 2015	9691
De pavimentación, en comunidades de OPB entrega Abuxapqui más obra En el evento aseguro “hay un millón de pesos este año para la ampliación de la red eléctrica (...) estos recursos los vamos a empezar a invertir en un lapso de 45 días” pár. 4	26 enero 2015	9695
Baches adiós en 6 vialidades	27 enero 2015	9696
02 de febrero clausura defectivas del coco 01 de febrero inicio del festival del coco	02 de febrero clausura defectivas del coco 01 de febrero inicio del festival del coco	9702 9701
Run color	28 de febrero 2015	
Impulsa Abuxapqui intensa jornada de limpieza. Nueva cara al bulevar de bahía.	22 febrero 2015	9722
Impulsa Abuxapqui arte urbano El presidente municipal de OPB EEA encabezó el festejo del primer aniversario de la fundación del colectivo "work in art" el cual se realizó dentro de las actividades del programa "no manches pinta”.	23 febrero 2015	9723
Abuxapqui presenta "cruzando fronteras" por Mayra Cervera El presidente de OPB EEA, acompañado de la secretaria estatal de turismo Laura Fernández piña, presentó el informe de actividades de la tercera edición del festival cruzando fronteras que se llevará a cabo el 28 de febrero de 2015	24 febrero 2015	9724
Limpieza de playas de Mahahual	9 marzo 2015	9729
Bacheo	16 marzo 2015	9744

Con entrega de 101 equipos de cómputos Abuxapqui apoyará a emprendedores	17 marzo 2015  19 marzo 2015	9745
Abuxapqui supervisa avance en diversos puntos se construyen 90 pozos de absorción “Con la construcción de 90 pozos de absorción estamos resolviendo el problema de inundaciones en varios puntos de la ciudad. En esta obra invertimos siete millones de pesos y para evitar el robo de tapas de los pozos como ha sucedido, se fabricaron tapas con un platico especial durable” par. 2	18 marzo 2015	9746
Presenta programa Bibliocarritos. Abuxapqui fomenta la lectura “hoy estamos entregando 30 y nuestra meta en pocos días será tener 100 en todo el municipio” pár. 2	21 marzo 2015	9749
Inicio construcción domo en Huay Pix	22 marzo 2015	9750
En marcha gallineros comunitarios. Abuxapqui entrega los primeros en Huay Pix “cada uno tiene un costo estimado de 84 mil pesos”	23 marzo 2015	9751
Entrega Abuxapqui pies de casa en Juan Sarabia Morocoy y Ucum	24 marzo 2015	9752
Abuxapqui ya entregó 700 bicicletas	25 marzo 2015	9754
Durante el mes de abril el diario se enuncio a difundir cuestiones de campañas electorales		
Comuna reconoce a empleados y entrega equipamiento a policías Se entregó a la policía municipal preventiva dos patrullas y una ambulancia cuyos recursos corresponden al programa subsemun.	14 de abril 2015	9773
Instalan primer cabildo infantil. Presidenta municipal por un día apuesta a valores El día del niño se instaló	31 de abril 2015	9789
Merecida distinción Hernán Pastrana Pastrana recibe la medalla al mérito ciudadano Othón P. Blanco	6 mayo 2015	9795

Se retomará la limpieza de pozos en capital del estado Trabajos de limpieza y desazolve de pozos de absorción para evitar inundaciones	10 mayo 2015 (paso noticias campañas priistas)	9799
En puerta, centro cultural municipal, trasciende en eliminatoria de talento capital “por primera vez, el municipio de OPB contará con un centro cultural municipal en el cual se fomentará el desarrollo de niños jóvenes y adultos”	18 de mayo	9807
Colocan más bancas en la bahía para disfrute de chetumaleños y visitantes Colocaron un total de 35 bancos que fueron bautizados como tú y yo	22 mayo	9811
Inicia la fiesta en dos comunidades cumplen tradición en laguna om y 21 de mayo “nuestra prioridad son las comunidades rurales y su desarrollo”	23 mayo	9812
En gala de premios de excelencia 2015 periodistas reconocen a edil de OPB. En el marco de 48 aniversario del circulo nacional de periodistas el presidente municipal Eduardo Abuxapqui recibió premio nobel de excelencia profesional por su impulso al desarrollo comunitario y cultural de quintana roo	1 de junio 2015 No ponía imágenes de él, durante jornada electoral	9821
En capital de estado mejoran imagen de los camellones pintado más de 54.4 km de camellones en la capital	5 junio 2015	9825
Entrega Abuxapqui recursos por casi 400 mil pesos apoyo a mujeres indígenas	9 junio 2015	9829
Más protección a los refugios Abuxapqui gestionará cortinas anticiclónicas “hace 4 meses concluimos con la construcción de 98 pozos profundos en Chetumal y casi el 80% ya no tiene basura”	11 junio 2015	9831
Se destapa Abuxapqui, seré priista hasta la muerte y voy por la gubernatura	12 junio 2015	9832

Inaugura Abuxapqui domo escolar en beneficio de 116 infantes de jardín de niños “Zazil Ha”	13 junio 2015	9833
Ante lluvias que azotaron Chetumal activa Abuxapqui operativo tormenta 8 equipos de trabajo se activaron ayer para supervisar 98 pozos de absorción que recientemente construyo el gobierno municipal	14 junio 2015	9834
Cuestiones de aspiraciones	15 de junio 2015	
Othonense agradecen apoyo a Abuxapqui inicia el valor de tu mirada El señor Alfredo duran pidió al Gob. municipal continuar con este programa que ayuda sobre todo con la economía familias “lo escuche en la radio, es un buen programa que nos ayuda, que bueno que lo estén haciendo” Pedro Caamal menciona que el primer año no pudo participar por lo que agradece que se lleve a cabo por segunda ocasión	16 junio 2015	9836
Para seguir tapando baches Abuxapqui aprovecha tegua climática	17 junio 2015	9837
Entrega Abuxapqui 300 constancias a ciudadanos que concluyeron su capacitación “el valor de la capacitación reside en su potencial para transformar la realidad de las personas para darles elementos para crecer en todos los sentidos” par. 2	19 junio 2015	9839
Entrega vivienda y obras de pavimentación Abuxapqui cumple a la bicentenario Inauguró obras de pavimentación y entrego vivienda a familias de escasos recursos	23 de junio 2015	9843
Aspiraciones (recalca apoyo a la gente del campo)		
Seguiremos cambiando rostro de Chetumal, subraya Abuxapqui pintan más de mil postes.	25 de junio 2015	9845

<p>“estos trabajos reflejan la atención que damos a la ciudadanía que nos dio su confianza para gobernar por segunda ocasión el municipio capitalino; en lo que va de mi gobierno se han rescatado varios puntos de la ciudad que por años se mantuvieron abandonados” 2</p>		
<p>Entrega Abuxapqui paquetes de semillas a 200 mujeres del área rural de opa</p> <p>“nuestro municipio es uno de los más complejos para gobernar y la lejanía entre las 87 comunidades no es motivo para dejar de impulsar proyectos, por el contrario, en esta administración es cuando más productores se han beneficiado con diversos programas” 5</p>	26 junio 2015	9846
<p>Activa Abuxapqui operativo tormenta ante intensas lluvias en Chetumal</p>	27 junio 2015	9847
<p>El valor de tu mirada adelante, en dos semanas ya tiene 500 inscritos</p>	28 junio 2015	9848
<p>Instituye merito juvenil en OPB Abuxapqui encabeza sesión de cabildo instituir medalla al mérito juvenil</p>	29 junio 2015	9849
<p>Abuxapqui entrega 20 viviendas a los habitantes del poblado de Luis Echeverría</p>	2 julio 2015	9852
<p>Abuxapqui cumple a chetumaleños con nuevo sistema de transporte publico</p> <p>Arribaron camiones para ofrecer servicio de transporte en la capital</p>	3 julio 2015	9853
<p>En marcha centro cultural municipal Abuxapqui y Marisela moreno cortan listón inaugural</p>	4 julio 2015	9854
<p>Abuxapqui entrega 200 lentes como parte del valor de tu mirada</p>	7 julio 2015	9857
<p>Abuxapqui impulsa la prevención para reducir conductas antisociales y delictivas</p> <p>Pone en marcha jóvenes en riesgo cuyo objetivo es orientar y contribuir al desarrollo armónico de jóvenes en situación de</p>	8 julio 2015	9858

riesgo, a fin de reducir situaciones de violencia, conductas antisociales y delincuencia Hacen trabajo comunitario con una remuneración de dos mil pesos mensuales por 6 meses		
Luego de intensas lluvias brigadas van sobre 800 baches	9 julio 2015	9859
Abuxapqui entrega 40 computadoras a universitarios y bachilleres con excelente promedio	13 julio 2015	9861
Certamen abuelita abuelito Reconoce participación de adultos mayores	12 julio 2015	9862
Inaugura oficina móvil de Nafinsa en Chetumal Abuxapqui apoya a emprendedores Emprendedores obtengan información y capacitación para acceder a financiamiento público y privado	14 julio 2015	9864
Abuxapqui entrega más viviendas a familias de proterritorio y del bosque “estoy muy agradecida por el apoyo sobre todo después del incidente que tuve. Yo solicite un cuartito y hoy finalmente el presidente nos lo entrega, gracias por su apoyo y por cumplirnos” 4	15 julio 2015	9865
Abuxapqui apoya a adultos mayores, causaran juegos deportivos y culturales	16 julio 2015	9866
Durante celebración de abogados en la metrópoli distinguen a Leslie y a Abuxapqui Recibió la presea de administración pública por parte del instituto nacional para la celebración del día del abogado, como parte del buen trabajo financiero que ha realizado en la administración pública p. 1	17 julio 2015	9867
El día 18 de julio aparece en el diario la puesta en marcha del transporte público y de la pavimentación de a miguel hidalgo con inversión de 23 millones de pesos junto con Borge ambas	18 de julio 2015	9868
En Caobas y Morocoy con inversión de 2.5 mdp Abuxapqui entrega 2 comedores	20 julio 2015	9870

Con inversión de 3.7 mdp Abuxapqui entrega 53 gallineros comunitarios	21 julio 2015	9871
Abuxapqui entrega estufas ecológicas en total serán mil para familias de comunidades	22 julio 2015	9872
Entrega Abuxapqui otros mil lentes como parte del valor de tu mirada “con esta entrega suman 4 mil lentes distribuidos bajo el esquema de subsidio en todo el municipio, principalmente en la zona rural” 2	23 julio 2015	9873
Hay que revivir el fotografía tu bache, para poner a trabajar a la comuna Pub. Ciudad Habitantes comentaron que para obligar a las autoridades a resarcir la problemática habría que llevar a cabo de nuevo el concurso “fotografía tu bache”	8 de agosto 2015	9889
Vacío de información en todo agosto, pero si mucho reclamo por parte de la ciudadanía de atención, como el domo interminado de Mahahual, baches, basureros clandestinos, tiraderos de escombros, etc.	Agosto 2015	-
Logra Abuxapqui bajar tarifas del transporte urbano De la empresa Jet Van	1 de septiembre 2015	9913
Confirma Abuxapqui que los boletos serán gratis para todos los niños en el domingo de inauguración del trenecito	2 septiembre 2015	9914
Se efectuará el próximo día 18 confirma anuncia Abuxapqui informe austero	3 de septiembre 2015	9915
Abuxapqui cumple a jóvenes inaugura espacio para deportes extremos A un costado del zoológico	4 septiembre 2015	9916
Inauguración del trenecito	6 septiembre 2015	9918
Novedosa guía turística en web y redes sociales presenta Abuxapqui “tu Chetumal”	8 septiembre 2015	9920

Es una guía turística en buscadores de web y redes sociales con la finalidad de difundir lugares y atractivos de la ciudad			
Presenta nueva etapa de “el valor de comenzar de nuevo” más cirugías reconstructivas Abuxapqui	11 2015	septiembre	9923
Con lentes a bajo costo ya se beneficiaron a 5 mil personas	13 2015	septiembre	9925
DIF OPB impulsa capacitación para autoempleo	14 2015	septiembre	9926
Con programas de subsidio municipal: Abuxapqui beneficios directos a 15 mil familias Los programas de subsidio que se crearon son: el valor de tu mirada, techando esperanzas, triciclos a bajo costo, por medio de los cuales la ciudadanía aporta el 50 por ciento de los costos para acceder a los beneficios	16 2015	septiembre	9928
Durante una ceremonia sencilla y austera, recalca, hoy rendirá Abuxapqui segundo informe	18 2015	septiembre	9929
SEGUNDO INFORME reconoce Abuxapqui a Beto Borge, al rendir su II informe de gobierno municipal. Liderazgo y trabajo	19 2015	de septiembre	9930
Beneficio directo a 900 familias con programa de vivienda: Abuxapqui	21 2015	septiembre	9933
Garantiza gestión por más recursos al campo de OPB, 371 mdp: Abuxapqui Con su informe dio a conocer que con la gestión permanente se obtuvieron n371 millones de pesos que se invirtieron en proyectos en el campo de OPB.	22 2015	septiembre	9934
Para programa de traspatio entrega Abuxapqui lote de herramientas	23 2015	septiembre	9935
El DIF de OPB: Abuxapqui impulsa más programas para la población Con el programa techando esperanzas se entregaron 45 mil 130 láminas de zinc, beneficiando a 4 mil 513 familias logrando techos más seguros y de mayor calidad	24 2015	septiembre	9936

<p>El programa mi primera acta de nacimiento gratuita otorgaron 4 mil 124 copias certificadas se brindaron apoyos con una inversión de 128 mil personas con una inversión de 46 millones de pesos, con esta acción el gobierno municipal ha garantizado la certeza jurídica de los habitantes</p> <p>En materia de discapacidad con el programa de equinoterapia “el valor de cabalgar, se ha brindado atención terapéutica a niñas y niños, ofrecer alternativa de rehabilitación que propicie mejor calidad de vida.</p> <p>Se entregaron 2 mil unidades para personas con discapacidad además de 602 mil 258 desayunos en las escuelas primarias de 54 comunidades en beneficio de 19 mil 941 niñas y niños</p> <p>El valor de tu mirada se ha beneficiado a 4 mil personas con atención optómetra especializada además de cada paciente valorado por médicos. Beneficiando así a 5 mil personas durante dos etapas del programa.</p> <p>En atención permanente a los adultos mayores el sistema DIF ha entregado más de 28 mil despensas a 4 mil 785 abuelitas y abuelitos de las 87 localidades con una inversión de 3 millones de pesos</p>		
<p>Entrega Abuxapqui máquinas de coser en gira de trabajo por zona rural othonense</p> <p>150 maquinas</p>	<p>25      septiembre 2015</p>	<p>9937</p>
<p>Felicita a empresarios y ejidatarios Abuxapqui impulsa desarrollo turístico</p>	<p>29      septiembre 2015</p>	<p>9941</p>
<p>Inicia entrega de 150 en el municipio, agradecen a Abuxapqui máquinas de coser</p> <p>María de la luz García vaca “estos encantada, es algo que hace años yo quería tener, que me hacía mucha falta, pero por la falta de dinero no me había sido posible” 3 de lázaro cárdenas II</p>	<p>1 octubre 2015</p>	<p>9943</p>

“con el trabajo que realice utilizando esta máquina sacare adelante a mi familia, quiero agradecer al presidente municipal por este programa” p. 7 se enteró del programa por una entrevista en la radio de la presidenta del DIF Alejandra Sánchez de nuevo becar		
En OPB en solo 2 meses entregados 4 mil 600 lentes	3 octubre 2015	9945
Abuxapqui gestionara más recursos para fortalecer imagen de la capital	12 octubre 2015	9954
Junto con delegado estatal de Sagarpa Abuxapqui entrega apoyo a productores Entregaron apoyos a 650 productores del municipio “(…)su amigo el presidente municipal, sigue firme en esta lucha poniendo por adelante el bienestar de cada uno de ustedes, sigamos trabajando con base en esta confianza que hemos construido juntos”	13 octubre 2015	9955
Recorrió colonias tras inundaciones	20 octubre 2015	9962
De colonias vulnerables de capital del estado entrega Abuxapqui apoyos a familias Recorrió colonias don escucho y constató las necesidades de familias afectadas, entregaron despensas, laminas y cobertores	22 de octubre 2015	9964
En cruce de avenida insurgentes con Benito Juárez Abuxapqui puso en marcha bacheo	26 octubre 2015	9968
Con inversión de 5 mdp para evitar inundaciones anuncia Abuxapqui drenaje pluvial Recorriendo las colonias lo anuncio	27 octubre 2015	9969
Resalta Abuxapqui alcances de programa inédito en el país, un éxito “el valor de comenzar de nuevo” se hizo un desayuno con causa para recaudar fondos y beneficiar más mujeres	2 noviembre 2015	9975
En capital del estado, resalta Abuxapqui, beneficia transporte 80 mil	5 noviembre 2015	9978

Con más de 104 comités vecinales en colonias de Chetumal Abuxapqui impulsa la prevención	6 noviembre 2015	9979
Entrega equipo con inversión de 3mdp Abuxapqui apunta la policía municipal	7 noviembre 2015	9980
Arquitectos. Al convertir fuente en parador turístico reconocen visión de Abuxapqui Dentro del marco bienal de arquitectura del caribe mexicano, el colegio de arquitectos reconoció la visión estratégica del presidente	9 noviembre 2015	9982
Abuxapqui cumple firme compromiso de trabajo a apertura de empresas, 54 mdp se han aperturado 853 empresas “tan solo en el último año ya se abrieron 853 negocios con una inversión conjunta de 54.5 millones de pesos” 2	10 noviembre 2015	9983
Reconocimiento de la presea de Gonzalo guerrero a Joel montero Personas que contribuyan a engrandecer a municipio	16 noviembre 2015	9989
Se rifará casa a contribuyentes del predial	19 noviembre 2015	9992
DIF suma voluntades para cirugía de cataratas (no aparece Abuxapqui en esto)	22 de noviembre 2015	9995
En total serán 600 en comunidades entrega Abuxapqui techos de fibrocemento Entrego 94 techos de un total de 600 en comunidades con una inversión de 200 mil pesos Reconocimiento ciudadano Camelia campos “gracias al presidente municipal por ayudarnos a mejorar nuestras viviendas” 3	24 noviembre 2015	9997
En zona rural, con inversión de 130 mdp Abuxapqui entrega más calles dignas	26 noviembre 2015	1000
Consolida construcción de comedores comunitarios	28 noviembre 2015	1002

Entrega estufas ecológicas en beneficio de más de 100 familias othonense Se entregaron ya el 50% del total	2 diciembre 2015	1005
Yeni oliva Gómez será reconocida por Abuxapqui en sesión solemne de cabildo En el marco del día internacional de las personas con discapacidad	3 diciembre 2015	1006
Través del programa no manches pinta, Abuxapqui impulsa a los jóvenes Programa que lanza cuando es primera vez presidente	5 diciembre 2015	1008
Abuxapqui impulsa tianguis navideño con emprendedores	13 diciembre 2015	10016
Con acciones de desarrollo en 8 comunidades Abuxapqui apoya a las mujeres	14 diciembre 2015	10017
Firma de ratificación por la hermandad entre la ciudad de Chetumal y la ciudad de Belice	15 diciembre 2015	10018
En zona rural y urbana, se rehabilitarán 16 bibliotecas	16 diciembre 2015	10019
Aprovechan descuentos en el predial: Abuxapqui chetumaleños por casa y dos automóviles Omar Teyer “estamos aprovechando las prestaciones (...) con el pago del predial ayudamos a mejorar ciudad y ganarnos una casa”	17 diciembre 2015	10020
Inaugura tianguis navideño	19 diciembre 2015	10022
En beneficio de productores de 1 comunidades Abuxapqui entrega apoyos al campo	24 diciembre 2015	10027
Más de 10 mil personas beneficiadas con el centro cultural municipal el valor de lo nuestro Talleres gratuitos,	27 diciembre 2015	10029
Entrega indemnizaciones por daños en cultivos en sabidos Abuxapqui atiende a productores	28 diciembre 2015	10030

Mejora de vivienda	31 diciembre 2015	10033
Descuento predial del 20% en este mes recuerda Abuxapqui rifa de 2 automóviles y una casa	2 enero 2016	10035
Convocan a participar por medalla “Efraín Aguilar Marrufo” el deporte pieza fundamental: Abuxapqui	3 enero 2016	10034
Abuxapqui trabaja para mantener a población segura, refuerzan acciones de protección civil Puso en ejecución de más de 500 simulacros para garantizar la seguridad	4 enero 2016	10035
Abuxapqui reconoce a la UREM, al día atiende 20 rescates y emergencias	6 de enero 2016	10038
Con ampliación de red eléctrica: Abuxapqui beneficio directo a 35 poblados “en lo que va de la administración, y en un trabajo conjunto con la comisión federal de electricidad, ya invertimos poco más de 50 millones de pesos en la ampliación de la red eléctrica en 35 comunidades. De esta manera estamos abatiendo rezagos en los servicios en las 87 comunidades de nuestro municipio. Par. 2	7 de enero 2016	10039
Destaca alcance de novedoso programa todo un éxito “techando esperanzas”	9 de enero 2016	10041
Abuxapqui le cumple a niños con discapacidad, se benefician con “el valor de cabalgar”	10 enero 2016	10042
Reconoce el cumplimiento de pago predial, refrendan su confianza en Abuxapqui Informa que se ha superado la meta de recaudación	11 enero 2016	10043
Confirma Abuxapqui a través del IMES más apoyo para emprendedores	12 enero 2016	10044
Confirma mayor apoyo durante presente año, Abuxapqui atiende a los jóvenes	13 enero 2016	10045

Confirma Abuxapqui, en apoyo al comercio habrá descuentos en licencias de funcionamiento	15 enero 2016	10047
Entre contribuyentes del predial: Abuxapqui el 25 rifa de primer automóvil	16 enero 2016	10048
Destaca beneficios de dos programas esenciales, vivienda prioridad de Abuxapqui	18 de enero 2016	10050
Emprendedores al destinar 5.8 mdp a proyectos reconocen el apoyo de Abuxapqui	19 de enero 2016	10051
Con inversión de 4mdp, se logró la meta de mil Abuxapqui entrega estufas ecológicas “con una inversión de cuatro millones de pesos logramos entregar mil estufas ecológicas. Las familias cocinan sus alimentos en mejores condiciones y reducen los riesgos a su salud al momento de utilizar leña”	21 enero 2016	10053
De centro cultural a más de 15 mil personas se extienden los beneficios: Abuxapqui Más de 15000 personas participan en las diversas actividades que se imparten en el centro	22 de enero 2016	10054
Anuncia Espinosa Abuxapqui contra baches, 1.5 millones de pesos A partir del lunes se invertirán 1.5 mdp en trabajos de bacheo para la ciudad	25 enero 2016	10057
La feliz ganadora resulto María Victoria Ramos López rifa Abuxapqui primer automóvil	26 enero 2016	10058
Le entrega 12 toneladas de azúcar: reconocimiento Abuxapqui cumple a apicultores	28 de enero 2016	10060
Abuxapqui resalta acciones a favor de OPB consolida productos culturales de calidad “estamos conformando hoy por hoy lo que podemos llamas productos culturales de mucha calidad que representan a nuestro municipio y que buscamos que sean emblemas de nuestra cultura y de nuestra identidad”	29 de enero 2016	10061

Carrera divertida, gratuita y con causa, Abuxapqui invita a la run colors	30 enero 2016	10062
Les entrega bolsa de 5mdp para 24 proyectos Abuxapqui apoya a emprendedores	2 febrero 2016	10065
Abuxapqui encabeza presentación de comparsas Chetumal vibra con el carnaval		
Al que asistieron as de 15mil chetumaleños Abuxapqui encabeza derrotero	8 de febrero 2016	10071
Abuxapqui encabeza derrotero con más de 20mil chetumaleños majestuosa noche en la explanada	9 febrero 2016	10072
Sentencia Eduardo Espinosa Abuxapqui “Carlos Joaquín nunca fue un priista activo”	10 de febrero 2016	10073
Para lograr desarrollo económico sustentable Abuxapqui impulsa marca Chactemal	12 febrero 2016	10075
De un total de 87 comunidades que conforman el municipio de OPB Abuxapqui ya visitó 75 comunidades	13 de febrero 2016	10076
Gracias a trabajo coordinado, sostiene Abuxapqui inaugura comedor comunitario	14 febrero 2016	10077
Entrega implementos de trabajo a 30 comunidades Abuxapqui cumple a zona limítrofe En una gira que realizo este fin de semana entregó estufas ecológicas, bicicletas, juego de herramientas, paquetes de hortalizas y podadoras en beneficio de 30 comunidades	15 de febrero 2016	10078
En beneficio de bachilleres de zona limítrofe entrega Abuxapqui transporte escolar	16 febrero 2016	10079
Agradece apoyo del presidente peña nieto Abuxapqui ya entregó mil estufas	17 febrero 2016	10078
En 37 comunidades rurales, junto con la CFE Abuxapqui amplía la red eléctrica	19 febrero 2016	10080
En beneficio de 16 comunidades othonense Abuxapqui entrega equipos e insumos	20 febrero 2016	10082
Con pavimentación de calles. Inversión de 82 mdp Abuxapqui cumple a 48 comunidades	22 febrero 2016	10084

De sorteo del predial a María Victoria Ramos López Abuxapqui entrega automóvil	23 febrero 2016	10085
Con inversión de 600 mdp para rubros sociales Abuxapqui cumple en la zona rural	26 de febrero 2016	10088
Su administración ya atendió a 15 mil Abuxapqui aliado de los jóvenes	28 febrero 2016	10091
Entregará otras mil estufas ecológicas en zona rural Abuxapqui responde a más de casa	29 febrero 2016	10092
Con entrega de 8 mil actas de nacimiento gratuitas Abuxapqui impulsa el derecho a identidad	2 de marzo 2016	10094
Con entrega de 53 gallineros comunitarios Abuxapqui beneficia a 10 mil familias “esta acción en la que ya invertimos 3.7 millones de pesos está beneficiando a más de 10 mil familias que viven en la zona rural. La producción del huevo es utilizada para el consumo y en la red de comedores comunitarios	3 de marzo 2016	10095
DIF de OPB atiende a quienes menos tienen entrega otras 40 sillas de ruedas	4 marzo 2016	10096
Reconocen beneficiarias de invernaderos Abuxapqui apoya a las mujeres Mujeres del campo reconocieron que las inversiones gestionadas por el presidente municipal Eduardo Espinosa Abuxapqui les ha permitido consolidar sus proyectos con la construcción de dos invernaderos “el presidente municipal Eduardo espinosa Abuxapqui fue honesto al decirnos que nos apoyaría a generar nuestros empleos y se lo agradeceremos mucho” Carmen Pérez 4	9 marzo 2016	10101
Tres mil ya se sumaron a beneficios del promucam Abuxapqui con las mujeres del campo “en la primera ocasión que fui presidente municipal creamos el promucam y dio buenos resultados, ahora, por segunda ocasión pusimos en marcha y más de tres mil mujeres han accedido a diversos	10 marzo 2016	10102

apoyos, esto les ha permitido fortalecer sus cultivos de hortalizas” 2		
En beneficio de 50 mil othonense logra Abuxapqui 13 domos	11 marzo 2016	10103
Abuxapqui fomenta profesionalización de dos mil trabajadores de la comuna	12 marzo 2016	10104
Con entrega de 150 máquinas de coser Abuxapqui responde a mujeres	13 marzo 2016	10105
Abuxapqui apuesta a cultura destaca alcances del centro “el valor de lo nuestro”	14 marzo 2016	10106
Con entrega de 300 triciclos a bajo costo Abuxapqui apoya economía familiar	16 marzo 2016	10108
En capital del estado y Juan Sarabia anuncia Abuxapqui 4 domos deportivos	21 marzo 2016	10113
En lo que va de la gestión de Abuxapqui a obra pública, bolsa de 384 mdp	22 marzo 2016	10114
Con instalación de huertos comunitarios apoya Abuxapqui a mujeres del capo “con apoyo de los gobiernos federal y estatal hemos consolidado esta inversión de 5.9 millones de pesos, beneficiando a cientos de familias, que hoy tienen una opción para generar productos para el autoconsumo” 2	24 marzo 2016	10116
EN 37 COMUNIDADES DEL MUNICIPIO ABUXAPQUI AMPLIA RED ELECTRICA Rogelio Díaz: nuevo becar “por muchos años solicitamos la energía y hasta que se hizo realidad con el presidente municipal, Eduardo Espinosa Abuxapqui agradecemos su apoyo y el compromiso que tiene con la gente del campo” par. 7	26 marzo 2016	10118
En zona urbana de OPB, confirma Abuxapqui repone comuna 9 mil luminarias	27 marzo 2016	10119
Abuxapqui no suspenderá programas ni obras, durante veda electoral subraya	29 marzo 2016	10121

“todos en la administración municipal trabajaremos con base en lo establecido en la ley electoral, en el periodo de veda solo suspenderemos la difusión de nuestras acciones. Todos los programas operarán con normalidad y las obras se ejecutan conforme a lo programado”		
Abuxapqui confirma inversión de 23 mdp lista primera etapa de hidalgo	20 marzo 2016	10112
Ahora por 7mdp, en ribera del rio hondo Abuxapqui entrega más obras “hoy estamos entregando cuatro comedores comunitarios y en los próximos meses iniciaran trabajos de pavimentación de calles con una inversión de cuatro millones de pesos, como ustedes han observado, en esta administración se han concretado inversiones para el beneficio de las familias” 6	1 de abril 2016	10124
De abril a 8 de junio no aparece difusión de actividades por veda electoral		
Confirma celebración de foro en Chetumal. Abuxapqui por conectividad aérea	8 junio 2016	10192
Abuxapqui impulsa la capacitación de los trabajadores municipales, para otorgarles estímulo	15 junio 2016	10199
Abuxapqui pone en marcha obras por 4 mdp inicia pavimentación en Pucté	17 junio 2016	10201
Con entrega de 500 triciclos a bajo costo Abuxapqui mejora la calidad de vida	20 junio 2016	10204
Abuxapqui le entrega mérito ciudadano 2016 merecida presea a Manuel Reyes	23 junio 2016	10207
Para lo que resta de su administración, con monto de 40mdp anuncia Abuxapqui más obras	27 junio 2016	10211
Abuxapqui y sagarpa cumplen a productores apoyo de 5mdp al campo	28 junio 2016	10212

<p>Confirma Abuxapqui inversión de más de 12mdp anuncia 7 comedores comunitarios</p> <p>Para agosto quedara concluida la construcción de 7 comedores comunitarios, con una inversión de recursos de más de 12 millones de pesos</p>	30 junio 2016	10214
<p>Quejas por basurero clandestino en la calle rio verde, Piden apoyo por desfonde de pozo en proterritorio</p>	5 julio 2016	10215
<p>Más de 150 pozos merman inundaciones en capital del estado, gracias a trabajo de ayuntamiento</p> <p>Capitalinos testigos de la construcción de pozos agradecen la disminución de riesgos con la construcción de estos</p>	10 julio 2016	10218
<p>Vecinos reconocen trabajo del ayuntamiento othonense, zona rural mejor iluminada, realidad</p> <p>Yolanda Rayo Benítez “ha beneficiado mucho por la seguridad. De hecho, nos acaban de reparar algunas porque a veces de la bolsa de uno hay que poner, y esta vez han estado pendiente de nosotros cosa que les agradecemos mucho, y es que habían lámparas fundidas pero ya nos la repararon y ya funcionan todas (...) afortunadamente nos han estado atendiendo” par. 4 h. de palmar</p>	11 julio 2016	10225
<p>Con programa de mejoramiento de vivienda impulsado por el ayuntamiento beneficiadas más de 500 familias</p> <p>“ciudadanos lo agradecen”</p>	12 julio 2016	10226
<p>Con caminos “sacacocechas” gestionados por la comuna benefició a dos comunidades</p> <p>“estamos muy satisfechos de esta obra y sobre todo agradecidos de que se realizara, porque nos ha permitido tener una calle de acceso en buenas condiciones y que la gente pueda pasar sin dificultad; reiteramos nuestro agradecimiento a las autoridades municipales por su apoyo”</p>	13 julio 2016	10227
<p>Abuxapqui premia a trabajadores les otorga estímulos económicos por esfuerzo y perseverancia</p>	15 julio 2016	10229

Abuxapqui le cumple a los jóvenes al reconocer su participación a favor del municipio “medalla al mérito juvenil municipal”	18 julio 2016	10231
Abuxapqui sigue mejoran calidad de vida con mil estufas ecológicas en comunidades rurales	20 julio 2016	10233
Anuncia Abuxapqui en recoja de basura operativo especial en Chetumal	25 julio 2016	10238
Ayuntamiento de OPB, en 66 putos susceptibles de Chetumal dispone operativo contra inundaciones	3 agosto 2016	CCCLIII 10248
Reconocen a Arnold Stevens Rosado Gómez entrega Abuxapqui merito juvenil 2016	12 agosto 2016	10257
En puntos críticos, anuncia Abuxapqui en unos días iniciar el bacheo	15 agosto 2016	10260
Surgen quejas por mínimo avance obra hundimientos en av. hidalgo Riesgo de inundaciones por pozos obstruidos por basura	21 agosto 2016	10266
Anuncia Abuxapqui en marco de celebración bono de mil pesos a bomberos	26 de agosto 2016	10271
Para burócratas municipales, señala Abuxapqui aumento salarial de 4.5%	29 agosto 2016	10274
Vecinos promueven adopción de baches atracción en la avenida maxuxac	18 septiembre 2016	10294
Vecinos le restriegan cúmulo de promesas incumplidas en dos colonias, Abuxapqui el peor edil de la historia	20 septiembre 2016	10296
TRABAJADORES ADVIERTEN DE MALA PAGA A ABUXAPQUI EMPIEZAN HUELGAS	28 septiembre 2016	10304
Burócratas municipales exigen pago a Abuxapqui bloquean la Álvaro Obregón	29 septiembre 2016	10305
Vecinos de Juan Sarabia advierten que no quieren ver ni en pintura por el resto de sus vidas ABUXAPQUI MENTIROSO Abuxapqui deja a Chetumal ahogada entre montañas de basura: se desata caos vergonzosa herencia	30 septiembre 2016	10306

Vecinos de ka nuevo progreso trinan contra edil lo bueno es que ya se va		
Pavimenta su calle mientras Chetumal sufre por baches Abuxapqui, todo un sinvergüenza “ya no es el valor de lo nuestro, sino que fue el valor de lo suyo y de sus amigos. Fue un mal presidente municipal y con esto que les está haciendo a los trabajadores quedó más que claro que no es la persona que todos piensan” Adelaida Pérez López 3	30 septiembre 2016	10307

Fuente: Elaboración propia con base a la recopilación de notas del Diario de Quintana Roo septiembre 2013- septiembre 2016.

## **Entrevista realizada a Eduardo Elias Espinosa Abuxapqui**

La mejor forma de comunicar es a través de las redes sociales, es una forma rápida, le llega a mucha más gente, fortalece uno más la participación ciudadana. Se enteran también mucho de los movimientos que van sucediendo cada día en la ciudad. Y también algo importante, te ayuda a corregir el rumbo en los que uno no está teniendo el resultado adecuado.

Las redes sociales es una herramienta valiosa, aunque también hay que decir que se ha vuelto una distorsión política, hay mucha gente que las utiliza para estar denostando de una forma grosera se puede decir a las personas, pero hay gente, la mayoría, que las utiliza para realmente fortalecer el desarrollo comunitario, en este caso como gobierno, y bueno los medios convencionales y la tercer vía es el tamaño del municipio de Othón p blanco que gobernó pues comunicarse directamente con las personas en audiencias públicas en giras, es también una vida fabulosa porque tienes la facilidad de debatir todos los días con tu gente, con el pueblo, y escuchar de voz propia a que demandas debemos impactar, también decirles la verdad de muchas cosas que no se pueden lograr por falta de recursos.

Pero cuando uno impacta en el sentido de pertenencia, de tener bien puesta la camiseta, del lugar donde vives, se logran muchas cosas, no siempre es el dinero lo más importante para gobernar. Sino la propuesta, la actitud, el demostrar que estás trabajando y que vas a cumplir una esperanza de vida a la gente, pues son, los mejores días para tener una mejor comunicación con la gente.

En aquel tiempo en las redes sociales es muy complicada, porque no llega la señal, entonces muchas veces tenía que ser por la vía del periódico o de la radio, porque afortunadamente hay señal sobre todo las radios de las 5,6, de la mañana. Utilizamos la radio para difundir muchas acciones, pero en el medio rural hay un programa que se quedó pendiente, que se llama México conectado que hicimos todas las gestiones, no nos alcanzó el tiempo, para que tuvieran todas las comunidades rurales del municipio, el internet.

Teníamos una coordinación de alcaldías, delegaciones y subdelegaciones, que se encargaba de salir casi todas las semanas de platicar a la gente y de informar cuando iba a ir el presidente municipal, ver los avances de las obras que nos habíamos comprometido, si las estábamos cumpliendo, para cuando yo llegara tenga el punto real de la comunidad.

Si, las redes sociales, la vez pasada que fui presidente, pues no existían, y ahora la verdad es que se los agradezco a los jóvenes, porque ellos fueron los que me involucraron a estar en

twitter, Facebook, en instagram, y entonces a prender a manejarlas, porque hay que reconocer que al principio no le daba la importancia que le debía. Pero cuando empecé a utilizar las redes antes de entrar a la presidencia municipal me di cuenta que era una herramienta valiosísima para comunicarme.

Entonces nosotros, yo instalé un programa que se llamaba “antes y después”, llegábamos a arreglar un parque y le tomamos una fotografía de cómo estaba en ese momento, y luego lo limpiábamos, lo arreglábamos, lo pintábamos y entonces tomábamos la fotografía. Entonces subíamos dos fotos “antes y después”, porque la gente lamentablemente tiene muy poca memoria, se olvida de las acciones de gobierno, tu pavimentas la calle, después de 3 meses están dale y dale que les pavimentos la calle, y al mes ya se les olvidó quien pavimentó la calle. Y no lo digo por cuestiones de que te den un reconocimiento, sino porque es una forma de fortalecer el sentido de pertenencia, porque nuestro hogar y nuestra responsabilidad como ciudadanos, no empieza ni termina de la puerta de entrada de tu casa, el parque es tuyo, la calle es tuya, el foco es tuyo y tú tienes la responsabilidad de ver que tu frente esté limpio, y que tus vecinos participen. Entonces las redes sociales pues era una forma de, como estrategia también de denunciar que no participaban.

Formé un equipo que se encargaba de dar respuesta a miles de preguntas que le hacían al presidente, debo decirte que no le alcanza el tiempo al presidente de responderlo personalmente, pero sí los fines de semana personalmente atendía las redes sociales, en las noches me ponía a responder muchas cuestiones.

En el Messenger llegaban cantidad de mensajes, mi teléfono no se lo daba a tanta gente, pero el Messenger sí, entonces ahí me preguntaban y yo daba la respuesta. Muchas de ellas eran peticiones, las atendía el equipo, por ejemplo oiga señor presidente el parque de mi colonia tiene mucho tiempo que no lo arreglan, eso lo atendía directamente el equipo de atención.

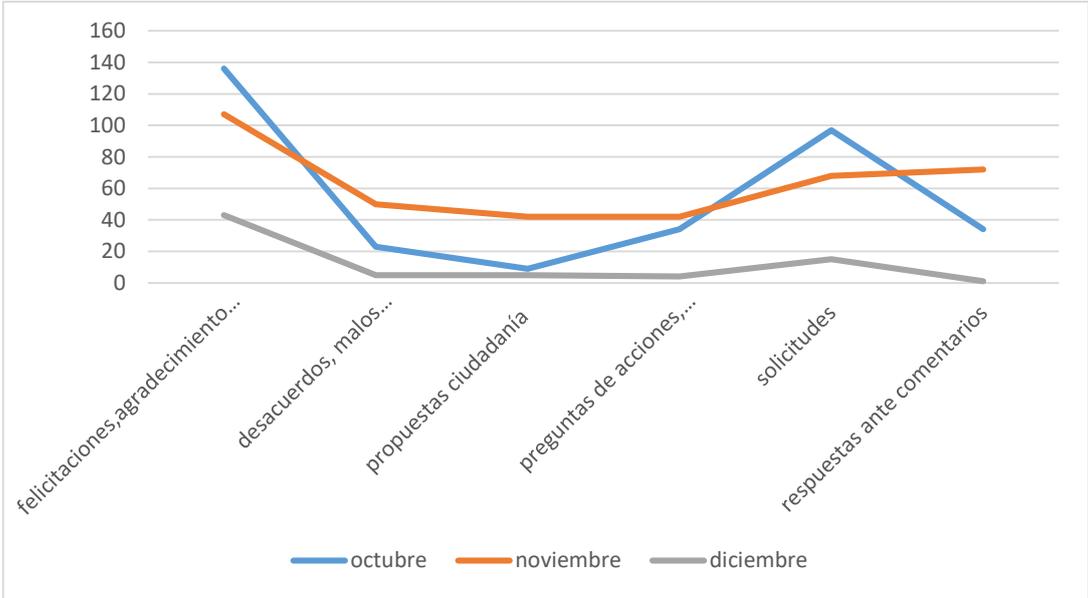
Tuvimos otra vía también ayuntatel, que era el servicio de atención por la vía telefónica, en la que la gente presentaba su denuncia y nosotros teníamos un plazo de 48 horas para satisfacer y que nos funcionó muy bien.

Para variar y lamentablemente la de basura, la gente demandaba la recoja de la basura, y muchas veces se recogía la basura pero al siguiente día ya estaba la basura en el mismo lugar, entonces es un tema que se requiere de la voluntad de todos para mantener.

Y desde luego empezamos a padecer mucho el tema de seguridad, que se fue para arriba lamentablemente, con el despido de tanta gente que trabajaba en la burocracia, siendo Chetumal una ciudad burocrática.

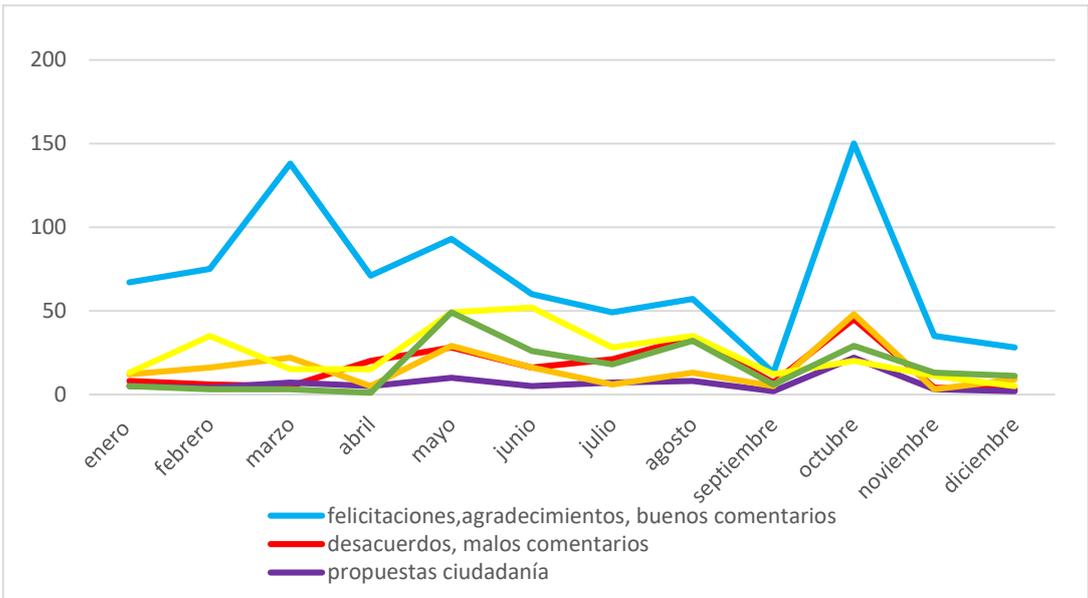
# Comentarios recopilados a través de la página de Facebook Eduardo Elias Espinosa Abuxapqui (2013-2016)

Figura 12. Comentarios de los ciudadanos en el 2013



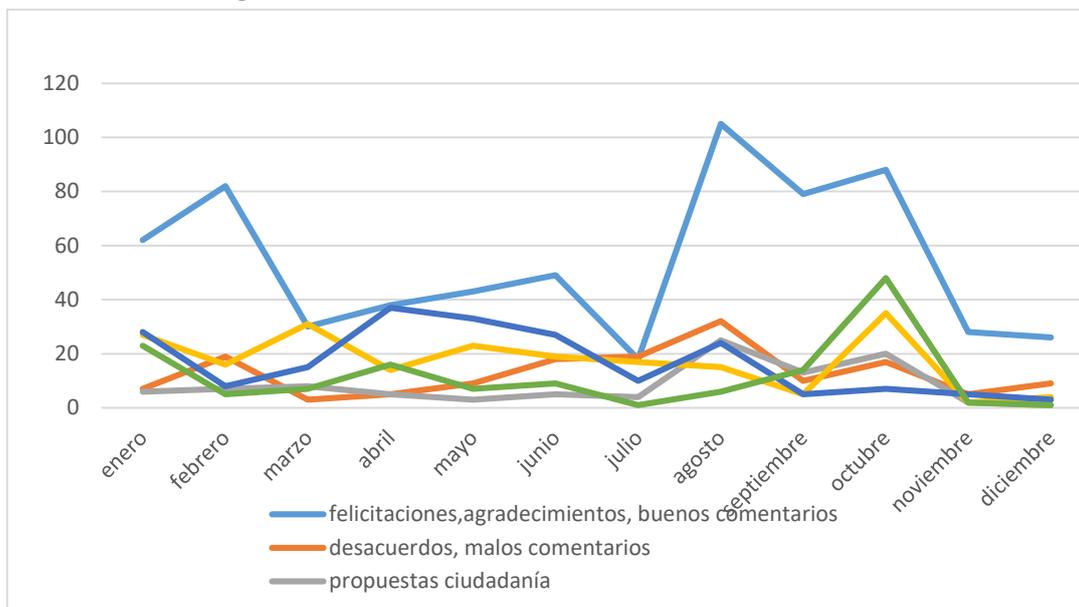
Fuente: Elaboración propia.

Figura 13. Comentarios de los ciudadanos en el 2014



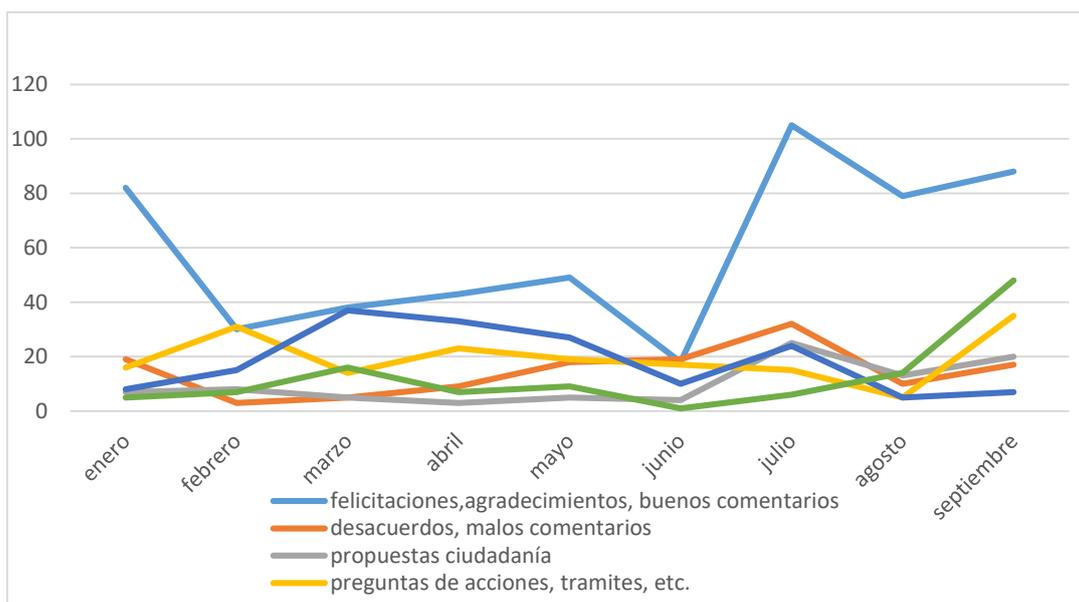
Fuente: Elaboración propia

Figura 14. Comentarios de los ciudadanos en el 2015



Fuente: Elaboración propia.

Figura 15. Comentarios de los ciudadanos en el 2016



Fuente: Elaboración propia

## REFERENCIAS

- Andoni, S. (04 de noviembre de 2011). "Abuxapqui: "Fortaleceremos la seguridad de Chetumal y sus alrededores". *Vórtice*. Recuperado de <http://www.revistavortice.com/index.php/2011-11-04-01-33-35/la-capilla-sixtina/103-la-mirilla/4238-%E2%80%99Cabuxapqui-%E2%80%99Cfortaleceremos-la-seguridad-de-chetumal-y-sus-alrededores%E2%80%99D>
- Angulo, R. (22 de enero de 2015). Re: Facebook Eduardo Elias Espinosa Abuxapqui [Comentario en Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/eduardo.espinosaabuxapqui>
- Azurmendi, J. (s/f). El pueblo elige. Recuperado de [http://www.gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM197716\\_76-88.pdf](http://www.gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/COM197716_76-88.pdf)
- Bulcours, Pablo Alberto. (2007). La construcción del consenso: Gestión de la comunicación gubernamental. *Postdata*, (12), 264-266. Recuperado en 02 de noviembre de 2016, de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1851-96012007000100020&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-96012007000100020&lng=es&tlng=es).
- Camacho, L., y Sanborn, C., (diciembre 2008). *Desempeño del Estado y sostenibilidad democrática en el Perú*. Perú: Universidad del Pacífico. <http://cies.org.pe/sites/default/files/files/diagnosticoypropuesta/archivos/dyp-42.pdf>
- Canel, M. (1999). "Comunicación política una guía para su estudio y practica". Madrid: Tecnos. Recuperado de [http://di.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/1e99ad\\_comunicacionpoliticaunaguiadeestudio.pdf](http://di.uca.edu.sv/mcp/media/archivo/1e99ad_comunicacionpoliticaunaguiadeestudio.pdf)
- Canel, M., y Molero, A. (2013). *Comunicar gobiernos fiables. Análisis de la confianza como valor intangible del Gobierno de España*. Zer, Vol. 18 - Núm. 34.
- Cano, A. (18 de diciembre de 2013). Re: Facebook Eduardo Elias Espinosa Abuxapqui [Comentario en Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/eduardo.espinosaabuxapqui>
- Carrillo, J. (1 de octubre de 2013). Asume Eduardo Espinosa Abuxapqui el cargo de alcalde: Anuncia que la vida municipal será ordenada durante los primeros cien días

- de su administración. *Novedades de Quintana Roo*. Recuperado de <http://sipse.com/novedades/eduardo-espinoza-abuxapqui-asume-el-cargo-de-alcalde-de-othon-p-blanco-54061.html>
- Castaño, P. (marzo 2017). Propaganda o información: ¿Cómo se regula la publicidad oficial en México?. Vice. Recuperado de [https://www.vice.com/es\\_mx/article/78qe8d/propaganda-o-informacion-como-se-regula-la-publicidad-oficial-en-mexico](https://www.vice.com/es_mx/article/78qe8d/propaganda-o-informacion-como-se-regula-la-publicidad-oficial-en-mexico)
- Cervera, M. (16 de junio de 2015) Inicia el valor de tu mirada. *Diario de Quintana Roo*. (p.8)
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. (5 de febrero de 1917). Art.15. publicada en el Diario Oficial de la Federación. [http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1\\_150816.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_150816.pdf)
- Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Quintana Roo (17 de noviembre de 2015). En IEQROO. Recuperado de [http://www.ieqroo.org.mx/descargas/2016/compendio\\_2016.pdf](http://www.ieqroo.org.mx/descargas/2016/compendio_2016.pdf)
- Cuadros, Jonatan., Arias, Sebastián, Valencia, Alejandro. (2015) La comunicación pública como estrategia orientadora en los procesos de participación ciudadana de los jóvenes. *Revista Encuentros*, Universidad Autónoma del Caribe, 13 (1), pp. 111-122 recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/encu/v13n1/v13n1a09.pdf>
- Cuéntame INEGI. (2015). Información por entidad. Quintana Roo. Recuperado de <http://www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/qroo/poblacion/default.aspx?tema=me&e=23>
- De Fleur, M., y Ball-Rokeach, S. (1997). *Teorías de la comunicación de masas*. México: Paidós.
- Díaz, J. (2016). Comunicación electoral y gubernamental, parecida pero no igual. *Diario digital de innovación y política en la gestión pública*. Recuperado de <http://politicacomunicada.com/comunicacion-electoral-y-gubernamental-parecidas-pero-no-iguales/>
- El cuarto poder. (2 de diciembre de 2015). “Mil 200 familias beneficiadas con acciones de vivienda” Abuxapqui. *El cuarto poder*. Recuperado de <http://www.elcuartopoder.com.mx/mil-200-familias-beneficiadas-con-acciones-de-vivienda-abuxapqui/>
- El punto sobre la i. (12 de septiembre de 2014). “en un año, establecimos orden, reactivamos obra pública y servicios” Abuxapqui. *El punto sobre la i*. Recuperado

de <https://www.elpuntosobrelai.com/en-un-ano-establecimos-orden-reactivamos-obra-publica-y-servicios-abuxapqui/>

El valor de lo Nuestro. (14 de marzo de 2016). Re: Facebook el valor de lo nuestro. [Comentario en Facebook]. Recuperado de

<https://www.facebook.com/EIValorDeLoNuestro/>

Elizalde, L., Fernández, D., Riorda, M. (eds.). (2011). *La gestión del disenso*. La comunicación gubernamental en problemas. Buenos Aires: La Crujía.

Elizalde, L., Pedemonte, D., Riorda, M. (2006). *La construcción del consenso. Gestión de la comunicación gubernamental*. Buenos Aires: La Crujía.

Escobedo, J. (2004). *México: poliarquía en construcción: democratización, comunicación, información y gobernabilidad*. (1.a edición). México: Universidad Iberoamericana.

Recuperado de

[https://books.google.com.mx/books?id=5jtpCSWK7aIC&pg=PT13&dq=escobedo+gobernar+es+comunicar&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjGm\\_Gx7ZDLAhUI7B4KHYjoCVoQ6AEIGzAA#v=onepage&q=escobedo%20gobernar%20es%20comunicar&f=false](https://books.google.com.mx/books?id=5jtpCSWK7aIC&pg=PT13&dq=escobedo+gobernar+es+comunicar&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjGm_Gx7ZDLAhUI7B4KHYjoCVoQ6AEIGzAA#v=onepage&q=escobedo%20gobernar%20es%20comunicar&f=false)

Espinosa, E. (13 de marzo de 2017). Entrevista con el expresidente municipal de Othón P. Blanco Eduardo Elias Espinosa Abuxaqui/Entrevistador: Alma Karina Robertos Osorio. Chetumal, Quintana Roo, México.

Espinosa, E. (18 de agosto de 2016). Re: Facebook Eduardo Elias Epinosa Abuxaqui [Comentario en Facebook]. Recuperado de

<https://www.facebook.com/eduardo.espinosaabuxapqui/posts/1324438410914555>

Espinosa, E. (19 de enero de 2016). Re: Facebook Eduardo Elias Epinoza Abuxaqui [Comentario en Facebook]. Recuperado de

<https://www.facebook.com/eduardo.espinosaabuxapqui/posts/1151741528184245>

Espinosa, E. (20 de septiembre de 2015). 2do. Informe Eduardo Elías Espinosa Abuxapqui [Archivo de video]. Recuperado de

<https://www.youtube.com/watch?v=NAqDDQUdfLk&t=15s>

Espinosa, E. (26 de julio de 2016). Re: Facebook Eduardo Elias Epinosa Abuxaqui [Comentario en Facebook]. Recuperado de

[https://m.facebook.com/story.php?story\\_fbid=1302901903068206&id=100000452268614](https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=1302901903068206&id=100000452268614)

- Eva, M. (22 de octubre de 2013). Re: Facebook Eduardo Elias Epinosa Abuxaqui [Comentario en Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/eduardo.espinosaabuxapqui>
- González, J. (2002). *Tácito y las fuentes documentales: SS.CC. de honoribus Germanici decernendis (tabvla siarenensis) y de CN. Pisone patre*. Sevilla: Fundación el Monte. Recuperado de [https://books.google.com.mx/books?id=Va6IVCH4JLEC&pg=PA53&lpg=PA53&dq=Acta+Diurna+Populi+Romani&source=bl&ots=\\_0VQvAPU85&sig=5nfJw0pcdfcS5EvmnEIXdKJLAI4&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwju5LN65DLAhWBpx4KHZZXDtIQ6AEIUDAL#v=onepage&q=Acta%20Diurna%20Populi%20Romani&f=false](https://books.google.com.mx/books?id=Va6IVCH4JLEC&pg=PA53&lpg=PA53&dq=Acta+Diurna+Populi+Romani&source=bl&ots=_0VQvAPU85&sig=5nfJw0pcdfcS5EvmnEIXdKJLAI4&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwju5LN65DLAhWBpx4KHZZXDtIQ6AEIUDAL#v=onepage&q=Acta%20Diurna%20Populi%20Romani&f=false)
- Guarné, B. (2005). *Tecnologías sociales de la comunicación*. Barcelona: UOC. Recuperado de <https://books.google.com.mx/books?id=IELSDikWkgcC&pg=PA183&dq=Teor%C3%ADa+del+impacto+directo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjuw9jYqYvQAhXI7YMKHfldAc4Q6AEIHDA#v=onepage&q=Teor%C3%ADa%20del%20impacto%20directo&f=false>
- INAFED. (2010). Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México. Quintana Roo. Recuperado de <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM23quintanaroo/index.html>
- International Institute for Democracy and Electoral Assistance. (2006). Comunicación política en campañas electorales. Recuperado de [http://www.idea.int/publications/cspc/upload/Agora\\_Comunicacion\\_Politica\\_en\\_Campa%C3%B1as\\_Electorales.pdf](http://www.idea.int/publications/cspc/upload/Agora_Comunicacion_Politica_en_Campa%C3%B1as_Electorales.pdf)
- Kuschick, M; (2008). Comunicación política y gestión pública en Ecatepec. *Espacios Públicos*, (11) 200-212. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67611217009>
- Labarca, C. (2008). la confianza y la reputación como variables del desarrollo económico y a imagen país. *Cuadernos de información*, 2008(023), (jul. – dic). Recuperado de [https://www.academia.edu/12632795/Reputation\\_and\\_Trust\\_as\\_variables\\_of\\_economic\\_development\\_and\\_nation\\_branding](https://www.academia.edu/12632795/Reputation_and_Trust_as_variables_of_economic_development_and_nation_branding)
- Ley de los Municipios del Estado de Quintana Roo. (20 de diciembre de 2014). Publicada en el Periódico Oficial.

- <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Estatal/QUINTANA%20ROO/Municipios/APGLey3.pdf>
- Luksic, J. (s/f). La Comunicación como Instrumento Fortalecedor de la Participación Ciudadana: hacia una Democracia Inclusiva. Recuperado de [http://www.kas.de/upload/auslandshomepages/chile/Teoria\\_Politica/Teoria\\_Politica\\_part7.pdf](http://www.kas.de/upload/auslandshomepages/chile/Teoria_Politica/Teoria_Politica_part7.pdf)
- Márquez, J. (19 de mayo de 2014). Impulsa Abuxapqui desarrollo rural. *Diario de Quintana Roo*. (p.8)
- Márquez, J. (24 de diciembre de 2013) Abuxapqui da banderazo a obras. *Diario de Quintana Roo*. (p.8)
- McQuail, D. (1985). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Ibérica: Paidós Ibérica. Recuperado de <https://locucionucvcohortelvii.files.wordpress.com/2012/06/introduccion-a-la-teoria-de-la-comunicacion-de-masas-mcquail-denis.pdf>
- Monzón, C. (1996). *Opinión pública, comunicación y política*. La formación del espacio público. Madrid: Tecnos.
- Navarro, E. (2005). Historia de la comunicación. Recuperado de [http://www.catedu.es/documenta/apuntes/h\\_comunicacion.pdf](http://www.catedu.es/documenta/apuntes/h_comunicacion.pdf)
- Otálora, J. (2014). *Debates políticos y medios de comunicación*. México: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Recuperado de [http://www.trife.gob.mx/sites/default/files/45\\_debates.pdf](http://www.trife.gob.mx/sites/default/files/45_debates.pdf)
- Periódico espacio de Quintana Roo. (30 de noviembre de 2016). Eduardo Elias Espinosa Abuxapqui. *Periódico espacio de Quintana Roo*. <http://periodicoespacio.com/eduardo-elias-espinosa-abuxapqui/>
- Plan De Desarrollo Municipal Othón P. Blanco 2013 – 2016 <http://www.opb.gob.mx/portal/wp-content/uploads/2016/07/plan-municipal-de-desarrollo-2016-2018.pdf>
- Preciado, Ángela., y Guzmán, Haydée. (2010). *Usos y prácticas de comunicación estratégica en organizaciones públicas y políticas*. Colombia. Recuperado de [http://www.academia.edu/6189466/Preciado\\_y\\_Guzm%C3%A1n\\_-\\_USOS\\_Y\\_PR%C3%81CTICAS\\_DE\\_COMUNICACI%C3%93N\\_ESTRAT%C3%89GICA\\_EN\\_ORGANIZACIONES\\_P%C3%90BLICAS\\_Y\\_POL%C3%8DTI](http://www.academia.edu/6189466/Preciado_y_Guzm%C3%A1n_-_USOS_Y_PR%C3%81CTICAS_DE_COMUNICACI%C3%93N_ESTRAT%C3%89GICA_EN_ORGANIZACIONES_P%C3%90BLICAS_Y_POL%C3%8DTI)

CAS Uses and Practices of Strategic Communication in Public and Political Organizations

- Ransanz. (2012). Teoría de comunicación de Charles Wright 1929. Recuperado de <https://paulinaransanz.wordpress.com/2012/03/14/la-teoria-de-la-comunicacion-de-charles-wright-1929/>
- Rey Morato, J. (1966). *Democracia y posmodernidad: teoría general de la información*. Madrid: Complutense. Recuperado de [https://books.google.com.mx/books?id=nmIYdRywJ8sC&pg=PA176&lpg=PA176&dq=categoria+cultural+construida+a+partir+de+la+interacci%C3%B3n+que+protagonizan+actores+sociales&source=bl&ots=cR0hpidj9O&sig=6\\_dhS2De98kHe-8QDI38wXNxd0Q&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKewiYo8ODiIHQAhWISyYKHVNnAWQQ6AEIHTAA#v=onepage&q=categoria%20cultural%20construida%20a%20partir%20de%20la%20interacci%C3%B3n%20que%20protagonizan%20actores%20sociales&f=false](https://books.google.com.mx/books?id=nmIYdRywJ8sC&pg=PA176&lpg=PA176&dq=categoria+cultural+construida+a+partir+de+la+interacci%C3%B3n+que+protagonizan+actores+sociales&source=bl&ots=cR0hpidj9O&sig=6_dhS2De98kHe-8QDI38wXNxd0Q&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKewiYo8ODiIHQAhWISyYKHVNnAWQQ6AEIHTAA#v=onepage&q=categoria%20cultural%20construida%20a%20partir%20de%20la%20interacci%C3%B3n%20que%20protagonizan%20actores%20sociales&f=false)
- Reyes Montes, M C; Morales y Gómez, J M; Rodríguez Manzanares, E; O' Quínn Parrales, J A; (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios Públicos*, 14(0) 85-101. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67618934007>
- Riorda, M. (2010). Comunicación política en elecciones locales. *Más poder local*, (1). P.p. 10-13. Recuperado de <http://www.maspoderlocal.es/files/revistas/1-E4eecfa3a11324153402-revista-1.pdf>
- Riorda, M. (2011). La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental. *Revista Polítai*, 2, (3), 99-106. Recuperado de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/13956/14579>
- Riorda, M. (Febrero 2008). “Gobierno bien pero comunico mal”: análisis de las Rutinas de la Comunicación Gubernamental. *CLAD Reforma y Democracia*, (40). Pp. 1-15. Recuperado de <http://old.clad.org/portal/publicaciones-del-clad/revista-clad-reforma-democracia/articulos/040-febrero-2008/riorda>
- Riorda, M. (julio 2013). El mensaje define la estrategia y, simultáneamente, la estrategia es el mensaje. Mario Riorda. Poder Comunicar (o la comunicación del poder). Recuperado de <http://marioriorda.com/blog/>
- Riorda, M. [Cumbre mundial de comunicación política]. (2015, febrero 16). Cuidado, se Trata de Comunicación Gubernamental. [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=m1Ep6X5vDt4>

- Riorda, M. [Usina de Conocimientos]. (2016, Junio 14). Mito de gobierno. Tips de comunicación. [Archivo de video]. Recuperado de [https://www.youtube.com/watch?v=IqYwr\\_qNScA](https://www.youtube.com/watch?v=IqYwr_qNScA)
- Riorda, M. Y Elizalde, L. (2013). ¿Hacia dónde va la comunicación gubernamental en América Latina?. *Más poder local*, (19). Pp. 12-14. Recuperado de <http://www.maspoderlocal.es/files/revistas/20-E53369f61201396088673-revista-1.pdf>
- Riorda, M. y Elizalde, L. (2013). Comunicación gubernamental 360. Argentina: La crujía.
- Riorda, M., Rincón, M. (eds.). (2016). *Comunicación gubernamental en acción: narrativas presidenciales y mitos de Gobierno*. Buenos Aires: Biblos.
- Rodríguez Manzanares, E; O'quinn Parrales, J A; Reyes Montes, M C; Morales y Gómez, J M; (2011). Opinión pública y democracia, algunas aportaciones para su estudio. *Espacios Públicos*, 14() 183-205. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67621319009>
- Rosas, D. (08 de marzo de 2014). Abuxapqui inaugura nuevo espacio deportivo. *Diario de Quintana Roo*. (p.8)
- Rúa Delgado, Carlos. (2013). La legitimidad en el ejercicio del poder político en el estado social de derecho: una revisión desde el caso colombiano. *Ius et Praxis*, 19(2), 85-122. [http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-00122013000200004&lng=en&nrm=iso&tlng=en](http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-00122013000200004&lng=en&nrm=iso&tlng=en) Reglamento de la administración pública del municipio de Othón P. Blanco. (2013-2016). <http://www.opb.gob.mx/portal/TRANSPARENCIA/ARTICULO%2015/01.%20NORMATIVIDAD/REGLAMENTOS%20MUNICIPALES/REGLAMENTO%20DE%20LA%20ADMINISTRACION%20PUBLICA%202013-2016.pdf>
- Sánchez, S. (2011). La comunicación estratégica como política pública. Instituto español de estudios estratégicos. Recuperado de [http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs\\_opinion/2011/DIEEEO21\\_2011ComunicacionEstrategica.pdf](http://www.ieee.es/Galerias/fichero/docs_opinion/2011/DIEEEO21_2011ComunicacionEstrategica.pdf)
- Sánchez. (15 de marzo de 2014). Análisis de Rutinas de la Comunicación Gubernamental”: El Gobierno de Cristina Fernández de Kirchner. <https://victoriasanchezcompol.wordpress.com/2014/03/15/analisis-de-rutinas-de-la-comunicacion-gubernamental-el-gobierno-de-cristina-fernandez-de-kirchner/>

- Segura, A. (22 de enero de 2015). Re: Facebook Eduardo Elias Epinosa Abuxaqui [Comentario en Facebook]. Recuperado de <https://www.facebook.com/eduardo.espinosaabuxapqui/>
- Serrano, A. (2015). La participación ciudadana en México. *Estudios políticos (México)*, (34), 93-116. Recuperado en 02 de noviembre de 2016, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0185-16162015000100005&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16162015000100005&lng=es&tlng=es).
- Serrano, E. (1994). *Legitimación y racionalización: Weber y Habermas: la dimensión normativa de un orden secularizado*. Barcelona: Anthropos. Recuperado de [https://books.google.com.mx/books?id=eMGCY\\_5pAEC&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.mx/books?id=eMGCY_5pAEC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Tuz, L. (23 de septiembre de 2013). Othón P. Blanco no está acabado. *Por Esto Quintana Roo*. [http://www.poresto.net/ver\\_nota.php?zona=qroo&idSeccion=3&idTitulo=271970](http://www.poresto.net/ver_nota.php?zona=qroo&idSeccion=3&idTitulo=271970)
- UNESCO. (2005). Los medios de comunicación y el buen gobierno. Recuperado de <http://www.unesco.org/new/es/unesco/events/prizes-and-celebrations/celebrations/international-days/world-press-freedom-day/previous-celebrations/worldpressfreedomday200900000/theme-media-and-good-governance/>
- Valenzuela, R. (11 de mayo de 2011). El mito de gobierno. Etcétera para entender los medios. Recuperado de [http://www2-etcetera.com/articulo/el\\_mito\\_de\\_gobierno/7573/](http://www2-etcetera.com/articulo/el_mito_de_gobierno/7573/)
- Vega, A. (2003). Los Escenarios de la Comunicación Política Mexicana. *Revista razón y palabra*, 35. Recuperado de <http://razonypalabra.org.mx/anteriores/n35/avega.html>.
- Viñarás Abad, M; (2013). Estrategias de comunicación para generar confianza. *Comunicación y Hombre*, () 58-73. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=129429455004>
- Visión peninsular. (29 de enero de 2016). Abuxapqui consolida el Centro cultural “El valor de lo nuestro”. *Visión Peninsular*. Recuperado de <http://visionpeninsular.com/mid/abuxapqui-consolida-el-centro-cultural-el-valor-de-lo-nuestro/>.
- Zia, Fernando. (2016). *Comunicando a la comunicación política*. México: Streetlib. Recuperado de:

<https://books.google.com.mx/books?id=7rrlCwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>