



7-8-2015

Proyecto Ejecutivo de Comunicación Social

Romita, Guanajuato.



PROYECTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL. ROMITA, GUANAJUATO.

INTRODUCCIÓN

¿Qué es la comunicación social?

La Comunicación Social es la disciplina que estudia las relaciones entre los cambios sociales y los cambios comunicativos. Esta área no sólo estudia el uso del Mensaje o del Formato de la comunicación sino que también se interesa por el uso de las herramientas de comunicación como fórmula de empoderamiento.

La Comunicación Social en el ámbito gubernamental.

La tarea central de la comunicación social es traducir en términos comunicacionales el proyecto político para que llegue al mayor número de ciudadanos de forma que sea captado y entendido por éstos. Se puede, entonces, formular de manera sintética que la comunicación social se propone traducir el proyecto político de un gobierno.

Lo anterior implica alcanzar, a su vez, tres grandes propósitos hacia la ciudadanía:

- 1) Que conozcan lo que se hace;
- 2) Que acepten como bueno y bien hecho lo que se hace;
- 3) Que entiendan la lógica de las decisiones.

De esta manera la comunicación social se convierte en un componente fundamental de la estrategia de gobierno para contribuir no sólo a transmitir con claridad el proyecto político a la ciudadanía sino también para poder hacerlo realidad. Es así que se puede afirmar que comunicar es gobernar o también que gobernar es comunicar.

La Comunicación Social tiene por prioridad privilegiar relaciones éticas, transparentes y cooperativas con los medios de comunicación, reconociéndolos como constructores de la democracia.

Además, garantizar a la población el derecho a la información pública, es decir, el gobierno debe crear y respetar los marcos normativos para que sean conocidos y aceptados por el ciudadano. Esto le dará al gobernado certidumbre sobre los manejos del dinero público, el ingreso de los funcionarios por diversos conceptos, las obras y las acciones que emprende el gobierno, etc. En suma, generar la oportunidad de conocer la dinámica y resultados del ejercicio gubernamental.

Finalmente, el gobierno debe facilitar la participación ciudadana a través de su derecho a expresar críticas y puntos de vista en los medios de comunicación públicos. Con esto, el gobierno obtiene una retroalimentación interna y externa que le favorece para mejorar lo ya hecho y ejecutar lo que haga falta.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Las acciones estratégicas emprendidas en el área de Comunicación Social tendrán como primer objetivo fortalecer, reforzar y/o mejorar la imagen del alcalde como principal actor de los trabajos que se desarrollen en el municipio, de manera inherente dar a conocer el beneficio que se genera en la sociedad romitense por las labores de la administración pública.

Plan de Acciones.

(Qué hacer)

Las acciones que se desarrollarán durante la administración tendrán una lógica establecida en tres etapas:

Etapas inicial: Posicionamiento de la imagen del nuevo alcalde.

Temas :

- ¿Quién es el Presidente Municipal?
- ¿Qué antecedentes los soportan con un buen político y alcalde?
- ¿Cuáles son las primeras acciones a desarrollar en el municipio y comunidades (obra pública, Campo, Seguridad Pública, Desarrollo Social, etc).
- Carrusel de medios de comunicación.
- Entre otros.

Etapas de desarrollo: Afianzar la imagen del alcalde municipal y su equipo de trabajo desde la dirección correspondiente.

Temas:

- ¿Qué trabajos se comienzan a desarrollar en cada una de las direcciones?
- ¿Cuáles son las obras y/o acciones de alto valor e impacto social de la administración municipal?
- ¿Cómo se desarrolla el trabajo en conjunto con las autoridades estatales y federales?
- Entre otros.

Etapas de culminación: Exponer y dar a conocer el antes y después de la administración. Ensalzar los logros, metas, obras, etc.

Temas:

- Mejora de los indicadores a priori y posteriori.
- Dejar espacios para la continuidad de la siguiente administración.
- Consolidar la Imagen personal de éxito del alcalde municipal.

Metodología.

(Cómo se va hacer)

Para el trabajo de las tres etapas mencionadas en las acciones se contempla la coordinación de todo el aparato administrativo con el área de Comunicación Social y el uso de los medios de comunicación institucionales disponibles.

1.- **Comunicado de prensa:** Desde el primer día de la gestión se comenzará a trabajar en la imagen del alcalde, por lo que se estará trabajando con una redacción enfocada en ello. Se tiene proyectado de manera diaria, 01 comunicado de prensa del alcalde, sumados a los eventos que tengan las demás direcciones. Esto se realizará calendarizando cada información que deseemos dar a conocer. El promedio de comunicados diarios sería 2 como mínimo. Se contará con una base de datos de todos los medios de comunicación la región.

2.- **Ruedas de prensa:** Las rueda de prensa en la etapa inicial las dirigirá el alcalde para posteriormente, en las siguientes etapas, dar paso a cada funcionario de primer nivel del tema que se quiera hablar. Las rueda de prensa se realizarán cuando se analice la viabilidad o en algún evento de crisis institucional.

3.- **Página de internet:** La página de la red estará siendo alimentada por la información que genere la Dirección de Comunicación Social: boletines, fotos, videos, etc.

4.- **Redes sociales:** Se crearán cuentas institucionales para el alcalde donde se informará de manera oportuna para dar a conocer los logros de la administración o posicionamientos del primer edil, no se usará para responder ni dar declaraciones al respecto de algún tema en especial, para ello utilizaremos otro tipo de instrumentos mediáticos.

5.- **Síntesis informativa:** El abstract de los medios de comunicación será diaria, se contemplan medios impresos, radio y TV como un primer filtro por la mañana y en el transcurso del día se monitorearán los medios electrónicos y redes sociales. La síntesis informativa impresa será enviada al alcalde y, electrónicamente a los funcionarios de primer nivel.

6.- **Mural de éxitos:** Se tendrá un espacio en el edificio de Presidencia Municipal donde se colocará un mural en el que se pegarán todas las acciones que el alcalde realice y que hayan tenido impacto social. Este mural contendrá recortes de periódicos, notas electrónicas y los boletines de prensa de mayor trascendencia. El lugar donde se coloque este mural, será donde ciudadanos y empleados municipales puedan verlo y leerlo.

7.- **MC ATL (Convencionales):** La Dirección de Comunicación Social será el primer apoyo al gremio periodístico, así como el primer filtro en la información oficial. Nosotros llevaremos la agenda hacia los medios, no ellos a nosotros. Siempre tratarlos de manera cordial e institucional.

Infraestructura:

(Con qué se va hacer)

Recursos Humanos: Para la labor de Comunicación Social se requiere de personas especializadas en el área, por lo que a continuación enumero las necesidades de recursos humanos:

- Un jefe de información.
- Dos fotógrafos
- Un videógrafo/editor
- Un analista de medios.

Recursos Técnicos: Para el buen funcionamiento del área de Comunicación Social se necesita equipo adecuado para desarrollar un trabajo de calidad excelente. En este punto, se tendría que valorar las necesidades de equipo con lo que ya se cuenta en el área.

Medios de Comunicación.

En la primera etapa se habló de un Carrusel de Medios, como primera acción de posicionamiento de la imagen del alcalde. Los medios de comunicación locales (Mi Ciudad, Reporte, Radio Romita), serán el primer contacto, posteriormente con medios estatales y/o regionales como Correo, A.M., Heraldito, OEM, Televisa, Zona Franca, TV Azteca.

En el acercamiento con los medios de comunicación siempre se llevará un discurso de total apertura y atención a los medios de comunicación, respetando la libertad de expresión y su trabajo.

Fuentes:

- <http://disenosocial.org/que-es-comunicacion-social/>
- <http://www.etcetera.com.mx/articulo/que-es-y-como-opera-la-comunicacion-social/24174/>
- <http://www.siempre.com.mx/2013/01/seis-acciones-para-una-comunicacion-gubernamental/>

