

JUNTOS CAMBIAMOS EL

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS COMUNICACIÓN SOCIAL



INTRODUCCIÓN

El presente Manual de Procedimientos tiene como objeto fundamental servir como un instrumento de apoyo en el funcionamiento institucional, al resumir en forma ordenada, secuencial y detallada las operaciones y la descripción de los procedimientos de cada una de las funciones del área de la Coordinación de Comunicación Social Municipal, así como las políticas de operación o lineamientos que rigen como realizan dichos procedimientos.

El manual estará sujeto a cambios en su contenido con el fin de mantenerlo actualizado cada vez que se presente modificaciones en la ejecución de los procedimientos y a su vez tener en una mejora continua lo cual de eficiencia y eficacia a cada una de las actividades que desempeña el área de la Coordinación de Comunicación Social Municipal.



Nombre del procedimiento: Toma de evidencia fotográfica de un evento

Objetivo:

Dar cobertura a los trabajos del Gobierno Municipal, principalmente las del Presidente Municipal, del Cabildo y de Jefes de área, Directores y Coordinadores de la administración. Mediante las publicaciones que se realizan en la página de Facebook oficial sobre las actividades relevantes del H. Ayuntamiento.

Políticas de Operación:

- 1.- La utilización de medios de comunicación, así como la publicidad para promocionar los diferentes proyectos y eventos que se generen desde las diversas áreas del Ayuntamiento, deben ser revisados y aprobados por la Coordinación de Comunicación Social.
- 2.- Cualquier información que se requiera difundir a la opinión pública, debe ser previamente revisada y autorizada por la Coordinación de Comunicación Social.
- 3.- La Coordinación de Comunicación Social, pondrá a disposición de la ciudadanía, en lugares visibles y en medios electrónicos de fácil acceso, la información institucional.



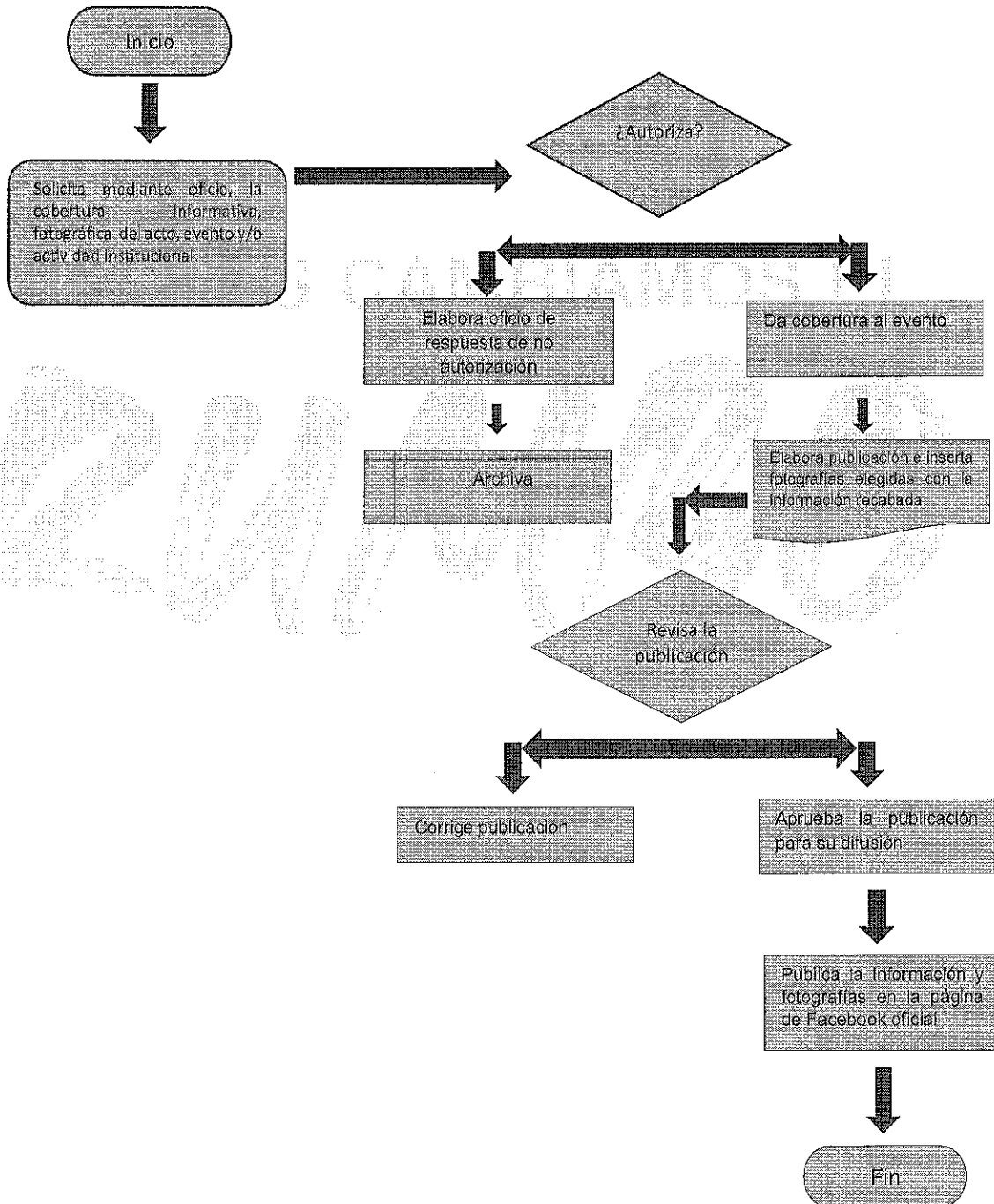
Nombre del Procedimiento: Toma de evidencia fotográfica de un evento

Paso	Responsable	Actividad
1	Área o Unidad Responsable	Solicita mediante oficio, la cobertura informativa, fotográfica de un evento y/o actividad institucional.
2	Coordinador de Comunicación Social	Elabora oficio de respuesta de no autorización y se archiva
3	Coordinador de Comunicación Social	Da cobertura al evento
4	Coordinador de Comunicación Social	Elabora publicación e inserta fotografías elegidas con la información recabada
5	Coordinador de Comunicación Social	Aprueba la publicación para su difusión
6	Coordinador de Comunicación Social	Realiza correcciones necesarias
7	Coordinador de Comunicación Social	Publica la información y fotografías en la página de Facebook oficial



Diagrama de Flujo: Toma de evidencia fotográfica de un evento

Área o Unidad Responsable.	Coordinador de Comunicación Social
----------------------------	------------------------------------



GLOSARIO

El manual se estructura en varios capítulos con el fin de revisar desde la comunicación en general a la comunicación específica. A lo largo del manual se proporcionarán ejemplos para el correcto uso de las herramientas de comunicación. Este primer capítulo proporciona información general sobre la comunicación.

DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN

La comunicación es la base de las relaciones sociales. Los procesos de comunicación implican, antes que cualquier otra cosa, interacciones entre sujetos distintos que, en aras de comprenderse, establecen vínculos en el mundo de la vida cotidiana. Estos vínculos no son otra cosa que acciones encaminadas al reconocimiento del otro, con quien interactuamos a partir de nuestra propia cosmovisión y al cual reconocemos al carácter de persona similar a uno mismo

Importancia de la comunicación

¿Por qué es importante la comunicación en una dependencia de gobierno?

Son muchas las razones, entre ellas la necesidad de que haya coherencia entre la comunicación no sólo interna sino externa, que la imagen no resulte arbitraria y sobre todo crear valor en la organización. Para que haya comunicación primero debe haber información, lo cual se considera el primer estadio de la comunicación.

La comunicación ha evolucionado y sobre todo se ha visto influenciada en los últimos tiempos por un mundo más globalizado, por la eliminación de barreras lo que provoca un aumento de la competencia, por la apertura de mercados y sobre todo por la convergencia de las tecnologías de la información, las telecomunicaciones y la audiovisual, que han alterado las relaciones tradicionales entre el emisor-receptor.

Sin duda alguna en la actualidad, la sociedad juega un papel importante para la formación del individuo y para su rol, basándose en sus valores y principios.

Todo ello ha llevado a un nuevo paradigma de la comunicación, cuyos principios básicos se pueden resumir a continuación:



- Comunicación más participativa
- Comunicación Interpersonal
- Global: sin barreras de espacio ni fronteras
- Operativa: Volcada a la acción
- Y para todo el mundo.

Proceso de la comunicación

Comunicar es persuadir y persuadir es buscar efectos. De esta manera la comunicación se convierte en una herramienta más de gestión orientada a la consecución de los objetivos estratégicos de la organización.

La comunicación es un proceso que incluyen los siguientes elementos básicos:

- *Emisor o fuente:* Persona que tiene capacidad para emitir un mensaje y lo transmite por medio de un canal a un receptor.
- *Codificación:* Transformación de la formulación de un mensaje a través de las reglas o normas de un código o lenguaje predeterminado.
- *Receptor:* Persona o grupo que recibe un mensaje.
- *Decodificación:* Aplica las reglas adecuadas a un mensaje que ha sido emitido en un sistema de signos determinado para entenderlo.
- *Mensaje:* Contenido informativo que se traslada.
- *Canales:* Medio físico a través del cual se transmite la información. Ejemplo: departamentos, mensajeros, internet, salas de juntas.

Diferentes tipos de comunicación

Esta se puede clasificar según la procedencia:

- *Ambiental:* Información que procede del entorno.
- *Interna:* La que procede y procesa la propia organización.
- *Corporativa:* Aquella que la organización procesa y proyecta al entorno exterior. Centrándonos en los tipos de comunicación, encontramos según el emisor de la comunicación que esta se puede distinguir en:
 - *Vertical descendente:* Fluye desde los rangos superiores del área o dependencia hasta los rangos inferiores (empleados). Ejemplo: órdenes, circulares, boletines de empresa, folletos de la empresa.
 - *Vertical ascendente:* Fluye desde los rangos inferiores hasta los rangos superiores. Los empleados tienen la posibilidad de expresarse y comunicarse con sus superiores. Ejemplo: encuestas, reuniones con el personal.



• *Lateral u horizontal:* Se da en los equipos de trabajo, entre las distintas áreas de la organización que comparten funciones. La comunicación fluye entre iguales. Según la participación del número de interlocutores la comunicación se puede clasificar en:

• *Mono direccional:* Transmite únicamente la información en una vía, el receptor no da ninguna respuesta.

• *Bidireccional:* Comunicación de doble vía, permite retroalimentación, el receptor emite su respuesta.

• *Multidireccional:* La creciente complejidad de la sociedad provoca la creación de un cambio en la comunicación, hacia un modelo en el que no sólo participan emisor y receptor, sino que existen respuestas de diferentes grupos.

Ejemplo de la multidireccionalidad: se encuentra en Internet, donde diferentes personas pueden comunicarse simultáneamente. Otras clasificaciones comunes de la comunicación son:

• *Verbal:* Se produce de forma oral, basada en el diálogo, discusión, se debe prestar atención al tipo de palabras que el/los interlocutores utilicen.

• *No verbal:* No se produce de forma oral, puede tratarse de comunicación escrita o la que se produce a través de la mirada, las posturas, expresiones, movimientos o la apariencia física. La comunicación también puede dividirse en:

• *Formal o institucional:* Se realiza mediante comunicados u otras herramientas oficiales y que contiene un mensaje supervisado por la jerarquía de la organización.

• *Informal:* Es establecida entre los empleados de una organización. En algunos casos este tipo de comunicación es más fuerte que la formal.

• *Organizada:* Se realiza con base a un plan y herramientas planificadas.

• *Improvisada:* No se planifica y se produce de forma espontánea o improvisada.

La Comunicación Social

Importancia

Hoy en día, el éxito de una institución, de un político, de un producto, de un ayuntamiento, está relacionado en proporción directa a la eficacia de su actividad comunicativa.

La comunicación es una forma de acción. Cuando asumimos esta concepción hablamos de acción comunicativa estamos devolviéndole a la comunicación algo que le corresponde por derecho propio: ser una de las formas más eficaces y económicas de participación e intercambio social, estamos ante un supuesto básico para aproximarse a una materia como la nuestra orientada a la praxis.



Estrategia de la comunicación

La estrategia de comunicación se refiere a la explicación de la acción. El por qué vamos a comunicar de una forma y no de otra. Habrá que seleccionar los canales que se usarán para desarrollar la comunicación.

Es necesario tener claro el mensaje principal que se va a comunicar, por ello deberá ser concreto y claro para evitar la dispersión comunicativa: "menos es más". Es preciso distinguir entre mensajes cortos y otros que necesiten mayor elaboración.

