

Dirección de Prensa y Publicidad

La comunicación, en términos generales, es un proceso que puede suceder de manera personal, social o pública y, también, es un campo especializado de trabajo.

En el terreno de lo social y lo público, para lograr comunicar con eficacia y pertinencia, se requiere del dominio de algunas destrezas y habilidades que facilitan la capacidad de comunicar. Estas aptitudes se derivan de los conceptos de la comunicación misma, así como del desarrollo de la tecnología para comunicar.

Desde un punto de vista, la comunicación que sucede entre las instituciones públicas de los municipios y sus respectivos ciudadanos, está en la base de la gobernabilidad democrática, pues el buen entendimiento surge cuando hay capacidad de informar o convocar de manera clara.

Junto con la llamada comunicación social, aquella que se hace a través de los medios informativos y, que no abarca todas las posibilidades de comunicarse con el conjunto de los ciudadanos, está la comunicación pública, aquella que corresponde preferentemente a los gobiernos.

Los gobernantes de hoy no pueden renunciar a la comunicación pública, es un deber con los ciudadanos y una herramienta para gobernar mejor en un marco democrático.

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.

Y es que el reto no está en informar y ganar espacios en los medios de comunicación masiva, sino en ser selectivo: en un mundo sobre informado en el que el público se ha vuelto selectivo, hay que saber cuándo, cómo, dónde y por qué se comunica.

El trabajo social y el político se sustentan en los fenómenos de percepción pública. No existe más realidad social y política que aquella que perciben las personas, por consenso (qué piensan los pobladores del gobierno municipal), aunque estén equivocadas en estricto sentido lógico o de evidencias reales.

El único modo de influir en la percepción de los ciudadanos es a través de los medios de comunicación masiva y con conocimiento profundo de la dinámica de la interacción social.

La comunicación social y política no es una actividad informativa, sino un proceso estratégico de interacción social con las percepciones y emociones de la sociedad que generan opinión pública.

MISION

La dirección n de Prensa y Publicidad tiene como misión:

Proporcionar el derecho a la sociedad de acceder a la información pública, utilizar todos los medios al alcance, para informar y generar opinión, mediante el desarrollo de 4 ejes de acción: Información. Entretenimiento, Servicio Social y Difusión Cultural.

VISION

Nuestra visión es actuar como una dirección que está al día, actualizada en cuanto a sus procesos e información que se maneja dentro del ayuntamiento. Regirnos por los criterios de la eficacia, la eficiencia y la objetividad.

Pretendemos informar oportunamente, generar un sano entrenamiento, prestar un efectivo servicio a la sociedad y enriquecer nuestra riqueza cultural.

OBJETIVO GENERAL

Ofrecer a la población del municipio un servicio informativo que responda a los criterios de la objetividad y la oportunidad. Brindar a la ciudadanía entretenimiento de calidad que fortalezca nuestros valores culturales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Difundir los planes y programas de H. Ayuntamiento municipal durante la administración municipal 2015-2018.
- Testimoniar las acciones del presidente municipal. Las comisiones edilicias y los funcionarios públicos municipales.
- Establecer un vínculo de comunicación entre las autoridades municipales y la población en general.

ORGANIGRAMA DE LA DIRECCIÓN

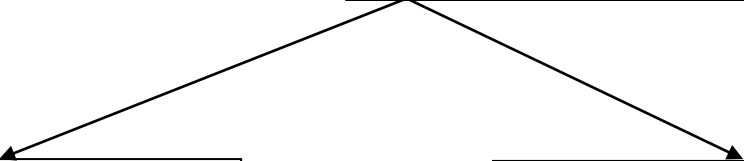
Presidente municipal
Lic. Misael Cruz de Haro



Regidor comisión de prensa
Nora Lucia Fletes Navarro



Director
Lic. Luis Humberto Pacheco Pinedo



Asistente
PTM. Santos Jiménez López

Asistente

mento del objeti

medios:

Radiodifusión; Un sistema de radiodifusión local que transmita por lo menos 12 horas al día de programación en vivo, con noticias, spots informativos.

La radio es de impacto masivo, aunque con públicos segmentados por perfiles socioculturales y económicos. El tipo de música que trasmite define la calidad de su auditorio.

Los mensajes deben ser simples y atractivos y totalmente claros desde la primera vez.

Es altamente eficiente para alargar en forma sintetizada el efecto de los mensajes de prensa.

(En anexos se encuentra la propuesta de una programación inicial)

Prensa: La prensa está más orientada al raciocinio y la argumentación de fondo, sin embargo, su impacto subjetivo y emocional es limitado. Su público es el de mayor nivel cultural y el que ejerce liderazgo de opinión en la sociedad.

Aunque el número de personas que conforman su audiencia es menor, a menor cantidad, mayor calidad de auditorio.

Su vigencia como medio informativo es trascendental, sobre todo para ciudadanías que gustan de la lectura.

Preponemos la publicación de la gaceta oficial **ORGANO INFORMATIVO MUNICIPAL**, con una periodicidad mensual, un tiraje por lo menos 200 ejemplares de distribución gratuita y en algunos casos domiciliados.

Televisión: Este medio es el que garantiza el mayor auditorio y el más alto impacto emocional, porque involucra tanto el sentido de la vista como el del oído.

La televisión alcanza a todos los sectores de la sociedad y ayuda a generar imagen por lo que debe utilizarse para transmitir mensajes emocionalmente persuasivos, pero simples y sencillos.

4.4 **Publicidad exterior** Consiste en las publicaciones que se hacen en la pantalla de la recepción de la presidencia y en el periódico mural del acceso al Palacio Municipal.

En los carteleras gigantes que vemos en los muros de las construcciones del municipio, en terrenos baldíos y en carreteras. Su fortaleza se debe a que está presente las veinticuatro horas del día, impactando a quienes pasan enfrente. Otro beneficio es la posibilidad de segmentar y ser selectivos; permite buscar al perfil de público que nos interesa y elaborar el mensaje adecuado a sus valores, sus intereses y expectativas.

Fotografía y video. La fotografía y el video contribuyen a soportar y consolidar una buena imagen como complemento de la información emitida a través de un boletín de prensa, acompañada de su pie de foto.

En muchas ocasiones una buena fotografía sobre determinado acontecimiento tiene mayor alcance y penetración en la opinión pública. Cuando una fotografía es mala sus efectos negativos pueden ser de consecuencias a veces fatales.

Es recomendable mantener un archivo bien catalogado por día, por nombre, por evento. El historial video gráfico permitirá contar con material para la elaboración de un video sobre un determinado tema.

Redes Sociales. La publicación en Facebook *Ayuntamiento Mezquitic, Mi Prioridad la Gente* y la página oficial del Ayuntamiento www.mezquitic.gob.mx en la actualidad es de vital importancia por el impacto y penetración que tienen. Mantener los espacios con información actualizada es de gran importancia.

Spots. Los spots contribuyen a la difusión de los programas, proyectos y avisos de origen oficial, generando expectativa e interés en la población. La producción de spots radiofónicos (redacción de texto edición y grabación) para incluirlos en la programación radial y para el perifoneo.

Organigrama interno

ORGANIGRAMA

DIRECCIÓN DE PRENSA Y PUBLICIDAD

PRENSA ESCRITA

RADIODIFUSION

TELEVISION

FOTOGRAFÍA Y VIDEO

PRODUCCION DE SPOTS

PUBLICIDAD EXTERIOR

REDES SOCIALES

Redactar y editar Órgano informativo. Participar en periódicos. Redacción texto.

Transmitir programación en vivo 12 h. /día.

Mantener óptima la señal local de TV.

Crear archivo fotográfico y de video de la administración.

Redactar, Editar y grabar spots radiofónicos, para transmitirse en la estación de radio y mediante el perifoneo.

Redactar, editar y grabar material para difundirse por la pantalla e instalar el periódico mural.

Alimentar y actualizar los sitios oficiales:
Facebook
Ayuntamiento Mezquitic Mi
Prioridad la Gente
[www.mezquitic.gob](http://www.mezquitic.gob.mx)

Se logra informar de forma objetiva y oportuna a la ciudadanía.

RECURSOS

Para la realización de las actividades es necesario el siguiente equipo:

- **Una Mezcladora de 5 canales**
- **Micrófono para PC**
- **Audífonos**
- **Impresora multifuncional**
- **Cámara fotográfica digital**
- **Estuche para cámara**

- **Disco Duro Externo de 2 T.**
- **50 metros de cable coaxial**
- **TV de 14 pulgadas**
- **Grabadora**

El siguiente material

- **Tres memorias USB de 16 GB**
- **100 hojas tamaño carta**

- **100 hojas tamaño oficio**
- **100 folders tamaño carta**
- **1 paquete de plumas**
- **1 paquete de lápices**
- **Cinta adhesiva diurex**
- **Cinta adhesiva canela**
- **1 paquete de CD**
- **1 paquete de DVD**

Recursos operativos.

- **Vehículo disponible sin horario**
- **En su defecto, 40 litros de gasolina mensuales para las actividades que la dirección realice.**

ATENTAMENTE

Lic. Luis Humberto Pacheco Pinedo

Director de Prensa y Publicidad