



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
"ARAGÓN"**

**"LA COMUNICACIÓN SOCIAL DURANTE LOS SEIS PRIMEROS
MESES DE GOBIERNO EN LA DELEGACIÓN IZTAPALAPA"
(OCTUBRE 2006 - ABRIL 2007)**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LIC. EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

PRESENTAN:

**ANGELES RIVERO MARIA DEL ROCIO
LOBERA FEDERICO MÓNICA VIANNEY**

ASESORA DE TESIS:
LIC. YAZMÍN PÉREZ GUZMÁN

MÉXICO

2009



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Todos los días Dios nos da un momento en que es posible cambiar todo lo que nos hace infelices. El instante mágico es el momento en que un sí o un no pueden cambiar toda nuestra existencia... La posibilidad de realizar un sueño es lo que hace que la vida sea interesante.

Paulo Coelho

Si has construido un castillo en el aire, no has perdido el tiempo, es allí donde debería estar. Ahora debes construir los cimientos debajo de él.

George Bernard Shaw

*El individuo ha luchado siempre para no ser absorbido por la tribu.
Si lo intentas, a menudo estarás solo, y a veces asustado.
Pero ningún precio es demasiado alto por el privilegio de ser uno mismo.*

Friedrich Nietzsche

DEDICATORIAS MONICA

A mis padres:

Por darme la vida e inculcarme los valores que ahora poseo,
por todo el amor que a lo largo de mi existencia he recibido de su parte y
por haberme apoyado en los momentos más difíciles,
ya que sin su amor y comprensión no hubiera podido salir adelante
y lograr lo que ahora soy.
Por todo lo que significan en mi vida y por todo lo que me han dado
solo les puedo decir

¡GRACIAS!

A mis hermanos:

Patsy, Nancy y David porque con nada podría pagarles
el gran apoyo, cariño y gran ayuda que me brindaron en todo momento.

A mi abuelita y tía:

Bibis y Rosita, mil gracias por su amor y sobre todo
por su confianza depositada al haber creído en mi siempre
A la memoria de mi abuelita Isabel, por los momentos hermosos
que pasamos y que hoy son recuerdos.

A mis amigas:

Rocio y Erika por su incondicional amistad, paciencia y empeño que hicieron posible
cumplir esta meta y con quien espero seguir compartiendo tristezas y alegrías, éxitos y
fracasos

Quiero agradecer sinceramente a todas las personas que no mencione pero que no por
eso dejan de ser una parte fundamental en mi vida y en la realización de este trabajo.

DEDICATORIAS ROCIO

A **Dios**, por estar siempre conmigo y permitirme alcanzar esta meta tan importante, acompañada de las personas que me han apoyado siempre.

A mi madre y a mi tía Fanny
gracias a ustedes
recibí las mejores lecciones de vida.

A mi hermana Diana
por ser mi gran apoyo, mi amiga,
escucharme, darme todo su amor y
ser un gran ejemplo, gracias por todo.

A Daniel, Diego y David
por ser la alegría de mi vida.

A mis sobrinos que a cada
instante me enseñan cosas
nuevas y muy valiosas.

A **Melesio** por brindarme
todo su amor, confianza y apoyo
gracias a eso he podido superar momentos
difíciles y también he vivido los más hermosos
momentos de mi vida.

A mis mejores amigas
Moni y Katy, porque cada una
me ha dado el mejor
regalo del mundo, su amistad.

A todas aquellas personas que han
formado parte de mi vida y de
algún modo contribuyen a que
cumpla mis sueños, solo me queda
decirles, de todo corazón

¡GRACIAS!

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad Nacional Autónoma de México
Facultad de Estudios Superiores Aragón por habernos
recibido en sus instalaciones y darnos las herramientas
del conocimiento, por ello nos sentimos
orgullosas de pertenecer a la máxima casa de estudios

UNAM

A la licenciada **Yazmín Pérez Guzmán** por brindarnos su confianza,
su guía, su amistad y su conocimiento durante nuestra formación profesional
muchas gracias por ayudarnos a realizar esta meta.

A las personas que estuvieron muy cerca de nosotras
apoyándonos incondicionalmente en todo momento

Evelyn Quintanilla

Nancy Marilu Lobera Federico

Melesio Álvarez Ortiz

Diana Angeles Rivero

No nos queda más que decirles...

MIL GRACIAS

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
1. COMUNICACIÓN SOCIAL GUBERNAMENTAL:.....	7
PANORAMA HISTÓRICO EN MÉXICO	7
1.1 Adaptación a la Comunicación Social	8
1.1.1 Marco constitutivo y legal.....	11
1.2 Comunicación Social en el Distrito Federal.....	18
1. 2. 1 Lineamientos Generales en el Distrito Federal	21
2. IZTAPALAPA INOVANDO LA FORMA DE HACER GOBIERNO:.....	25
CASO ESPECÍFICO.....	26
2.1 Ubicación	28
2.2 Acerca de la historia.....	30
2.3 Comunicación Social en la delegación Iztapalapa	32
3. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL	39
3.1 Monitoreo de medios y síntesis informativa	40
3.2 Invitaciones	41
3.3 Comunicados de prensa	48
3.4 Boletín informativo	50
3.5 Coberturas y eventos en la delegación Iztapalapa.....	50

4. IZTAPALAPA INFORMA: PERIÓDICO DELEGACIONAL.....	64
4.1 Diseño actual	67
4.2 Contenidos y estructura	79
CONCLUSIONES.....	82
ANEXOS.....	84
FUENTES DE INFORMACIÓN	95

INTRODUCCIÓN

El término de comunicación social no resulta nuevo para la sociedad mexicana, sin embargo, muchos egresados de la carrera de comunicación desconocen la importancia y las funciones que desempeñan estas áreas tanto en las empresas privadas como en instituciones públicas, esto mismo nos ocurrió a nosotras, desconocíamos el tema y por tanto la opción laboral en estas áreas.

El primer acercamiento que tuvimos con la comunicación social fue cuando cursábamos la materia de Organización de Agencias informativas, Oficinas de prensa y Relaciones Públicas. Del temario de esta asignatura atrajo nuestra atención la forma como el Estado maneja la información, por ello buscamos opciones relacionadas con el tema para hacer el servicio social, así encontramos como alternativa la Coordinación de Comunicación Social de la delegación Iztapalapa, donde realizábamos diversas funciones como reporteras: monitoreo de medios, síntesis informativa, redacción y envío de notas y cobertura de eventos.

Dentro de la cobertura de eventos, destacamos tres principales, que por su gran magnitud e importancia, nos permitieron conocer con mayor precisión como funciona el área de comunicación social y al mismo tiempo poner en práctica nuestros conocimientos como comunicadoras. Estos eventos fueron, la Primera Unión de Sociedades de Convivencia, la conferencia de prensa previa a Semana Santa y la Representación CLXIV de la Semana Santa, por esto, nuestra investigación se centra en el periodo en el que desarrollamos actividad profesional, de octubre 2006 a abril 2007.

Las áreas de comunicación social surgieron aproximadamente hace ochenta años, al término del periodo revolucionario que dio paso a la etapa de institucionalización, desde entonces se han adaptado a las necesidades que cada gobierno tiene con la población.

Actualmente la comunicación social emplea estrategias comunicacionales empresariales, que dan a conocer información sobre las acciones y los avances de cada gobierno federal, estatal y municipal, mejoran la imagen pública y canalizan las preguntas, las denuncias, las demandas, las inquietudes y las sugerencias de todas aquellas personas interesadas en los asuntos públicos.

Para conocer más acerca de los antecedentes e importancia de los departamentos, oficinas, coordinaciones o direcciones de comunicación social, realizamos esta investigación en la modalidad de tesis, ya que se puede desarrollar con una perspectiva más amplia y documentada. Por tanto establecemos que la comunicación social es el área encargada de informar oficialmente sobre los acontecimientos gubernamentales y proyectar una imagen favorable hacia los ciudadanos a través de los medios de comunicación.

Pretendemos dar a conocer la importancia de la comunicación social en las dependencias de gobierno, específicamente en la delegación Iztapalapa y así señalar como funcionó el área de comunicación social durante los primeros seis meses de gobierno del delegado Horacio Martínez Meza, cuyo periodo inició en octubre de 2006 y concluyó en abril 2007, tiempo en el que realizamos nuestro servicio social en esa dependencia.

Esta investigación se estructuró en cuatro capítulos que van de lo general a lo particular. El primer capítulo se inicia con un panorama histórico del área de comunicación social gubernamental, tanto del Ejecutivo, como del Distrito Federal, en el segundo capítulo nos adentrarnos en la delegación Iztapalapa, sus antecedentes, su ubicación geográfica y la estructura actual del área de comunicación social de esta demarcación que es nuestro objeto de estudio, así damos paso al tercer capítulo referente a la estrategia de comunicación que se compone por el monitoreo de medios, la síntesis informativa, las invitaciones, los comunicados de prensa, los boletines informativos y la cobertura de eventos, para finalizar con el periódico delegacional que es el cuarto capítulo de esta investigación.

Esperamos que esta información aporte algún dato que resulte provechoso para los compañeros de carrera, profesores y público en general, ya que es un tema de importancia que consideramos seguirá vigente en el futuro como se ha demostrado a lo largo de su existencia, por el gran impacto que genera en la sociedad mexicana.



Capítulo 1

Comunicación social gubernamental: panorama histórico en México



1. COMUNICACIÓN SOCIAL GUBERNAMENTAL: PANORAMA HISTÓRICO EN MÉXICO

La comunicación social en México surgió como una medida de interacción necesaria entre el gobierno, los medios de comunicación y la sociedad.

La comunicación social es la base del entendimiento y de la comprensión y es fuente, por lo tanto, de credibilidad y adhesión a las acciones del gobierno...es lo que mantiene unido a cualquier organismo, cuando la comunicación cesa, el organismo se derrumba.¹

Durante el paso del tiempo han existido errores en materia de comunicación, que traen consigo graves problemas sociales, por esta razón se busca implementar estrategias comunicacionales para obtener mejores resultados. Aunque han cambiado los nombres de las oficinas encargadas de la información gubernamental, la función primordial de la comunicación social del Estado sigue vigente hasta nuestros días, es la responsable de la relación que debe existir entre el gobierno federal con los medios y de la comunicación con la sociedad, con la finalidad de mejorar la imagen institucional.

Los archivos del gobierno no cuentan con algún registro oficial que conste el año de surgimiento del área de comunicación social, sin embargo, existen fuentes no oficiales que nos acercan a estos datos. Por esta razón, tomamos como año de referencia 1928 cuando fue creada la Secretaría de Propaganda y Publicidad considerada como el vínculo más cercano con los medios de comunicación, bajo la presidencia de Plutarco Elías Calles,² quien declaró: “se termina con la era de los caudillos y se inicia la de las instituciones”.³

En 1931, en el gobierno de Pascual Ortiz Rubio (1930-1932) Lázaro Cárdenas que entonces fungía como Secretario de Gobernación estructuró la Dirección General de Información.

¹ Ruben Molina Martínez, *Gobierno y comunicación social*, México, IPN, 2002, p.12.

² Patricia Salazar Taniguchi, *Propuesta para la reestructuración del Departamento del monitoreo electrónico de la Unidad de Comunicación Social de la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal*, (tesis), México, ENEP- Aragón, UNAM, 2000, p.22.

³ Miguel Ángel Gallo, Humberto Ruiz Ocampo y Matías Franco Torres, *Historia de México Contemporáneo II*, México, Quinto Sol, 2001, p.55.

En 1936, ya como presidente Lázaro Cárdenas (1934-1940) creó el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad,⁴ responsable de centralizar la información generada en dependencias de gobierno.

En el sexenio de Manuel Ávila Camacho (1940-1946) se eliminó el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad,⁵ pero seguía existiendo un reportero por dependencia, lo que descentralizaba la información.

Para 1946, bajo el gobierno de Miguel Alemán Valdés (1946-1952) se creó la Oficina de Prensa y Relaciones Públicas de la Presidencia de la República.

En el mandato de Luís Echeverría Álvarez (1970-1976) surgió la Dirección General de Comunicación Social.

Hasta aquí se ha descrito brevemente de 1928 a 1976 cómo se dieron los cambios más significativos en materia de oficinas y departamentos relacionados con la comunicación social en México, lo que nos hace reflexionar sobre la importancia que se ha dado a la comunicación gubernamental, parte esencial de la estructura política. En el siguiente tema se expone la etapa histórica cuando aparecen oficialmente las áreas de comunicación social.

1.1 Adaptación a la Comunicación Social

Es hasta el sexenio de Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988) cuando se publicó en el *Diario Oficial de la Federación*, con fecha del 31 de enero de 1983, el Acuerdo por el cual se creó la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, quedó bajo la responsabilidad de la Secretaría de Gobernación a cargo de Manuel Bartlett Díaz.

⁴ Fátima Fernández Christlieb, *Los medios de difusión masiva en México*, México, Juan Pablos, 1993, pp.226-227.

⁵ Elia Sánchez González, *Las oficinas de comunicación social gubernamentales y el control de la información*, (tesis), México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 1997, pp.30-41.

Los siguientes mandatarios organizaron el área de igual forma que De la Madrid Hurtado, ya que pertenecían a la misma corriente política que se mantenía en el poder, el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y por tanto sus ideas eran afines al concepto, excepto a la hora de asignar el presupuesto motivado por la importancia que cada uno tenía respecto al manejo de la información.

Poco antes de terminar su sexenio Carlos Salinas de Gortari (1988-1994) redujo considerablemente el presupuesto que se le asignaba a la oficina de comunicación social, ya que para él representaba un gasto innecesario. Anteriormente el Ejecutivo se hacía cargo de cubrir los gastos de los reporteros de la fuente de la presidencia. Con esto se aminoraban los costos pero también se demeritaba la importancia y el valor de la información, ahora cada empresa de comunicación tiene la obligación de cubrir con sus propios recursos, los gastos generados por los reporteros que cubren las giras presidenciales, de otra manera tienen que conformarse con los materiales gráficos y audiovisuales que se les proporciona.⁶

Durante el mandato de Ernesto Zedillo Ponce de León (1994-2000) se retomó la importancia de la comunicación social, ya que en el lapso de transición de gobierno en 1994, aconteció el suceso político más desafortunado: el asesinato del candidato priista a la presidencia de la República Luis Donaldo Colosio, que según las encuestas, llevaba ventaja sobre los candidatos Diego Fernández de Ceballos por el Partido Acción Nacional (PAN) y Cuauhtémoc Cárdenas por el Partido de la Revolución Democrática (PRD), resultando Ernesto Zedillo candidato suplente impuesto por su partido luego del asesinato.

Ya como presidente electo, Ernesto Zedillo enfrentó nuevos hechos que desequilibraron la estabilidad del país, el asesinato del secretario general del PRI Francisco Ruiz Massieu y la crisis económica en diciembre de 1994. Debido a estos acontecimientos, consideró fundamental “limpiar su imagen” y popularizar las acciones del gobierno en función del bienestar social, a través de la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia de la República.

⁶ Patricia Salazar Taniguchi, *op.cit*, p.56.

En 1996 Carlos Almada fue nombrado coordinador del área, se estableció oficialmente el término de vocero, quien era la persona encargada de difundir la versión oficial gubernamental.⁷

Para el 2000, con el gobierno del “cambio” de Vicente Fox Quezada, se modificó la Dirección General de Comunicación Social mediante el Acuerdo por el que se crearon las Coordinaciones Generales de Comunicación Social y de Opinión Pública e Imagen de la Presidencia de la República,⁸ fue publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el 4 de enero de 2001, la oficina quedó a cargo de la Presidencia de la República, conjuntamente con la Secretaría de Gobernación representada por Santiago Creel.

A pesar de ser una sola oficina encargada de la información gubernamental, fue necesario dividir las funciones de trabajo, entre dos coordinaciones especializadas, resultando la Coordinación General de Comunicación Social como encargada de presentar a la ciudadanía y a los medios de comunicación los servicios informativos de la Presidencia a través de un vocero oficial, que era Rubén Aguilar Valenzuela. Se ocupaba de la elaboración de los discursos presidenciales y tenía mayor participación ante los medios de comunicación, la titular de esta coordinación era Martha Sahagún.

Las funciones de la Coordinación General de Opinión Pública e Imagen a cargo de Francisco Ortiz, eran diseñar y desarrollar las estrategias de comunicación no noticiosas; elaborar estudios de opinión pública; establecer lineamientos e imagen de la presidencia en colaboración con la Secretaría de Gobernación; generar información para la toma de decisiones en los medios de comunicación y de opinión pública y producir los materiales de información no noticiosa.

Actualmente en el gobierno de Felipe Calderón Hinojosa (2006-2012) se modificó el nombre y la estructura del área de comunicación social mediante el Acuerdo por el que se reestructuran las Unidades Administrativas de la Presidencia de la

⁷ *Ibíd*, p. 29.

⁸ Véase Acuerdo por el que se crean las Coordinaciones Generales de Comunicación Social y de Opinión Pública e Imagen de la Presidencia de la República, 4 de enero de 2001, pp.14-15.

República,⁹ publicado en el *Diario Oficial de la Federación*, el 21 de enero de 2008, donde se establece la Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia de la República, asentando la función de conducir y evaluar las tareas de comunicación social y coordinar, en este sentido, las acciones de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

Gerardo Maximiliano Cortázar Lara fue asignado como el titular de esta área que a su vez se divide en ochenta rubros diferentes, entre mandos medios y superiores, todos encargados de la comunicación social del Estado y se excluye la presencia de un vocero oficial, la persona asignada para hablar sobre temas oficiales era el ex-Secretario de Gobernación Juan Camilo Mouriño Terrazo†.

1.1.1 Marco constitutivo y legal

Las áreas de comunicación social se regulan en principio por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos,¹⁰ basándose en los artículos 6º y 7º constitucionales :

Artículo 6o. La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de terceros, provoquen algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado.¹¹

Para el ejercicio del derecho de acceso a la información, la Federación, los Estados y el Distrito Federal, en el ámbito de sus respectivas competencias, se regirán por los siguientes principios y bases:

I. Toda la información en posesión de cualquier autoridad, entidad, órgano y organismo federal, estatal y municipal, es pública y sólo podrá ser reservada temporalmente por razones de interés público en los términos que fijen las leyes. En la interpretación de este derecho deberá prevalecer el principio de máxima publicidad.

II. La información que se refiere a la vida privada y los datos personales será protegida en los términos y con las excepciones que fijen las leyes.

⁹ Véase Acuerdo por el que se Reestructura las Unidades Administrativas de la Presidencia de la República, 21 de enero de 2008, pp.16-17.

¹⁰ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, (edición actualizada) 2008.

¹¹ Reforma publicada en el Diario Oficial de la Federación el 13 de noviembre de 2007, en vigor al día siguiente.

III. Toda persona, sin necesidad de acreditar interés alguno o justificar su utilización, tendrá acceso gratuito a la información pública, a sus datos personales o a la rectificación de éstos.

IV. Se establecerán mecanismos de acceso a la información y procedimientos de revisión expeditos. Estos procedimientos se sustanciarán ante órganos u organismos especializados e imparciales, y con autonomía operativa, de gestión y de decisión.

V. Los sujetos obligados deberán preservar sus documentos en archivos administrativos actualizados y publicarán a través de los medios electrónicos disponibles, la información completa y actualizada sobre sus indicadores de gestión y el ejercicio de los recursos públicos.

VI. Las leyes determinarán la manera en que los sujetos obligados deberán hacer pública la información relativa a los recursos públicos que entreguen a personas físicas o morales.

VII. La inobservancia a las disposiciones en materia de acceso a la información pública será sancionada en los términos que dispongan las leyes.

Este artículo constitucional claramente nos establece que el Estado es el principal responsable de garantizar el derecho a la información, por eso el gobierno desempeña el papel de “informador” aclarando las dudas ciudadanas que se generan, sin afectar su imagen.

Artículo 7o. Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito.

Las leyes orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que so pretexto de las denuncias por delitos de prensa, sean encarcelados los expendedores, "papeleros", operarios y demás empleados del establecimiento de donde haya salido el escrito denunciado, a menos que se demuestre previamente la responsabilidad de aquéllos.

Se supone que el artículo 7º garantiza la libertad de escribir y publicar información relacionada con las instituciones públicas y privadas, sin censura alguna, con el fin de proveer de información. Sin embargo, no existe una ley más específica para estas áreas, el marco legal se limita a las leyes orgánicas y los reglamentos internos creados por cada dependencia gubernamental.

Por lo tanto es necesario crear un plan de desarrollo que permita regular la comunicación social gubernamental, con el fin de corregir los problemas sociales a los que nos enfrentamos.

En las siguientes páginas se muestran los acuerdos más recientes por los que se modifican las áreas de comunicación social de la Presidencia de la República que ya antes mencionamos.

Acuerdo por el que se crean las Coordinaciones Generales de Comunicación Social y de Opinión Pública e Imagen de la Presidencia de la República, gobierno de Vicente Fox Quesada



Dirección General de Asuntos Jurídicos

Acuerdo por el que se crean las Coordinaciones Generales de Comunicación Social y de Opinión Pública e Imagen, ambas de la Presidencia de la República.

D. O. F. 4 de enero de 2001

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Presidencia de la República.

VICENTE FOX QUESADA, Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, en ejercicio de la facultad que me confiere el artículo 89, fracción I, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, con fundamento en los artículos 8, 13, 27, 31 y 37 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, y

CONSIDERANDO

Que una de las obligaciones democráticas del Titular del Ejecutivo Federal es proveer canales de comunicación eficientes para mantener informada a la ciudadanía sobre las actividades que éste realiza, en cumplimiento del mandato que le ha sido conferido;

Que desde 1958, en ejercicio de la facultad concedida por el artículo 89, fracción I, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Presidencia de la República ha contado con unidades administrativas encargadas de la difusión de las actividades del Titular del Ejecutivo Federal;

Que en virtud del decreto publicado en el **Diario Oficial de la Federación** el 31 de enero de 1983, se creó la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, misma que tenía por objeto informar sobre las actividades del Titular del Ejecutivo Federal, así como difundir las acciones de la Presidencia de la República;

Que dadas las nuevas condiciones políticas y sociales de nuestro país y los compromisos asumidos como Titular del Ejecutivo Federal en materia de transparencia y difusión de las actividades que éste realiza, y con el fin de que la sociedad pueda evaluar de forma constante su actuación, se considera necesario distribuir las funciones que actualmente realiza la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, entre dos coordinaciones especializadas, así como dotar a éstas de nuevas funciones que garanticen el flujo de información oportuna, y

Que, sin perjuicio de las facultades que corresponden a las dependencias federales, las cuales se encuentran previstas en la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, he tenido a bien expedir el siguiente

ACUERDO POR EL QUE SE CREAN LAS COORDINACIONES GENERALES DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DE OPINIÓN PÚBLICA E IMAGEN, AMBAS DE LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

Artículo 1. La Presidencia de la República contará con dos unidades administrativas de comunicación social:

- I. Coordinación General de Comunicación Social, y
- II. Coordinación General de Opinión Pública e Imagen.

Artículo 2. La Coordinación General de Comunicación Social tendrá las siguientes funciones:

- I. Prestar a la ciudadanía y a los medios de comunicación, los servicios informativos de la Presidencia de la República;
- II. Ser vocero del Titular del Ejecutivo Federal;
- III. Organizar conferencias de prensa, así como redactar y emitir los boletines a que haya lugar;
- IV. Cubrir y difundir las actividades y eventos en que participe el Titular del Ejecutivo Federal;
- V. Organizar y coordinar, conjuntamente con el Estado Mayor Presidencial, los eventos en que participe el Titular del Ejecutivo Federal;
- VI. Realizar la compilación, análisis y evaluación de la información difundida por los medios de comunicación nacionales y extranjeros, referente a los acontecimientos de interés para la Presidencia de la República;
- VII. Informar oportunamente sobre las actividades que realiza el Titular del Ejecutivo Federal y proveer a su eficaz divulgación mediante cualquier medio;
- VIII. Coadyuvar con la Secretaría de Gobernación, en la elaboración de las estrategias de comunicación social de las dependencias de la Administración Pública Federal;

- IX. Dirigir las relaciones públicas de la Presidencia de la República;
- X. Coordinar y proporcionar la información oportuna para su publicación en internet a través de la página oficial de la Presidencia de la República;
- XI. Coordinar con la Secretaría de Gobernación la difusión de la información generada por la Presidencia de la República a los otros Poderes de la Unión, a las entidades federativas y autoridades municipales, y
- XII. Las demás que le encomiende el Titular del Ejecutivo Federal.

Artículo 3. La Coordinación General de Opinión Pública e Imagen tendrá las siguientes funciones:

- I. Diseñar y desarrollar las estrategias de comunicación no noticiosa de la Presidencia de la República y de los asuntos prioritarios;
- II. Planear, desarrollar y elaborar estudios de opinión pública de la Presidencia de la República, del gobierno federal y de los asuntos que la primera estime convenientes;
- III. Establecer lineamientos de imagen de la Presidencia de la República y, en colaboración con la Secretaría de Gobernación, de la Administración Pública Federal;
- IV. Generar información para la toma de decisiones sobre medios de comunicación y opinión pública;
- V. Diseñar, organizar y producir los materiales de información no noticiosa relevante de interés público, relacionada con la Presidencia de la República y, en coadyuvancia con la Secretaría de Gobernación, en lo que corresponde a la Administración Pública Federal;
- VI. Diseñar y supervisar la edición, actualización y publicación en internet a través de la página oficial de la Presidencia de la República, de la información que le proporcione la Coordinación General de Comunicación Social de la Presidencia de la República;
- VII. Coordinar el diseño de la estrategia de comunicación no noticiosa de la Presidencia de la República y de la Administración Pública Federal en el extranjero, y
- VIII. Las demás que le encomiende el Titular del Ejecutivo Federal.

Artículo 4. Los titulares de las Coordinaciones Generales de Comunicación Social y de Opinión Pública e Imagen serán nombrados y removidos libremente por el Presidente de los Estados Unidos Mexicanos.

TRANSITORIOS

PRIMERO. El presente Acuerdo entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el **Diario Oficial de la Federación**.

SEGUNDO. Se abroga el Acuerdo por el que se crea la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, publicado en el **Diario Oficial de la Federación** el 31 de enero de 1983.

TERCERO. Los recursos humanos, financieros y materiales con que contaba la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia de la República pasarán a las Coordinaciones Generales que se crean en virtud del presente Acuerdo.

La transferencia a que se refiere el párrafo anterior será realizada en los términos que determine el Director General de Administración de la Presidencia de la República.

Dado en la residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México, Distrito Federal, a los veintinueve días del mes de diciembre de dos mil.- **Vicente Fox Quesada**.- Rúbrica.- El Secretario de Gobernación, **Santiago Creel Miranda**.- Rúbrica.- El Secretario de Hacienda y Crédito Público, **José Francisco Gil Díaz**.- Rúbrica.- El Secretario de Contraloría y Desarrollo Administrativo, **Francisco Javier Barrio Terrazas**.- Rúbrica.

Acuerdo por el que se Reestructuran las Unidades Administrativas de la Presidencia de la República, gobierno de Felipe Calderón Hinojosa

(Primera Sección)

DIARIO OFICIAL

Lunes 21 de enero de 2008

PODER EJECUTIVO PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA

ACUERDO por el que se reestructuran las unidades administrativas de la Presidencia de la República.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Presidencia de la República.

FELIPE DE JESÚS CALDERÓN HINOJOSA, Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, en ejercicio de la facultad que me confiere el artículo 89, fracción I, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, con fundamento en los artículos 7o., 8o., 27, 31 y 37 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, y

CONSIDERANDO

Que para el ejercicio de sus atribuciones y el despacho de los negocios del orden administrativo que tiene encomendados, el Ejecutivo Federal cuenta con el apoyo de las Secretarías de Estado, la Consejería Jurídica del Ejecutivo Federal y las entidades paraestatales, en los términos que determinan la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y las leyes federales;

Que, adicionalmente, la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal dispone que el Presidente de los Estados Unidos Mexicanos contará con las unidades de asesoría, apoyo técnico y de coordinación que el propio Ejecutivo determine, de acuerdo con el presupuesto asignado a la Presidencia de la República;

Que la misma ley prevé la existencia de un Secretariado Técnico para la atención de las reuniones de Secretarios de Estado y demás funcionarios competentes, convocadas por el Ejecutivo Federal para definir y evaluar la política del Gobierno Federal en materias que sean de la competencia concurrente de varias dependencias o entidades de la Administración Pública Federal, y

Que las necesidades operativas de la Presidencia de la República hacen necesario ajustar su organización interna conforme a los requerimientos de asesoría, apoyo técnico y coordinación del Ejecutivo Federal para la conducción de la Administración Pública Federal, he tenido a bien expedir el siguiente:

ACUERDO

Artículo Primero.- La Presidencia de la República contará con las siguientes unidades de asesoría, de apoyo técnico y de coordinación, cuyos titulares serán designados por el Ejecutivo Federal:

- I. Oficina de la Presidencia de la República;
- II. Secretaría Particular, y
- III. Coordinación de Comunicación Social.

Artículo Segundo.- La Oficina de la Presidencia de la República tendrá un titular que se denominará Jefe de la Oficina de la Presidencia de la República y tendrá las funciones siguientes:

- I. Dar puntual seguimiento a las órdenes y acuerdos del Presidente de la República;
- II. Brindar asesoría al titular del Ejecutivo Federal en los asuntos que éste le encomiende;
- III. Coordinar a los Secretarios Técnicos de los Gabinetes Especializados del Presidente de la República;
- IV. Coordinar el Secretariado Técnico del Consejo de Seguridad Nacional;
- V. Dar seguimiento al cumplimiento de los programas, proyectos especiales o demás responsabilidades a cargo de las dependencias o entidades de la Administración Pública Federal;
- VI. Conducir las tareas propias de la imagen y opinión pública vinculadas con el Presidente de la República;
- VII. Apoyar al titular del Ejecutivo Federal en la elaboración de discursos y mensajes públicos;
- VIII. Atender todo lo relacionado con las peticiones dirigidas al Presidente de la República y asegurar su debida atención por parte de las áreas que correspondan;
- IX. Llevar la administración de los recursos humanos, financieros y materiales de la Presidencia de la República, de conformidad con la normatividad aplicable y los lineamientos que, al efecto, determine el titular del Ejecutivo Federal, y
- X. Las demás inherentes a las funciones anteriores y las que le encomiende expresamente el titular del Ejecutivo Federal.

Artículo Tercero.- La Secretaría Particular tendrá las funciones siguientes:

- I. Dar puntual seguimiento a las órdenes y acuerdos del Presidente de la República;
- II. Mantener las relaciones interinstitucionales de la Presidencia de la República con las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y, en general, con otras instituciones del sector público, privado y social;
- III. Diseñar la agenda y el calendario de giras del Presidente de la República;
- IV. Coordinar, conjuntamente con el Estado Mayor Presidencial, las giras del Ejecutivo Federal y la asistencia de éste a eventos públicos, tanto en el interior del país como en el extranjero;

- V. Recibir la documentación dirigida a los servidores públicos de la Presidencia de la República y turnarla para su adecuada atención, y
- VI. Las demás inherentes a las funciones anteriores y las que le encomiende expresamente el titular del Ejecutivo Federal.

Artículo Cuarto.- La Coordinación de Comunicación Social tendrá la función de conducir y evaluar las tareas de comunicación social de la Presidencia de la República y coordinar, en esta materia, las acciones de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

Artículo Quinto.- La Oficina de la Presidencia de la República contará con las unidades administrativas siguientes:

- I. Coordinación de Gabinetes y Proyectos Especiales;
- II. Coordinación de Estrategia y Mensaje Gubernamental;
- III. Coordinación de Opinión Pública;
- IV. Coordinación de Asesores, y
- V. Coordinación General de Administración.

Al frente de cada una de las unidades administrativas habrá un titular que será nombrado y removido libremente por el Presidente de los Estados Unidos Mexicanos.

Cada una de estas unidades administrativas se auxiliará, a su vez, de las áreas y personal de apoyo que requieran para el eficaz despacho de sus asuntos, de acuerdo con el presupuesto que les sea asignado.

Artículo Sexto.- Las unidades administrativas de la Oficina de la Presidencia de la República, la Secretaría Particular y la Coordinación de Comunicación Social tendrán las funciones de organización, coordinación, colaboración, asesoría, apoyo técnico y despacho de los asuntos que les encomiende el Presidente de la República.

Artículo Séptimo.- La Coordinación General de Administración tendrá a su cargo las funciones de asignación, enajenación, transferencia y, en general, de administración de los recursos humanos, financieros y materiales de la Presidencia de la República. Para tales efectos podrá suscribir toda clase de convenios, contratos y demás instrumentos jurídicos.

Artículo Octavo.- Los Gabinetes Especializados son instancias de coordinación al interior de la Administración Pública Federal, según corresponda a las materias que, en forma concurrente, deben atenderse en el ámbito del Ejecutivo Federal.

Los Gabinetes Especializados serán creados por acuerdo del Presidente de la República.

Artículo Noveno.- Los asuntos que sean materia de acuerdo o resolución en los Gabinetes Especializados tendrán el carácter de prioritarios.

Artículo Décimo.- En cada uno de los Gabinetes Especializados habrá un Secretario Técnico, que tendrá las funciones siguientes:

- I. Convocar, en tiempo y forma, a las respectivas reuniones del gabinete especializado de que se trate;
- II. Proponer el orden del día de cada reunión;
- III. Supervisar la debida integración del expediente de la misma;
- IV. Verificar, de manera personal, el cumplimiento de los acuerdos o resoluciones adoptados e integrar los archivos correspondientes, y
- V. Presentar los informes que le requiera el Jefe de la Oficina de la Presidencia de la República.

Artículo Décimo Primero.- Los titulares de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal serán responsables de que la Oficina de la Presidencia de la República, la Secretaría Particular y la Coordinación de Comunicación Social, así como sus unidades administrativas, cuenten oportunamente con la información y el apoyo necesarios para el eficaz cumplimiento de sus funciones.

Artículo Décimo Segundo.- A la Oficina de la Presidencia de la República, la Secretaría Particular y la Coordinación de Comunicación Social les será asignado el presupuesto que determine el titular del Ejecutivo Federal, de conformidad con la partida anual correspondiente a la Presidencia de la República.

TRANSITORIOS

PRIMERO.- El presente Acuerdo entrará en vigor el día de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

SEGUNDO.- Se abroga el Acuerdo por el que se crea la Oficina de la Presidencia de la República, publicado el 4 de diciembre de 2006, así como todas aquellas disposiciones que se opongan a lo previsto en el presente Acuerdo.

TERCERO.- La Coordinación General de Administración proveerá lo necesario para que los recursos humanos, financieros y materiales de la Presidencia de la República sean reasignados conforme a lo previsto por el presente ordenamiento.

Dado en la Residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México, Distrito Federal, a los dieciocho días de enero de dos mil ocho.- Felipe de Jesús Calderón Hinojosa.- Rúbrica.- El Secretario de Gobernación, Juan Camilo Mouriño Terrazo.- Rúbrica.- El Secretario de Hacienda y Crédito Público, Agustín Guillermo Carstens Carstens.- Rúbrica.- El Secretario de la Función Pública, Salvador Vega Casillas.- Rúbrica.

1.2 Comunicación Social en el Distrito Federal

El Distrito Federal es una entidad que pertenece a la federación, por lo que se distingue de los Estados de la República. Entre 1915 y 1928 era presidido por un gobernador, posteriormente dejaron de llamarse gobernadores para convertirse, desde 1929, en jefes del departamento del DF o conocidos también como regentes. En esos tiempos, la administración estaba bajo las órdenes del Presidente de la República a través del Departamento del Distrito Federal, situación que cambió en 1997, cuando la figura del regente pasó a ser la de Jefe de Gobierno, esto sucedió durante el gobierno de Ernesto Zedillo, convocó a elecciones por primera vez para elegir Jefe de Gobierno del DF. Los jefes de gobierno electos por mayoría fueron:

- Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano cuyo periodo inició el 5 de diciembre de 1997 y dejó el cargo el 30 de septiembre de 1999, un año dos meses antes de terminar su administración oficial que concluía en diciembre de 2000.
- Rosario Robles, jefa de gobierno interina, concluyó el periodo original de Cárdenas, del 1 de octubre de 1999 al 4 de diciembre de 2000.
- Andrés Manuel López Obrador inició su gobierno el 5 de diciembre de 2000 y dejó el cargo el 31 de julio de 2005, para contender como candidato a la presidencia de la República.
- Alejandro Encinas Rodríguez sustituyó a López Obrador y concluyó el periodo que le correspondía, del 1 de agosto de 2005 al 4 de diciembre de 2006, cuando tomó posesión el siguiente jefe de gobierno.
- Marcelo Ebrard Casaubon, actual jefe de gobierno, inició su gestión el 5 de diciembre de 2006 y concluirá oficialmente en diciembre de 2012.

Con esta denominación de Jefe de Gobierno, en 2000, antes de terminar el periodo de gobierno de Cárdenas, pero ya sustituido por Rosario Robles, se convocó a elecciones para el cargo de jefes delegacionales, con esto los mandos superiores dejaban participar a los ciudadanos en asuntos públicos y democráticos, por eso

resultó importante dar a conocer la apertura social a través de las oficinas encargadas de la comunicación social.

El concepto específico de lo social en la comunicación adopta varios enfoques: Marino Yerro Belmonte, citado por Ferrer; ha definido la comunicación social como una comunicación de "ideas hechas" al servicio de instituciones diversas y de organismos públicos. Hay quienes la consideran como un concepto de cultura humana o perteneciente a ella y quienes la interpretan como la comunicación que procede de una fuente única, transmitida a un público notoriamente grande.¹²

A pesar de lo importante que resulta la aparición de esta oficina encargada de la información gubernamental en el Distrito Federal, no se tiene registro formal del año de surgimiento, antes de 1997, el D.F se manejaba con políticas planteadas por el poder ejecutivo.

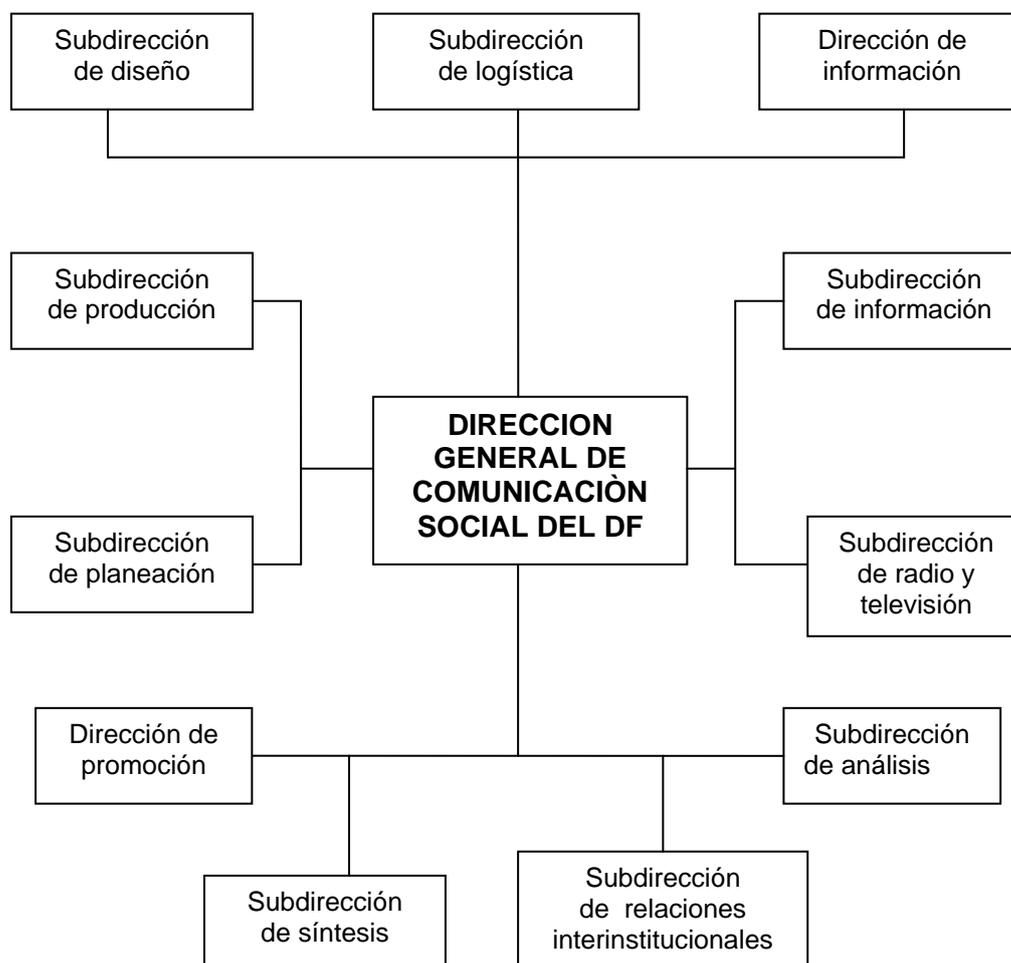
La comunicación social históricamente ha sufrido modificaciones, que van desde el nombre hasta la estructura y la asignación de dependencias responsables del funcionamiento del área. En un inicio al área de comunicación social se le llamaba Oficina de Prensa y Publicidad, luego de Relaciones Públicas. Ahora es Coordinación de Comunicación Social en la presidencia y Dirección General de Comunicación Social, en el caso del DF. Su función es la misma en ambos casos, esto nos demuestra, paradójicamente, que no existe comunicación eficiente entre el gobierno, los estados y el distrito, pues no existe uniformidad entre las áreas de comunicación social gubernamentales.

El Distrito Federal actualmente maneja la Dirección General de Comunicación Social, en esta oficina en un principio estaba a cargo de Fernando Valdez Pedraza y en fechas recientes se modificó el personal y la estructura.

A continuación se muestra el organigrama con el que inició actividades la Dirección General de Comunicación Social, donde se observa la división de trabajo al interior de esta área.

¹² Rubén Molina Martínez, *op. cit.* p.27.

Organigrama de la Dirección General de Comunicación Social del Distrito Federal



Organigrama de la Dirección General de Comunicación Social del Distrito Federal
www.df.gob.mx (modificado) 28/11/07

Con los recientes cambios de personal, el área de comunicación social quedó bajo el mando de Yesicca Miranda Zendejas, ahora el trabajo se divide en veintiséis rubros, entre mandos medios y superiores encargados de la comunicación del Gobierno del Distrito Federal.

La Dirección General de Comunicación Social es la encargada de transmitir la versión oficial mediante publicaciones que informen a la opinión pública y por tanto a los ciudadanos sobre las acciones de las dependencias y de los funcionarios públicos a través de los medios de comunicación; de cuidar la imagen institucional y de las relaciones públicas. Un medio de comunicación novedoso con el que se

trabaja, es un Chat que inicialmente se realizaba los jueves, donde participaba la ciudadanía directamente con el jefe de gobierno y en fechas recientes se interactúa con los funcionarios, uno diferente cada semana.

El gobierno del Distrito Federal se regula por normas establecidas en la administración de López Obrador, además otorga la libertad a las dieciséis delegaciones políticas de crear sus propios lineamientos internos en materia de comunicación social, sin perder el objetivo principal que es regular y mantener una comunicación efectiva, por eso resulta importante explicar en adelante las normas con las que se trabaja actualmente.

1. 2. 1 Lineamientos Generales en el Distrito Federal

La Dirección General de Comunicación Social del Distrito Federal actualmente está regulada por los siguientes lineamientos, creados en administraciones pasadas:

- Bando No. 4 (10/12/2000)
- Reglamento Interior del GDF (Gaceta Oficial del 28/12/2000)
- Normas en materia de Comunicación Social (Gaceta Oficial del 13/02/2002)
- Manual de Servicios (2004)

El bando No.4 se creó el 10 de diciembre de 2000, cuya finalidad es llegar al acuerdo de plan de austeridad con la reducción de salarios del 15% para el Gobierno del DF, con excepción de las delegaciones políticas, la Asamblea Legislativa, el Tribunal Superior de Justicia y las entidades autónomas, se eliminaron las áreas de comunicación social de las Secretarías y entidades de gobierno. Esto significa que sólo existe una Dirección General de Comunicación Social para todas las áreas del gobierno del Distrito Federal, excepto las de Seguridad Pública y la Procuraduría General de Justicia del DF. Este bando además establece lineamientos éticos que constan de XIV acuerdos breves que incluyen a la Dirección General de Comunicación Social.

El Reglamento Interior del Distrito Federal fue publicado en la *Gaceta Oficial del Distrito Federal No. 224*, el 28 de diciembre de 2000. En ésta se estableció el Reglamento Interior de la Administración Pública, de donde se desglosa el capítulo VIII, que se refiere a las atribuciones de las Unidades Administrativas de la Administración Pública Centralizada, en la sección I, referente a la Jefatura de Gobierno, en su artículo 38 que corresponde a la Dirección General de Comunicación Social, que se divide en XIV fracciones¹³ donde se describen brevemente las principales funciones y atribuciones de esta área:

I. Planear, coordinar y evaluar las políticas que orienten a los medios de difusión con que cuenten las Dependencias, Unidades Administrativas, Órganos Político-Administrativos y Órganos Desconcentrados de la Administración Pública y coadyuvar en la materia a las Entidades, de conformidad con las normas que al efecto expida el Jefe de Gobierno;

II. Elaborar y actualizar un programa sectorial de comunicación social, que establezca los lineamientos para garantizar una recepción fluida de la opinión pública y la proyección adecuada de los mensajes de la Administración Pública;

III. Normar y dictaminar sobre la orientación y procedencia de las actividades y erogaciones a realizar, en materia de comunicación social;

IV. Supervisar y coordinar la información que se difundirá por los medios de comunicación sobre todas y cada una de las actividades y servicios de la Administración Pública;

V. Dirigir, administrar y operar, los medios de difusión masiva de que se dispongan;

VI. Normar, autorizar y supervisar el diseño de producción y desarrollo de toda campaña o publicación, promovida en materia de comunicación social,

VII. Llevar a cabo las campañas de orientación ciudadana que sean de interés para el Distrito Federal;

VIII. Promover reuniones de coordinación con las Dependencias, Unidades Administrativas, Órganos Político-Administrativos y Órganos Desconcentrados de la Administración Pública, a fin de uniformar el criterio en la difusión de políticas y acciones en materia de comunicación social;

IX. Supervisar y realizar la edición de los programas e informes de trabajo y de la memoria anual de actividades de la Administración Pública;

X. Capturar, sistematizar, analizar y evaluar la información y opiniones difundidas por los medios de comunicación, en lo concerniente a las actividades de las Dependencias, Unidades Administrativas, Órganos Político-Administrativos y Órganos Desconcentrados de la Administración Pública;

¹³ www.df.gob.mx 12/11/07.

XI. Realizar encuestas sobre las opiniones y necesidades de la población, referidas al desempeño y funciones de la Administración Pública;

XII. Captar de los diferentes medios de difusión las quejas del público y turnarlas para su atención a la autoridad competente;

XIII. Organizar y supervisar entrevistas y conferencias con la prensa nacional o internacional, así como congresos y seminarios en las materias de la competencia de la Administración Pública; y

XIV. Atender todo lo relacionado a las invitaciones protocolarias y de prensa que deban realizar las Dependencias, Unidades Administrativas, Órganos Político-Administrativos y Órganos Desconcentrados de la Administración Pública en el desempeño de sus funciones.

Las Normas en Materia de Comunicación Social se publicaron en la *Gaceta Oficial* del Distrito Federal, bajo la administración del entonces jefe de gobierno Andrés Manuel López Obrador, el 13 de febrero de 2002, están constituidas de 21 acuerdos referentes a las funciones de comunicación social y sus recursos financieros, destacando la siguiente norma:¹⁴

DÉCIMA PRIMERA.- La contratación de servicios de información, difusión y publicidad con medios de comunicación privados u oficiales, se llevará a cabo con base en tarifas comerciales debidamente acreditadas, penetración o lectoría garantizada por las instituciones oficiales y profesionales que la estudian y la cobertura debida para el tipo de campaña que se establece. La contratación antes referida, contará con el soporte respectivo, atendiendo para ello lo siguiente

a) En caso de publicaciones impresas, incluirá la orden de inserción respectiva que contendrá conceptos, título del anuncio, tamaño y fecha de publicación;

b) En caso de publicaciones electrónicas, incluirá pauta respectiva que contendrá concepto, título del anuncio, duración y fechas y horarios de emisión;

c) En caso de servicios de comunicación no masivos y/o alternativos, especificará orden de servicio, concepto, título de la campaña, duración, horarios y fechas de difusión;

d) En caso de publicidad, deberá considerarse a los diarios o revistas de amplia circulación y cobertura, de tal manera que se garantice que la información respectiva llegue a las personas a las que está destinada.

El Manual de Servicios de Comunicación Social elaborado por la Dirección General de Comunicación Social, en 2004, tiene el propósito de agilizar y simplificar la información y transparencia que rige a la Administración Pública del Distrito Federal, es dirigido a las dependencias del gobierno del DF, incluidas las delegaciones políticas, en el se especifican y describen cargos, funciones, requisitos,

¹⁴ www.df.gob.mx 20/12/07.

observaciones y documentos que se pueden obtener de áreas de comunicación social del Distrito Federal, aunque el manual fue elaborado para acceder a la información de manera ágil, actualmente no se respetan los requerimientos especificados.

En el siguiente capítulo se aborda la historia y la ubicación de la delegación Iztapalapa, para profundizar acerca de la importancia del área de comunicación social en ésta demarcación política.



Capítulo 2

Iztapalapa ovando la forma de hacer gobierno: caso específico



2. IZTAPALAPA INOVANDO LA FORMA DE HACER GOBIERNO: CASO ESPECÍFICO

El 1º. de diciembre de 1970, al entrar la administración del gobierno de Luis Echeverría Álvarez, el Distrito Federal se dividió en dieciséis delegaciones políticas, entre las que se encuentra Iztapalapa.

En agosto de 1989 el gobierno de la ciudad de México, encabezado por el Jefe del Departamento del Distrito Federal, Manuel Camacho Solís y el entonces presidente constitucional de los Estados Unidos Mexicanos, Carlos Salinas de Gortari, hicieron entrega a la comunidad de Iztapalapa de las instalaciones de la actual sede delegacional, ubicada en Aldama No.63 esquina Ayuntamiento, Barrio San Lucas.¹⁵

El gobierno delegacional encabezado actualmente por el licenciado Horacio Martínez Meza, cuyo periodo inició en octubre del 2006, ha tratado de implementar una estrategia comunicacional,¹⁶ con el fin de impulsar a la delegación Iztapalapa y borrar la imagen que tiene, de ser una demarcación peligrosa y conflictiva. Por lo tanto, la coordinación de comunicación social a cargo de la licenciada Alejandra Parra Toledo trata de cambiar la mala fama de Iztapalapa, promoviendo con las demás áreas delegacionales el acercamiento entre el gobierno y la comunidad a través de los medios informativos.

Si bien esta área no es la principal, sí es la central por la que fluye la información generada en la delegación y es la encargada de difundirla a los iztapalapenses, con el propósito de mantener un gobierno reconocido y aceptado.

¹⁵ Placa institucional, Edificio de la Delegación Iztapalapa, México, DF, 2007.

¹⁶ Véase capítulo 3.

El poder del Estado crece en la medida del reconocimiento voluntario que prestan quienes sostienen sus principios éticos, jurídicos y los preceptos positivos de aquel.¹⁷

Cuando existe un cambio de administración también se da en imagen, slogan y políticas institucionales a esto se le conoce como identidad institucional o corporativa. Requiere de un estudio profesional que delimite los signos visuales, verbales y psicológicos con los que trabajará la institución, ya que es el sistema de identificación con el que se unifican todos los mensajes de la delegación de acuerdo con el criterio propio del jefe delegacional.

Un programa de identidad es la definición del “autoconcepto” de la empresa: su filosofía y objetivos, tanto institucionales como comerciales, en función de la imagen futura que habrá que implantar y que deberá corresponder y transmitir eficazmente la personalidad, calidad y dimensión de la empresa.¹⁸

A pesar de que la delegación cuenta con su propia área de diseño, el delegado escogió un despacho privado para crear la identidad institucional, por medio del Manual de Normas Gráficas,¹⁹ que sirve como normativo y especifica el slogan, el logotipo, la gama cromática, los formatos y la tipografía; la encargada de esta labor fue la licenciada Magda Ugalde Gómez Portugal, empleando el slogan “*Iztapalapa iN-ovando la forma de hacer gobierno*”



En él se observa como parte del lema una mano derecha con el puño cerrado y el pulgar hacia arriba simulando la letra *i*, que significa trabajo y éxito, seguida de una letra *N*, que al juntarse forman la palabra *iN*, en inglés significa dentro y en este

¹⁷ Antonio Menéndez, *Comunicación Social y Desarrollo*, México, UNAM, 1974, p.195.

¹⁸ Joan Costa, *Identidad corporativa*, México, Trillas-SIGMA, 2004, p.49.

¹⁹ Véase Manual de Normas Graficas de la delegación Iztapalapa en anexo.

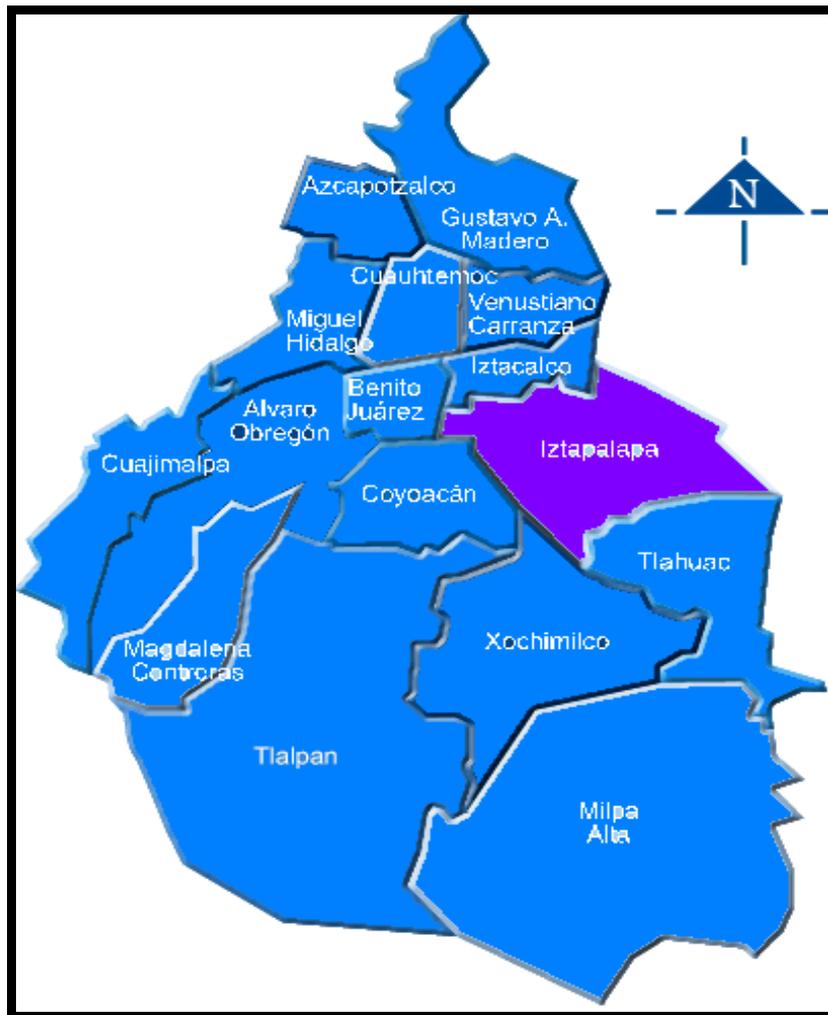
diseño se toma como innovar, estar a la vanguardia, entrar a la modernidad, enmarcado por una elipse que sugiere movimiento y desarrollo, conjuga la tipografía y la imagen.

En la guía cromática se utilizan los colores anaranjado y morado como parte de la identidad delegacional. En este diseño el anaranjado se utiliza como estimulante, refleja energía y modernidad, mientras el morado representa elegancia e incita a la reflexión y el estudio.

2.1 Ubicación

La delegación Iztapalapa se encuentra al oriente del Distrito Federal, a una altura de 2 mil 100 metros sobre el nivel del mar, con una extensión territorial aproximada de 11, 506 hectáreas, es decir 7.52% del total de la superficie del Distrito Federal, con una población de 1 millón 820 mil 888 habitantes. El principal uso del suelo es habitacional, en sus límites colinda al norte con la delegación Iztacalco, al sur con las delegaciones Xochimilco y Tláhuac, al oriente con el Estado de México, al poniente con la delegación Coyoacán y al norponiente con la delegación Benito Juárez.²⁰

²⁰ S/A, *Guía Turística de Iztapalapa y su patrimonio*, México, delegación Iztapalapa, 2006, p.5.



Mapa del Distrito Federal por delegaciones políticas

Cuenta con algunas elevaciones, las principales son: el Cerro de la Estrella, la Sierra de Santa Catarina, que se compone por los cerros del Marqués mejor conocido como Peñón Viejo y Tetecón. La cabecera política de la demarcación es el pueblo o barrio de Iztapalapa, ubicado en la falda norte del Cerro de la Estrella.

Esta delegación se divide en siete direcciones territoriales: Aculco, Cabeza de Juárez, Centro, Ermita Zaragoza, Paraje San Juan, San Lorenzo Tezonco y Santa Catarina, su función es proporcionar servicios básicos y ayuda inmediata a la ciudadanía.

2.2 Acerca de la historia

Actualmente se sabe con certeza que hace más de 7 mil años, grupos primitivos se asentaron en la cuenca de México, en ese entonces el terreno era inhabitable, sólo sobresalía la elevación del Cerro de la Estrella, que se encontraba a orillas del lago Texcoco donde se asentó un grupo de toltecas llamado Culhuacán, convirtiéndose en uno de los pueblos con más poder. Posteriormente, un pueblo nómada de aztecas, entre los siglos XII y XIII, se estableció finalmente gracias al señor de Culhuacán, en una zona de alto peligro, ya que abundaban los animales salvajes, sin embargo, este grupo logró subsistir, por lo que los acolhuas les permitieron establecerse y así surgió la dinastía mexicana.²¹

Para 1430, los mexicas habían dominado algunos pueblos cercanos, entre ellos Culhuacán. Fue cuando Izcóatl fundó el territorio de Ixtapalapan, que era un lugar estratégico, pequeño pero importante para la economía. Así el primer señor o tlatoani en Ixtapalapan fue Cuitláhuac I.

La ciudad de Ixtapalapan estaba situada dentro del lago de Texcoco por medio de chinampas que estaban organizadas en ocho calpullis, que hoy día son la estructura de los ocho barrios delegacionales.

A finales del siglo XVI durante la Colonia, Ixtapalapan pasó a formar parte del dominio de la Corona Española, que le asignó un territorio de quince leguas a la redonda de la ciudad, esto le atribuyó ciudades y pueblos que no le pertenecían, pero se desencadenó un gran conflicto por la distribución de las tierras.²²

Para 1529, Ixtapalapan quedó asignada como propiedad de la ciudad de México, sin embargo, en 1582 un nuevo conflicto surgió por el territorio de Ixtapalapan, la Corona Española reclamaba la atribución de propiedad argumentando que la ciudad de México no contaba con algún registro o título de propiedad.

²¹ Blanca Pástor y Alfredo Amenyro, *Delegación Política Iztapalapa*, México, Miguel Ángel Porrúa, 1997, pp.4, 5.

²² *Ibíd*, pp.8-10.

Años después, luego de muchos enfrentamientos y cambios producidos con el paso del tiempo, así como por la Independencia, a finales de 1825 se especificaron los límites para la ciudad de México y se establecieron los poderes federales, en 1889 se fijaron los límites del Distrito Federal, Ixtapalapa quedó dentro del territorio de Tlalpan.²³

Con la Ley de Organización Política y Municipal del Distrito Federal de 1906, se establecieron trece municipalidades, una de ellas Ixtapalapa a la que se le agregaron diversos pueblos.

En 1929 se anularon las municipalidades y se crearon doce delegaciones, en ese entonces los gobernantes eran designados por mandos superiores. Anteriormente existía un subdelegado por cada pueblo de la delegación Ixtapalapa que era designado por el delegado, durante un periodo que originalmente era de tres años, aunque en ocasiones podían durar contrariamente algunos meses o muchos años, su función era atender los servicios y asuntos de la población.

Finalmente, al modificarse la Ley Orgánica del Distrito Federal en 1970, aumentó a dieciséis el número de delegaciones políticas, como resultado de la división de la ciudad de México, las delegaciones al norte y al sur no fueron afectadas.²⁴

A partir del año 2000 los delegados han sido electos por voto directo y su periodo original de permanencia es de tres años, sin embargo, no siempre es cumplido el periodo, los dos primeros delegados dejaron el cargo meses antes de concluirlo, para ocupar otros puestos políticos, se espera que el actual jefe delegacional siga estos mismos pasos.

Los jefes delegacionales electos y suplentes en la delegación Ixtapalapa han sido:

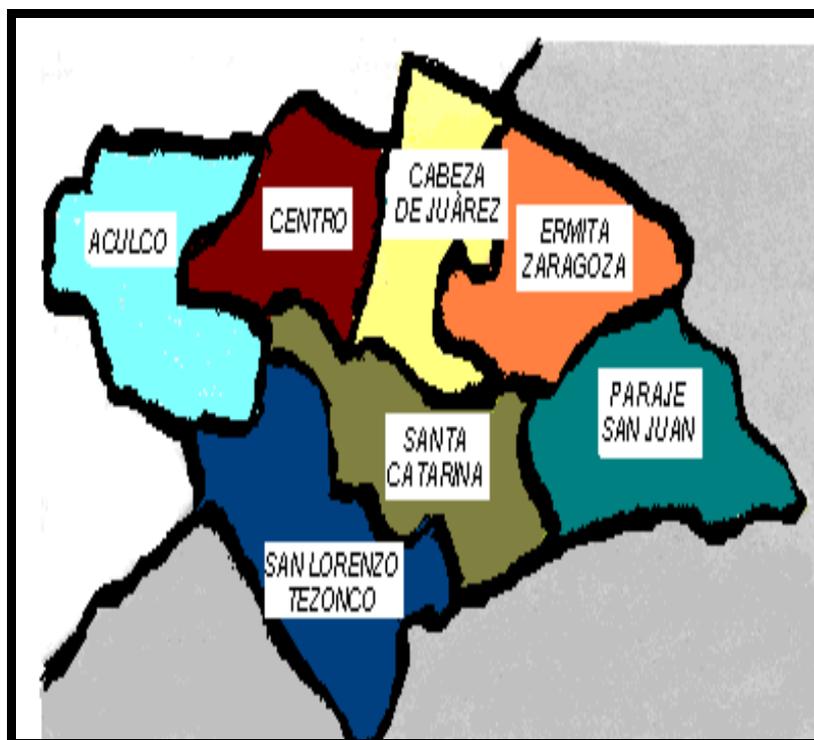
- René Arce Islas (2000-2003) electo
- José Luis Morúa Jasso (2003) suplente

²³ *Ibíd*, p.10

²⁴ S/A, *op. cit*, p.19.

- Víctor Hugo Círigo (2003-2005) electo
- Ricardo Evía Ramírez (2005-2006) suplente
- Horacio Martínez Meza (actual jefe delegacional, 2006-2009)

Para una mejor administración la delegación se divide en siete direcciones territoriales, cada una con su correspondiente director que trabaja conjuntamente con la sede delegacional. Las funciones de cada dirección territorial son supervisar, evaluar y gestionar las demandas ciudadanas en temas de servicios públicos y necesidades básicas de la población.



Mapa de las direcciones territoriales en Iztapalapa

2.3 Comunicación Social en la delegación Iztapalapa

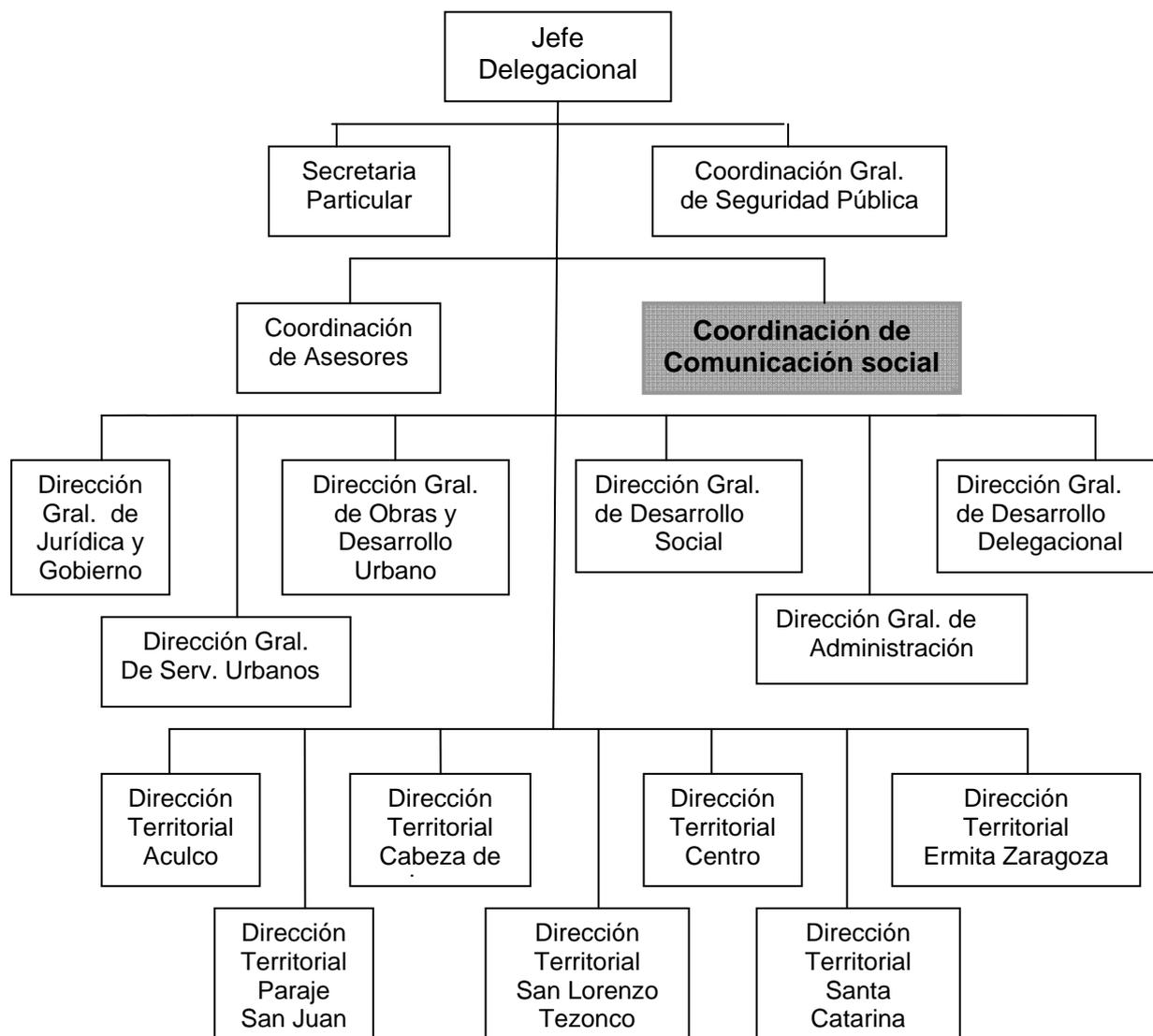
La comunicación social del Estado produce un gran impacto en todos los niveles gubernamentales, por esta razón cada gobierno debe adecuar las características de su comunicación a las necesidades de gobernados a fin de dar calidad en los servicios que presta como institución.

La comunicación social en Iztapalapa surgió como un intento de consolidar la administración pública delegacional, que desde el año 2000 es perredista. A partir de ese año la delegación se ha preocupado por informar de las acciones emprendidas por el delegado y los funcionarios; fortalecer la imagen institucional y de afirmar la relación que se tiene con la comunidad y con los medios de comunicación.

Oficialmente no se conoce, al igual que en el Distrito Federal, la fecha cuando surgió el área de comunicación social, sabemos que antes del año 2000, la delegación estaba regulada por los criterios impuestos por mandos superiores. En un principio del Ejecutivo y años más tarde del gobierno del D.F, actualmente se rige bajo la normatividad con que trabaja el D.F, además de normas impuestas en cada administración.

Un claro ejemplo de la importancia del área de comunicación social de la delegación Iztapalapa, se puede observar en el siguiente organigrama donde se resalta el lugar estratégico que ocupa en el órgano político delegacional. Se trabaja de manera conjunta con los demás departamentos para planear y diseñar la imagen pública que es difundida.

Organigrama de la Delegación Iztapalapa



Organigrama jerárquico de la delegación Iztapalapa (modificado)
www.iztapalapa.gob.mx

La coordinadora de comunicación social en Iztapalapa considera que esta área juega un papel muy importante porque es la cara visible de la delegación hacia los medios y hacia la ciudadanía, es donde se maneja la información de lo que hace la delegación.²⁵

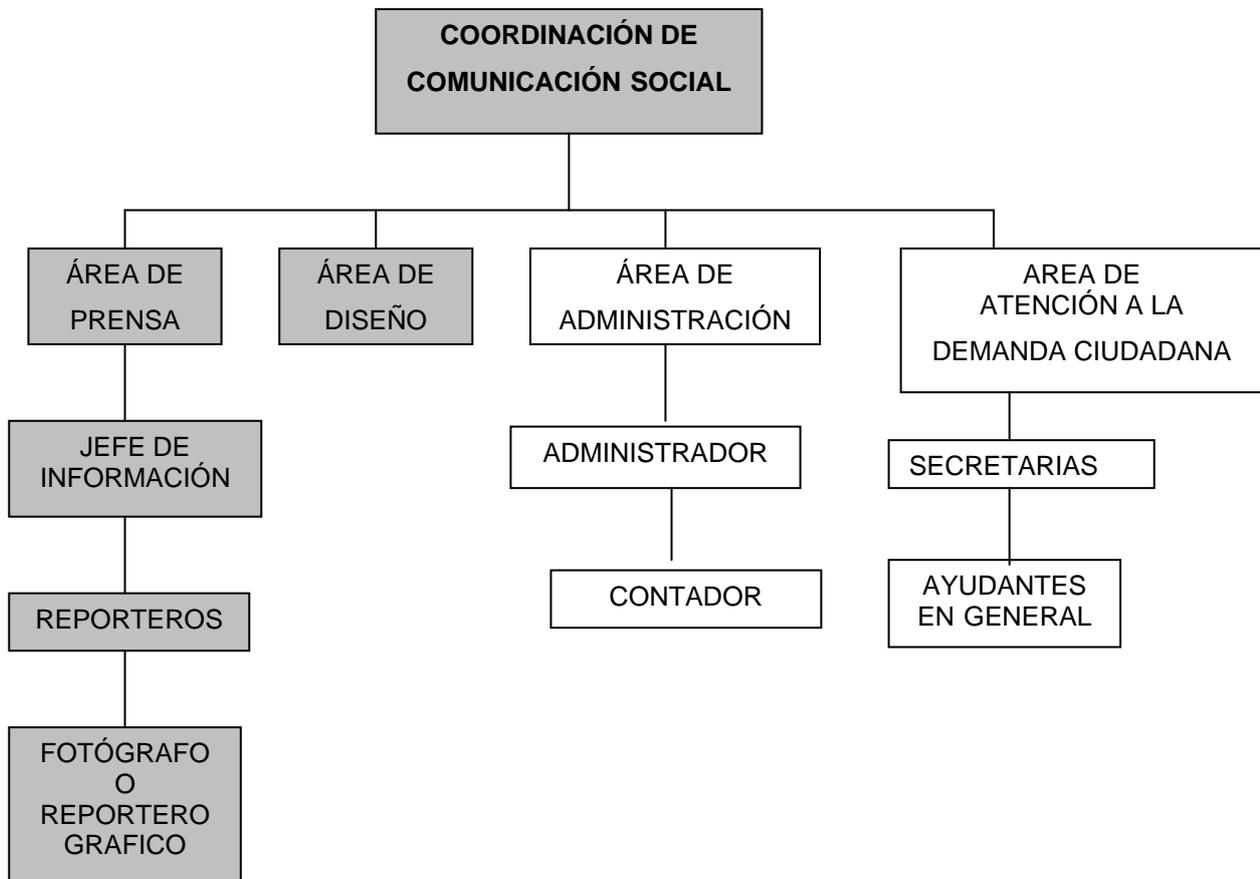
²⁵ Alejandra Parra Toledo, Coordinadora de Comunicación Social de la delegación Iztapalapa, (entrevista) 12 de octubre de 2007.

Esta instancia da seguimiento a la agenda política y mediática para mantener oportunamente informados al jefe delegacional y a los titulares de las Direcciones Generales y Territoriales sobre los acontecimientos importantes. Esto se realiza a través del monitoreo de medios y la síntesis informativa, donde se reúnen las notas más importantes en diferentes categorías como: delegación, Distrito Federal, información general, columnas y caricaturas. Además canaliza las quejas ciudadanas que la población expresa continuamente y son enviadas a las áreas correspondientes para su atención.

La dirección General de Jurídica y Gobierno es la responsable de informar y asesorar la normatividad y procedimientos en materia de comunicación social, establecidos por la Dirección General de Comunicación Social del Gobierno del Distrito Federal. La coordinación de comunicación social se encarga de proporcionar los servicios informativos necesarios a las áreas centrales y a las territoriales, en el diseño de instrumentos de difusión de programas y campañas que se desarrollan. Esta área tiene establecidos los mecanismos necesarios para mejorar la difusión de mensajes y brindar información de acuerdo con el artículo 6º constitucional.

En el siguiente organigrama se muestra la estructura jerárquica de la coordinación de comunicación social de Iztapalapa, para conocer a grandes rasgos la función laboral que se desempeña en esa área responsable de manejar la información delegacional.

Organigrama del Área de Comunicación Social de la delegación Iztapalapa



Esta coordinación está a cargo de la licenciada Alejandra Parra Toledo quien es la encargada de dirigir y supervisar las áreas que integran la oficina de comunicación social.

El área de prensa cuenta con mayor número de personal, se encarga de la logística de los eventos, la recopilación de información y la redacción de publicaciones informativas. El jefe de información es el responsable de la asignación informativa, de supervisar la elaboración y la redacción de las notas. Los reporteros cubren los eventos en los que participa el delegado o los funcionarios y redactan las notas. El reportero gráfico recaba imágenes fotográficas y videográficas con el propósito de dar continuidad al archivo de impresos, publicaciones y conformar la memoria periodística de la gestión de gobierno.

Además al equipo se integran prestadores de servicio social que colaboran directamente en las tareas de los reporteros, en los dos turnos existentes.

El área de diseño realiza los proyectos gráficos de las publicaciones informativas, son dos los diseñadores de base y también se trabaja con prestadores de servicio social, sin embargo, se recurre a despachos privados para diseños especiales como el caso del Manual de Normas Gráficas.

El área de administración gestiona la aprobación de presupuestos y materiales que se requieren, en ella trabajan un administrador y un contador.

El área de atención a la demanda ciudadana canaliza las quejas ciudadanas que se reportan en los diferentes medios de comunicación y en la línea telefónica directa y las envía a la autoridad competente para su atención.



Capítulo 3

Estrategia comunicacional



3. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

La palabra estrategia se toma de conceptos administrativos que originalmente se retoman del ámbito militar y se entiende como la forma de dirigir y coordinar acciones para alcanzar objetivos, etimológicamente proviene del griego *strategas* que significa general.

Las estrategias son cursos de acción general o alternativas, que muestran la dirección y el empleo general de los recursos y esfuerzos, para lograr los objetivos en las condiciones más ventajosas.²⁶

La estrategia de comunicación²⁷ que emplean los gobiernos, al igual que en la milicia busca elegir y dirigir las acciones mediante un plan integral en el que todo tiene una razón de ser, lo que se hace, lo que se deja de hacer y lo que se comunica, es decir, la estrategia es el diseño, aquello que da sentido a lo que se debe realizar.

El gobierno delegacional de Iztapalapa, a través de su coordinación de comunicación social, emplea diversas herramientas que forman parte de la estrategia comunicacional, con el propósito de lograr una mejor imagen y cumplir las metas que se plantearon al inicio de la administración de Horacio Martínez Meza. Esta estrategia de comunicación emplea acciones internas y externas.

Las internas son los oficios, el monitoreo de medios y la síntesis informativa que reúnen información general que se da a conocer al interior de la oficina delegacional y se efectúa entre los funcionarios y los trabajadores de la delegación, su propósito es informar e integrar a los miembros del equipo de trabajo.

Las acciones externas se basan principalmente en la elaboración y el manejo de invitaciones, de comunicados de prensa, de boletines informativos y del periódico delegacional. Su objetivo principal es convocar a conferencias de prensa y dar apertura para entrevistas en los segmentos informativos de diversos medios, además proporciona información oficial a la comunidad con rapidez.

²⁶ Lourdes Munch Galindo, *Fundamentos de Administración*, México, Trillas, 2004, p.83.

²⁷ Roberto Izurieta, *et al*, *Estrategias de comunicación para gobiernos*, Argentina, La Crujía, 2005, p.35.

La comunicación externa se da entre los funcionarios de la delegación con la comunidad, incluye al jefe de gobierno y a otros jefes delegacionales. Su propósito es exteriorizar la información específica, mediante publicaciones, eventos y conferencias de prensa.

3.1 Monitoreo de medios y síntesis informativa

El monitoreo es parte esencial de la comunicación interna del gobierno, se efectúa a diario, mediante el diagnóstico y seguimiento detallado de la información publicada en los medios impresos, audiovisuales, radiofónicos e Internet, a esto se le conoce como monitoreo de medios.

El mantenimiento de relaciones con la prensa comprende también por su reciprocidad, acciones de seguimiento o monitoreo de información periodística, es fundamental por ello conocer todo lo que se dice en los medios... a propósito de los problemas de actualidad que le conciernen directa o indirectamente.²⁸

Para facilitar el trabajo, la delegación Iztapalapa contrata desde el 2004 el servicio de una empresa privada llamada Especialistas en Medios S.A. de C.V., que se encarga de la grabación de todas las notas periodísticas difundidas en los medios de comunicación sobre la delegación y las envía inmediatamente vía Internet a la oficina de comunicación social. Además en caso de ser entrevista concedida por el delegado, Especialistas en Medios envía por mensajería el respaldo de la información completa, se especifican datos: nombre del conductor, nombre del programa en el que se difunde, hora de inicio, género periodístico, cadena, duración total y fecha de transmisión.

Esta empresa agiliza la localización de notas informativas que son necesarias para el seguimiento noticioso detallado, de acuerdo con la estrategia de comunicación que emplea la delegación.

Cuando la información ya está depurada y lista para ser enviada vía personal e internet a los funcionarios, se le llama síntesis informativa, su finalidad es informar al

²⁸ José Luís Piñuel Raigada, *Teoría de la Comunicación y Gestión de las Organizaciones*, Madrid, Síntesis, 1997, p.31.

delegado y a sus subalternos la percepción, comentarios y noticias publicadas en diversos medios para que estos a su vez tengan conocimiento de lo que acontece en la demarcación y en caso de ser necesario estén listos para dar alguna declaración al respecto.

La síntesis informativa se divide *en secciones*: delegación, gobierno del DF, información general, columnas, artículos y caricaturas. Al inicio se hacían dos versiones, una matutina y una vespertina, actualmente sólo se maneja la versión matutina debido a que la información que se publica en la mañana es más fluida y completa, la versión vespertina desapareció debido a la escasa y repetida información que se publicaba en la segunda edición de los periódicos Excélsior, El Sol de México mediodía y Ovaciones, sin embargo, por las tardes se realiza continuamente el monitoreo de medios por si acontece algo importante.



Ejemplo de síntesis informativa

3.2 Invitaciones

Las invitaciones que elabora la coordinación de comunicación social en Iztapalapa son parte de la comunicación externa y su fin es convocar a los medios de comunicación a

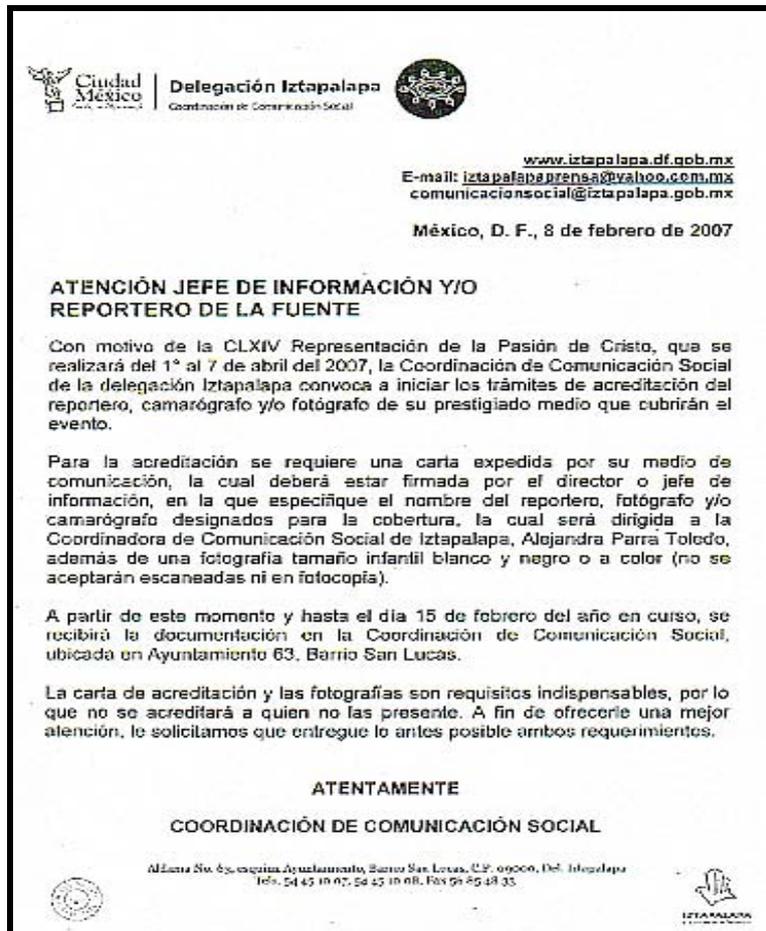
eventos organizados por la delegación, a su vez los medios son los encargados de difundir los eventos, esto sirve para llegar a un mayor número de posibles personas que acuden o se enteran de la cartelera delegacional, por tanto las invitaciones y los eventos se complementan entre sí. En este caso la delegación clasifica las invitaciones en sencillas y especiales.

Las sencillas son redactadas por un reportero de la delegación, en hojas tamaño carta membretadas. Se especifican datos como la fecha, el lugar, la hora, los asistentes y el motivo de la reunión o evento, su redacción es breve y precisa en un formato ya establecido, son enviadas vía fax e Internet a las empresas periodísticas, en algunos casos se anexa un croquis para facilitar la ubicación del lugar considerando que no todos los eventos se realizan en la sede delegacional.

Las invitaciones son para eventos de relevancia, se dice qué autoridades lo encabezan y regularmente además del jefe delegacional acuden autoridades de otras instancias, de otras dependencias y tiene que ser el lugar con toda la corrección posible si es necesario hasta con un mapa.²⁹

²⁹ Omar Castillo Gómez, Jefe de información, (entrevista) 12 de octubre de 2007.

Ejemplo de invitación sencilla



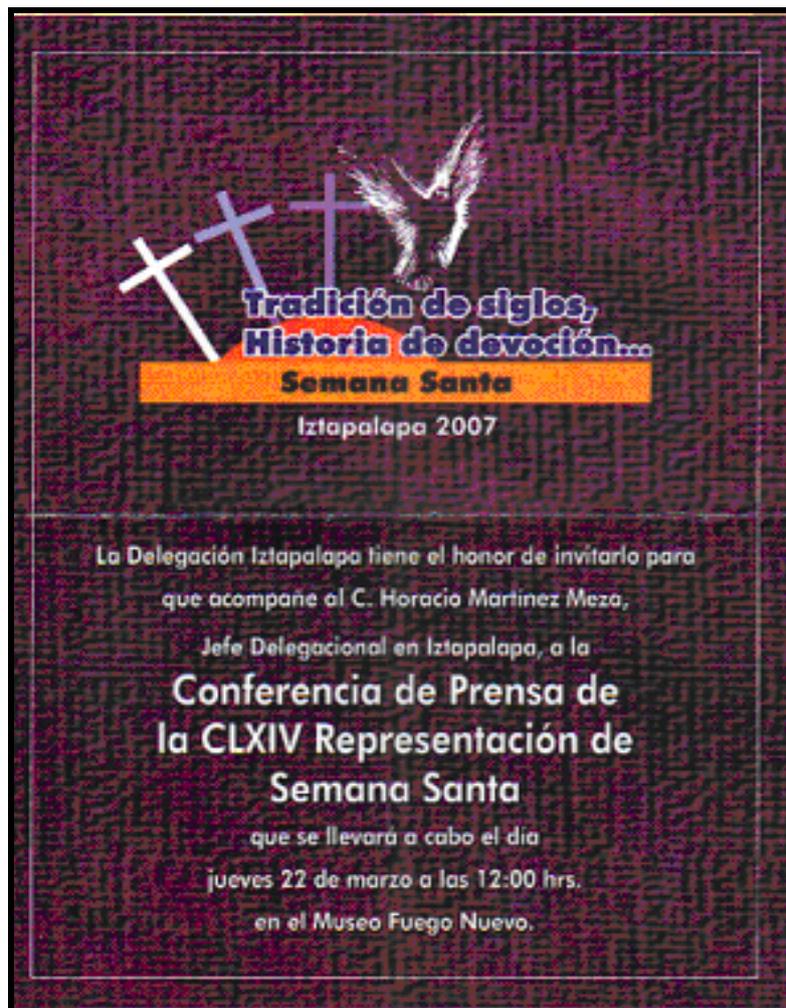
Delegación Iztapalapa
Invitación realizada el 8 de febrero de 2007

Las especiales se elaboran con un formato similar a las sencillas, llevan los mismos datos pero en este caso, se realiza un diseño gráfico especial e institucionalizado dependiendo de la ocasión. Son utilizadas para los eventos formales y dirigidas a personas que el delegado selecciona, una vez que se reparten por mensajería y en ocasiones personalmente, la siguiente tarea es confirmar la asistencia de cada uno de los invitados vía telefónica. Los principales eventos que requieren invitación especial son: el informe de gobierno delegacional, la Semana Santa (principal festividad en Iztapalapa), las fiestas de fin de año y otros eventos trascendentes.

Ejemplo de invitación especial



Portada y contraportada de la invitación a la conferencia de prensa de la CLXIV Representación de Semana Santa.



Interior de la invitación a la conferencia de prensa de la CLXIV Representación de Semana Santa.

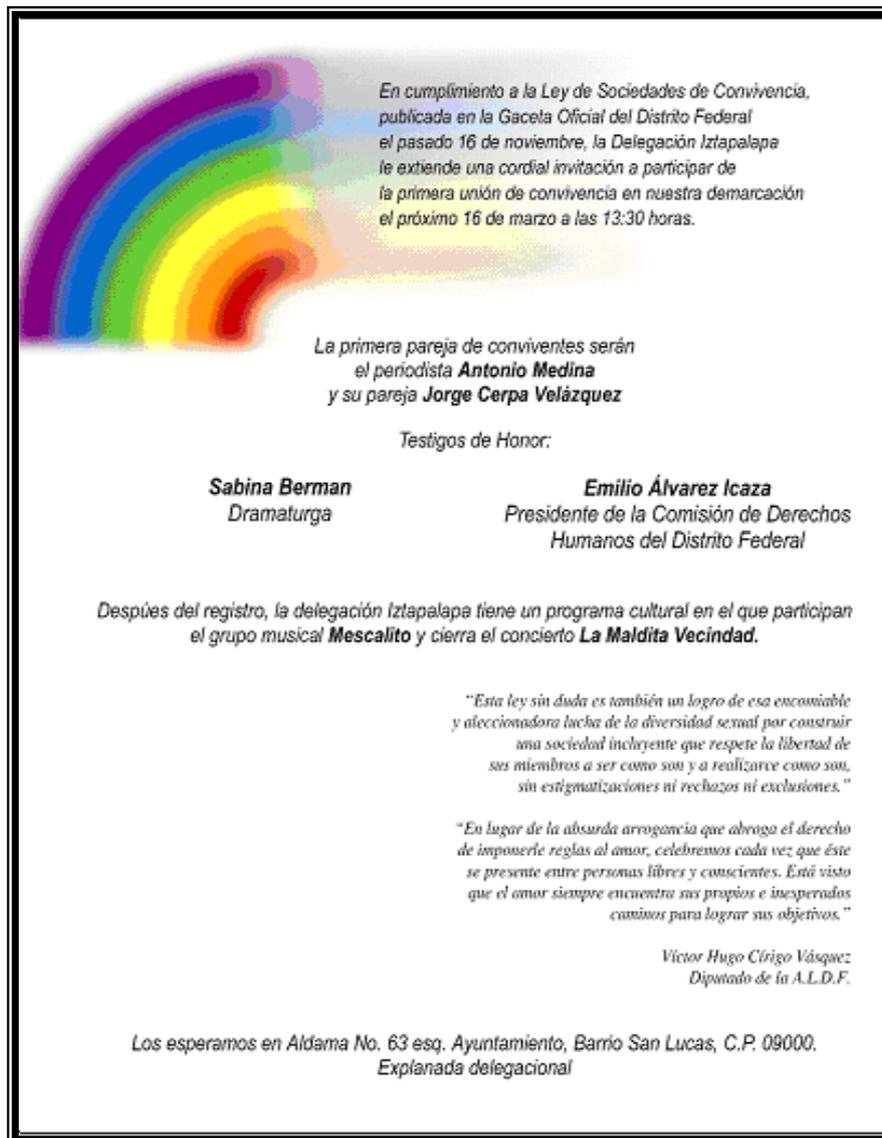
Durante los primeros seis meses de gobierno de octubre 2006 a abril 2007 se efectuaron tres eventos, que por su gran importancia, requirieron de invitación especial.

- La primera unión de Sociedades de Convivencia en el Distrito Federal, viernes 16 de marzo de 2007.
- La conferencia de prensa de la CLXIV representación de Semana Santa, jueves 22 de marzo de 2007.
- La celebración de la CLXIV representación de Semana Santa, del 1 al 7 de abril de 2007.

Ejemplo de invitación especial



Portada y contraportada de la invitación especial de la Ley de Sociedades de Convivencia celebrada el 16 de marzo de 2007.



Interior de la invitación especial de la Ley de Sociedades de Convivencia celebrada el 16 de marzo de 2007.

Con el envío de invitaciones tanto sencillas como especiales, se pretende seleccionar a los medios informativos más comerciales para garantizar la difusión de la información que se quiere dar a conocer.

3.3 Comunicados de prensa

El comunicado de prensa es un texto informativo y periodístico, se considera semejante a la nota informativa. En este caso se particulariza la información según las necesidades de la delegación, en función de lo que se quiere comunicar. Es el más ágil de todos los documentos que se puedan distribuir entre los medios de comunicación ya que responde a un acontecimiento de actualidad.

La redacción del comunicado de prensa para Salvador Mercado³⁰ debe ser de estilo periodístico, es decir, la redacción interesante, breve, clara y oportuna abordando lo esencial de la nota en los primeros párrafos

Los comunicados de prensa de la delegación Iztapalapa cumplen con estas características. Se redactan en forma vertical a una columna y generalmente en una cuartilla. Reúnen información fundamental sobre algún tema, persona y/o hecho; se envía a los diversos medios informativos para que lo difundan a la población. En la parte superior izquierda de la hoja se encuentran los membretes institucionales del Distrito Federal y de Iztapalapa, inmediatamente se presenta la dirección electrónica, la fecha y el número de documento, luego se inicia con el título y posteriormente se desarrolla la información.

Su propósito, como su nombre lo indica, es comunicar a la población los hechos que se presentan en la zona, como el cierre de avenidas, desastres naturales, operativos y cómo va a intervenir el gobierno en la resolución. Es enviado electrónicamente y por fax para agilizar la información, el medio al que mejor se adapta es la radio ya que se puede difundir al momento que se recibe, sin embargo, es de utilidad para todas las empresas de comunicación.

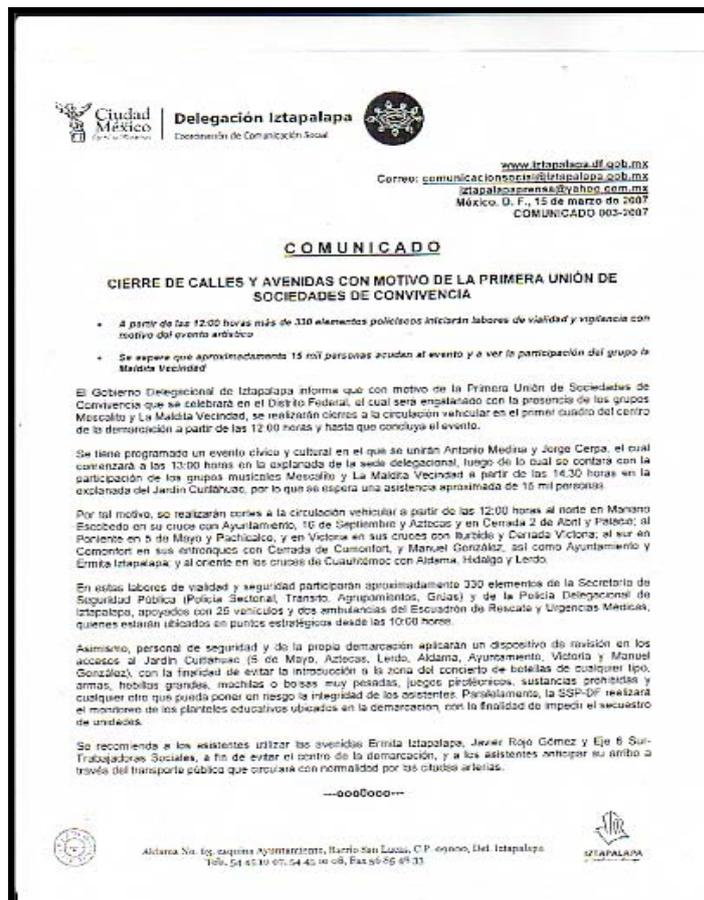
Los comunicados en su texto utilizan la expresión: “el gobierno informa” para hacer alusión al gobierno en general, como una política preventiva, sin mencionar el nombre

³⁰ Salvador Mercado H, *Relaciones públicas*, México, Pac, 2003, p.64.

del delegado o de los funcionarios para no parecer autoritarios en la toma de decisiones.

El comunicado de prensa tiene una vida útil y concreta, se deben eliminar datos inútiles o redundantes, información sobre otras ideas o personas ajenas al tema central.

Ejemplo de comunicado de prensa



Comunicado de prensa No.003-2007
www.iztapalapa.gob.mx
15-03-07

El comunicado es un texto de información conciso, que informa de una actualidad precisa. Es un instrumento ideal para transmitir una información breve, puntual, rápida. Redactado expresamente para la prensa, está destinado a ser publicado, sea en parte o extenso, en el periódico al que se envía...debe presentar información inédita y pertinente a fin de que el periodista se sienta incitado a transmitirla a sus lectores.³¹

³¹ José Luís Piñuel Raigada, *op. cit.*, p.244.

De acuerdo con las características mencionadas por Salvador Mercado y José Luis Piñuel, el comunicado de prensa elaborado en la coordinación de comunicación social cumple con el formato. Tiene similitud con el boletín informativo, pero este último tiene otra función específica que explicaremos a continuación.

3.4 Boletín informativo

Es una publicación que engloba la información de eventos, programas sociales y acontecimientos importantes que ocurren en la delegación. Es breve no más de una cuartilla, a menos que el tema lo amerite se puede disponer de más espacio.

Este modo de comunicación es un medio ágil para mantener contactos con un grupo de periodistas seleccionado... es una publicación ligera y regular y que proporciona información exclusiva de tipo profesional...sirve para mantener una información continua con cierto número de interlocutores de la prensa profesional.³²

Su estructura es semejante a la nota informativa ya que se compone de cabeza, balazo, cuerpo y remate. Se presenta en forma horizontal y a dos columnas, cumple con la función de informar sobre las acciones directas del delegado o los funcionarios, aquí sí se hace mención particular del nombre de cada uno de ellos, siempre resalta las acciones encaminadas al beneficio social.

El boletín trae mucho más elementos, es más explicativo, trae citas textuales que regularmente parten del jefe delegacional o de algún funcionario que haya dado una entrevista o datos de relevancia, que sea información que se quiere posicionar en los medios de comunicación.³³

El boletín se envía diariamente vía fax e internet, busca posicionar el nombre de la delegación a través de sus funcionarios, maneja la información desde la perspectiva delegacional para generar opinión pública favorable, misma que se encarga de producir acciones de poder a favor del gobierno. Recordemos que la opinión pública es considerada como un proceso por el que se manifiesta el punto de vista de los grupos

³² *Ibíd*, p.252.

³³ Claudia Alcanzar Guzmán. Reportera, (entrevista) 12 de octubre de 2007.

sociales más representativos, que tratan de influir en el pensamiento al entorno social según sus intereses particulares.³⁴

La información de los boletines y de todas las herramientas de la estrategia comunicacional tienen un gran poder, constituyen una parte fundamental para la proyección de algunos servidores públicos que desean mantener una buena imagen para apoyar sus carreras políticas.

Para ejemplificar más sobre el formato de los boletines, en las siguientes páginas se muestran cinco de ellos, que contienen la información más relevante generada durante los primeros seis meses de gobierno de la actual administración en Iztapalapa.

³⁴ Raúl Rivadeneira Prada, *La opinión pública*, México, Trillas, 1992, pp.198,199.



GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL
Delegación Iztapalapa

Coordinación de Comunicación Social



Adriana No.53, Estado Delegacional P. B.
Caj. Barro San Lucas C. P. 06030, México, D. F.
Tel: 04-46 10 08 Fax: 06-80 48 33
E-mail: comunicacion@goztapalapa.gob.mx
horacionimprensa@yahoo.com.mx

"100 Años del Maximato de Venustiano Carranza de la Secretaría de Gobernación"

México, D. F., a 1 de octubre de 2006
BOLETÍN NA 001-2006

**INAUGURA HORACIO MARTÍNEZ MÓDULO DE ATENCIÓN
CIUDADANA EN IZTAPALAPA**

- Luego del acto de entrega-recepción, el nuevo delegado en Iztapalapa realizó su primera acción de gobierno
- Anunció que este lunes dará inicio al plan "Hombro con hombro" para organizar a las asociaciones de padres de familia
- Dijo que sus prioridades serán atender el problema de la escasez de agua, inseguridad y educación

En lo que fue su primera acción de Gobierno y con el propósito de tener una comunicación más directa con la gente, el nuevo Jefe Delegacional en Iztapalapa, Horacio Martínez Meza, inauguró este domingo un módulo de atención ciudadana que está ubicado en la planta baja del edificio central que ocupa la sede delegacional.

Luego de acto de entrega-recepción en la que estuvieron presentes el ex Encargado de Despacho de la Jefatura Delegacional, Ricardo Efraín Ramírez, y la contralora general del Gobierno del Distrito Federal, Bertha Elena Luján, entre otros funcionarios, Martínez Meza ratificó su compromiso de mantener una política de puertas abiertas para atender las necesidades de todos y cada uno de los iztapalapeños.

—00000000—

Boletín No 001-2006, 1 de octubre de 2006
Elaborado por la coordinación de comunicación social de la delegación Iztapalapa.
Disponible en: www.iztapalapa.gob.mx.



GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL
Delegación Iztapalapa
Coordinación de Comunicación Social

2006

Adriana No. 53, Edificio Delegacional P. B.
Col. Barrio San Lucas C. P. 02000, México, D. F.
Tel 54 46 10 00 Fax 56 56 43 33
2006, Más del Bicentenario del Estado de México

Que Dios te Guarde
MÉXICO, D. F., a 11 de noviembre de 2006
BOLETÍN NA 023-2006

SERÁ IZTAPALAPA PUNTA DE LANZA EN APLICACIÓN DE LEY DE SOCIEDADES EN CONVIVENCIA; MARTÍNEZ MEZA

- El Jefe Delegacional anunció que emprenderá una campaña de sensibilización e información para que la ciudadanía conozca a fondo el contenido de esta nueva ley
- Encabezó labores de mantenimiento en el parque ecológico Cuáhuac, considerado el tercer más importante del Distrito Federal después de Kochimilco y el Bosque de Chapultepec

El Jefe Delegacional en Iztapalapa, Herracio Martínez Meza, aseguró que la demarcación será punta de lanza en la aplicación de la Ley de Sociedades en Convivencia recientemente aprobada en lo general en la Asamblea Legislativa del Distrito Federal (ALDF).

Para que los iztapalapeños conozcan a ciencia cierta su contenido, además, se lanzará una campaña de sensibilización e información, además de que el personal de la Dirección General de Jurídica y de Gobierno de la Jurisdicción será capacitado para su correcta aplicación.

En tanto, Martínez Meza encabezó este sábado las labores de mantenimiento en el Parque Ecológico Cuáhuac, considerado el tercer más importante del Distrito Federal después de Kochimilco y el Bosque de Chapultepec, con una superficie total de un millón 425 mil 439 metros cuadrados.

Con el apoyo de aporradamente mil servidores públicos de las siete Direcciones Territoriales y Generales así como vecinos de la zona, Martínez Meza participó en la poda de césped en el área recreativa que tiene una extensión de 548 mil 884 metros.

Para tal efecto, la Delegación Iztapalapa desplegó insensores, camiones de volteo y de calles, además de maquinaria menor como motobombas y diversos herramientas manuales.

La que se pretende, mencionó el Jefe Delegacional, es que los funcionarios de estructura puedan involucrarse en esta tipo de actividades, que de lunes a viernes realizan sus labores normales de oficina pero que los días sábados y domingos se integran de lleno a estas jornadas comunitarias.

"En el caso de este parque, el más grande de nuestra demarcación, debemos iniciar el mantenimiento preventivo para impedir que en la época de estío se pueda convertir en un punto de conflicto, pues ya en otras ocasiones se han registrado incendios aquí", recalcó.

Posteriormente, Martínez Meza supervisó la construcción de un cárcamo de aguas pluviales en la colonia Vicente Guerrero, obra que beneficiará a los habitantes de la Supermanzana número 6 y que estará lista el 31 de diciembre próximo.

En su gira de trabajo visitó el Deportivo Cuáhuac, localizado también en la colonia Vicente Guerrero, donde tiene previsto realizar diversas obras de remodelación en beneficio de la comunidad iztapalapeña, "todos los sábados estamos sellando algún punto de la demarcación para hacer jornada de imagen urbana", recalcó.

PREVENCIÓN DEL DELITO

En la explanada del pueblo de San Lorenzo Tezozocotitlan el 14º Fono Interinstitucional de Prevención al Delito, a la cual asistieron más de 600 personas, quienes además de informarse sobre temas de prevención de adicciones, sexualidad y violencia intramiliar, participaron de una multicolor presentación de talleres típicos.

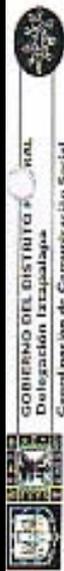
Por medio de talleres, foros de discusión y actividades recreativas, la Delegación Iztapalapa busca ofrecer alternativas de recreación para alejar a los jóvenes de las drogas.

A la par, en la explanada del Jardín Cuáhuac tuvo lugar la 3ª ExpoFeria de Desarrollo Comunitario 2006, donde se expusieron lo realizado en los 43 centros comunitarios y 25 sociales de la delegación.

La exposición se dividió en los siguientes rubros: muestra y venta de manualidades y artes plásticas, prestación de servicios médicos y de medicina alternativa, venta de productos elaborados por amebos mayores, exhibición de actividades deportivas, recreativas y de esparcimiento, capacitación para el trabajo, así como prestación de servicios estéticos.

—0206000—

Boletín No. 023-2006, 11 de noviembre de 2006
Elaborado por la coordinación de comunicación social de la delegación Iztapalapa.
Disponible en: www.iztapalapa.gob.mx



GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL
Delegación Iztapalapa
 Coordinación de Comunicación Social

Avenida N° 63, Edif. Delegación P. B.
 Col. Bardo San Lucas C. P. 06000 México, D. F.
 Tel 54 45 10 01 Fax 50 05 48 93
 *2006, Año del Bicentenario del Volcán del Quetzalcoatl de las Américas,
 Don Benito Juárez García*

México, D. F., a 28 de diciembre de 2006
BOLETÍN NA 60-2006

BUSCARÁ LA DELEGACIÓN IZTAPALAPA A AUTORIDADES FEDERALES PARA DESALOJAR PREDIO TELECOM

- Informa Horacio Martínez que buscará a los titulares de SCT y SSP federal para desalojar a la brevedad al predio ocupado por el Consejo Agrarista Mexicano
- El Gobierno Delegacional no negociará con delincuentes que afectan el patrimonio de la ciudad, advierte

El jefe delegacional en Iztapalapa, Horacio Martínez Meza, anunció que cuando concluya el periodo de fiestas de año nuevo buscará una reunión con autoridades federales para que realicen a la brevedad el desalojo del predio Telecomunicaciones, ocupado por simpatizantes del Consejo Agrarista Mexicano, que dirige Humberto Serrano.

Adelantó que para tal efecto, solicitará una reunión con los titulares de la Secretaría de Seguridad Pública federal y de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, esta última propietaria del terreno de 45 mil metros cuadrados localizado en avenida Telecomunicaciones, entre Periférico y Puente Quemado.

"Nosotros vamos a solicitar una reunión con los titulares de estas dependencias para que, de manera conjunta, podamos ver el momento adecuado para llevar a cabo el desalojo, que se pudiera estar llevando a cabo en el mes de enero", aseguró.

Martínez Meza negó que esta organización tenga algún recurso legal para impedir la actuación de la autoridad, debido a que el juez en la materia sobreseyó el juicio de amparo que interpusieron los invasores y se puede proceder a la desocupación. El mismo caso se registra en el deportivo Lázaro Cárdenas, de la colonia Leyes de Reforma, propiedad del Gobierno del DF, el cual está ocupado por la misma agrupación.

Dijo que al plantear Humberto Serrano la posibilidad de un convenio, busca chantajear a la autoridad y actuar al margen de la ley. Por ello, su gobierno no puede sentarse a negociar con un delincuente, al contrario, seguirá exigiendo la aplicación del Estado de Derecho.

El funcionario afirmó que la serie de invasiones que se registraron a partir del mes de junio de este año en la delegación, además de atentar contra el patrimonio de todos los habitantes de la delegación y la ciudad, implicarían en un futuro la obligación de dar servicios que, como el agua, son escasos para esta jurisdicción y acarrearían más problemas.

Horacio Martínez reñó su compromiso de respeto irrestricto al Estado de Derecho y rechazo a las ocupaciones ilegales, y se pronunció porque los terrenos sean destinados al uso para el cual se tienen originalmente proyectados, como el caso del predio La Montaña, recuperado a finales del mes pasado por el Gobierno del DF, el cual debe ser utilizado para la construcción del Parque Industrial Cabeza de Juárez y la estación de bomberos.

---0000000---

www.iztapalapa.df.gob.mx
 Correo: comunicacionsocial@iztapalapa.gob.mx
iztapalapa.prensa@yaho.com.mx

Boletín No. 060-2006, 28 de diciembre de 2006
Elaborado por la coordinación de comunicación social de la delegación Iztapalapa.
Disponible en: www.iztapalapa.gob.mx



Delegación Iztapalapa
Coordinación de Comunicación Social



Alameda No. 63, Señero Delegacional P. 8
Col. Bardo San Lucas C. P. 06000, México, D. F.
Tel: 54 45 10 00 Fax: 50 85 43 33

México, D. F., a 16 de Marzo de 2007
BOLETÍN 124-2007

CELEBRA IZTAPALAPA LA PRIMERA UNIÓN DE SOCIEDADES DE CONVIVENCIA EN EL DF

- Florencia Antonia Medina y Jorge Cerpa en el acto de registro y la ratificación que formalizó su unión de cuatro años
- Reconocer Horacio Uranga y madre de la actora y exputada local Enné Uranga, impulsores de la Ley de Sociedades de Convivencia

Al dar el primer documento de Ratificación y Registro de la Ley de Sociedades de Convivencia para el Distrito Federal, Antonia y Jorge se convirtieron en la primera pareja del mismo sexo en formalizar su unión en la capital del país al entrar en vigor este día la citada normalidad.

En la explanada de la sede delegacional, la directora General de Jurídica y Gobierno de la delegación Iztapalapa, Martha Serrana Quintana, en cumplimiento de los lineamientos para la Constitución, Modificación y Adición, Ratificación, Registro y Aviso de Terminación de Sociedades de Convivencia, preguntó a los convivientes si era su deseo consumir su unión para establecer un hogar común con voluntad de permanencia, ayuda mutua, con todos los derechos y obligaciones que señala la ley.

Al afirmar con un "sí" su voluntad de unirse, y tras declarar no tener algún impedimento jurídico ni tener un matrimonio, concubinato o sociedad de convivencia previo, José Antonio Medina Trejo y Jorge Gabriel Cerpa Velásquez oficializaron con una firma su sociedad de convivencia. El mismo documento fue signado por los testigos Emilio Álvarez Icaza y Sabina Berman.

El jefe delegacional en Iztapalapa, Horacio Martínez Meza, expresó su reconocimiento a Enné Uranga, exputada local e impulsora de la Ley

de Sociedades de convivencia, cuya entrada en vigor, dijo, demuestra que las sociedades pueden hacerse mejores a sí mismas. Estamos seguros que con la entrada en vigor de esta Ley nuestra ciudad da un paso más en el camino de la libertad, la pluralidad, la equidad, el reconocimiento y la tolerancia. Hoy demostramos que cuando la izquierda gobierna, se hacen leyes más humanas y más dignas".

Martínez Meza agregó que en Iztapalapa hay varias parejas heterosexuales, homosexuales y lesbianas que ejercen su derecho de unirse en sociedad de convivencia, pues ahora quienes desean compartir un techo tienen certeza jurídica porque esta ley es para todos los ciudadanos de la Ciudad de México. "Estoy conciente que personas e instituciones están en desacuerdo con esta ley, pero quiero decirles que esta ley no engendra ningún mal, que su única consecuencia será el ahorro de sufrimiento inútil de seres humanos".

El periodista José Antonio Medina Trejo, uno de los convivientes, señaló que "hoy es un día histórico para Iztapalapa, el Distrito Federal y todo el país, porque se concreta el anhelo de un sector social, la comunidad Lésbica, Gay, Bisexual y Transgénero que históricamente ha sido excluida de derechos como salud, tutela, derechos alimenticios y de herencia cuando han formado una familia. Este día se derrumba una historia de exclusión, este día el amor que no se ahorraba a decir su nombre sale a la luz pública, para decirle a la sociedad que además de ser legítima ahora tendrá derechos y obligaciones".

Jorge Gabriel Cerpa Velásquez, el otro conviviente, dedicó esta unión "a todos aquellos hombres gays que han perdido al ser amado por algún motivo, a todos aquellos hombres que han sido despojados de sus bienes y se les negó la posibilidad de asistir a sus parejas en el lecho de muerte, y a las nuevas generaciones de hombres y mujeres gays que, sin duda, tendrán un ámbito legal más favorable".

El presidente de la Comisión de Gobierno de la Asamblea Legislativa del DF, Víctor Hugo Cingo Vázquez, aseguró que esta unión es el inicio de una nueva etapa en la vida de la ciudad y la sociedad, donde la preferencia sexual y afectiva, o las nuevas formas de relación familiar ya no serán obstáculo para que las personas puedan tener derechos y beneficios que derivan de la ley. Sin embargo, a pesar de aceptar que la puesta en marcha de la Ley de Sociedades de Convivencia es un avance significativo no es el último paso, pues hay que seguir adelante para ampliar los derechos establecidos en la ley.

Boletín No. 124-2007., 16 de marzo de 2007
Elaborado por la coordinación de comunicación social de la delegación Iztapalapa.
Disponible en: www.iztapalapa.gob.mx.



Delegación Iztapalapa
Coordinación de Comunicación Social



Aljama No. 61, Edificio Delegacional P. B.
Col. Bama San Lucas C. P. 01000 México, D. F.
Tel: 54 45 10 08 Fax: 56 85 48 33
México, D. F., a 6 de abril de 2007
BOLETÍN 140-2007

CONCLUYE CON SALDO BLANCO LA REPRESENTACIÓN DEL VIERNES SANTO EN IZTAPALAPA

- La Coordinación General de Seguridad Pública registró una afluencia de dos millones de visitantes durante la celebración de Semana Santa.
- Esta tarde concluye la CLXIV Representación del Via Crucis con la escenificación de la Resurrección de Jesucristo y la "Quema de Judas"

Con saldo blanco concluyó la celebración del Viernes Santo en Iztapalapa en el marco de la CLXIV Representación de la Pasión de Cristo. Entre Domingo de Ramos, Jueves y Viernes Santos, se registró una afluencia superior a los dos millones de personas, de acuerdo con datos de la Coordinación General de Seguridad Pública.

El jefe delegacional de Iztapalapa, Horacio Martínez Meza, informó en conferencia de prensa que tan sólo este viernes hubo en la explanada del Jardín Cultural, frente de la Pasión en el Cerro de la Estrella y en los recorridos pre-blanco, aproximadamente un millón 400 mil personas, 500 mil al Jueves y 100 mil el sábado Domingo de Ramos.

Los cuorcos de emergencia atendieron durante los tres días a mil 200 personas principalmente nazareños, que sufrieron heridas abrasivas, hipotermia, laceraciones e insolación, sin que en ninguno de los tres días se haya requerido realizar algún traslado a alguno de los 10 hospitales de la red de salud que participaron en el dispositivo.

Los heridos fueron atendidos por personal de los servicios médicos colegiados y diversos cuerpos de emergencia como la Cruz Roja Mexicana, la Secretaría de Salud y Asistencia, el Escuadrón de Rescate y Vigilancia Médica (ERUM), la Caja de Previsión de la SSP, URSE y grupos voluntarios. Asimismo, este día se entregaron 65 mil 900 apoyos de hidratación en los tres módulos instalados en la explanada del Jardín Cultural y el Cerro de la Estrella. Esto implica que durante los tres días se entregaron más de 77 mil 500 botellas de líquido para hidratación de los asistentes.

La Coordinación General de Seguridad Pública informó que aproximadamente dos mil elementos de la Secretaría de Seguridad Pública del Distrito Federal y policías Delegacional de Iztapalapa y Auxiliar del DF brindaron seguridad a los asistentes. Tampoco se tiene reportes de delitos durante los tres días del evento.

Por lo que respecta a la aplicación de la Ley Seca, la Coordinación de Verificación y Reglamentos informó que no detectó venta de bebidas alcohólicas en establecimientos comerciales ni puestos semifijos. Tampoco hubo decimio de juegos electrónicos gracias a la supervisión que realizó la Coordinación de Mercados y Via Pública delegacional.

Además, para garantizar el suministro de agua potable estuvieron funcionando 4 faneos en la explanada delegacional, en la Iglesia de "La Cueva" y en el predio de "La Pasión de Cristo", a los que se surtieron 195 mil litros del líquido. También se realizó el riego de 250 toneladas de basura, 600 de escorbido, el desazolve de 120 metros lineales de drenaje, entre otros accesorios.

En total, para este CLXIV Representación de la Pasión de Cristo, que se celebrará del 1 al 7 de abril la delegación Iztapalapa destinará un poco más de 10 millones 368 mil pesos en apoyos de logística, alimentación, materiales, impresos sanitarios, bancos artísticos, hidratación, entre otros, así como a las áreas que se desarrollan con motivo de esta importante tradición y que se desarrollan más adelante.

Es de destacar que con apoyo de la Secretaría de Turismo se contó con la presencia de 90 visitantes nacionales y extranjeros así como representaciones de las embajadas de Argentina, República Checa y Estonia, lo cual forma parte de un programa de esta administración que busca desarrollar el potencial turístico de Iztapalapa.

Es importante mencionar también que de manera paralela a la representación del Via Crucis se realizaron en las siete Direcciones Territoriales de la delegación eventos artísticos y culturales, charlas de lecto y proyección de documentales afines a la celebración de la Semana Santa.

La CLXIV Representación del Via Crucis en Iztapalapa culminará mañana sábado, con la escenificación de la Resurrección de Jesucristo a partir de las 20:00 horas, así como el rescate de la tradicional Quema de Judas, que hasta muchos años no se realizaba en Iztapalapa.

---0000000---

Este boletín lo puedes consultar en: www.iztapalapa.gob.mx
Correo: comunicacion@iztapalapa.gob.mx
iztapalapaprensa@yahoo.com.mx

Boletín No. 140, 6 de abril de 2007.
Elaborado por la coordinación de comunicación social de la delegación Iztapalapa.
Disponible en: www.iztapalapa.gob.mx.

Desde el año 2000 cuando se inició la elección para el cargo de jefe delegacional, en Iztapalapa se ha mantenido la corriente perredista. Justamente la estrategia de comunicación que se emplea pretende mantener esta tendencia mediante mecanismos que mejoren la imagen pública del PRD. Se procura colocar la información positiva sobre el delegado en los principales medios periodísticos, tratando de buscar siempre líderes de opinión que influyan en la forma de actuar y pensar de la sociedad, a favor del gobierno delegacional.

El perfil de un líder de opinión,³⁵ debe de ser el de una persona bien informada que actúa como modelo para los demás, con prestigio, trayectoria reconocida y una personalidad carismática que cause simpatía y confiabilidad con su público para lograr intervenir en su opinión.

3.5 Cobertura y eventos en la delegación Iztapalapa

Como complemento de la estrategia de comunicación, se encuentran los eventos delegacionales, para organizarlos de forma adecuada se necesitan ejecutar las etapas: planeación, organización, dirección y control, empleadas en la administración de una empresa. En este caso, estas fases se han adecuado a una institución gubernamental, enfocada a la propaganda política.

Durante los primeros seis meses de gobierno, la delegación realizó eventos importantes, cada uno cumplió con el objetivo de atraer la atención de los habitantes de Iztapalapa y de los medios de comunicación que acudieron a la cobertura, siempre en busca de una perspectiva diferente a la habitual, estos acontecimientos fueron:

- La primera unión de Ley de Sociedades de Convivencia.
- La conferencia de prensa de la CLXIV representación de la pasión de Cristo.
- La representación CLXIV de la Semana Santa.

El 16 de marzo de 2007, día en que entró formalmente en vigor la Ley de Sociedades de Convivencia, Iztapalapa fue sede de la primera unión de parejas del

³⁵ *Ibíd*, p.127.

mismo sexo, los contrayentes Antonio Medina y Jorge Cerpa tuvieron como testigos de honor a Emilio Álvarez Icaza, presidente de la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal y a Sabina Berman, dramaturga y periodista. Se contó con la presencia de Víctor Hugo Círigo Vázquez, presidente de la Comisión de Gobierno de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal; Horacio Martínez Meza, jefe delegacional en Iztapalapa, funcionarios de la delegación y medios de comunicación.



Primera Unión de Sociedades de Convivencia. 16-03-07
Jorge Cerpa y Antonio Medina



Sabina Berman, Antonio Medina, Horacio Martínez Meza,
Victor Hugo Cirigo y Jorge Cerpa. 16-03-07



Antonio Medina, Horacio Martínez Meza, Emilio Álvarez Icaza, Víctor Hugo Cirigo y Jorge Cerpa.16-03-07

Los medios de comunicación fueron seleccionados de acuerdo con su nivel comercial, sólo los más representativos o populares fueron invitados a cubrir el evento. Se les asignó lugares preferenciales a los costados de la mesa donde se realizó la ceremonia.



Con motivo de la celebración de la CLXIV representación de la pasión de Cristo, se realizó una conferencia de prensa el 22 de marzo de 2007. Estuvieron presentes el jefe delegacional Horacio Martínez Meza, funcionarios y el Comité Organizador de la Semana Santa A.C. La conferencia se efectuó en el Museo del Fuego Nuevo, ubicado en la carretera Escénica al Cerro de la Estrella s/n, colonia Ampliación Veracruzana. Ahí se dio a conocer la logística empleada para la realización de la Semana Santa, el evento más tradicional en la demarcación. Los temas abordados fueron: el recorrido, el turismo, la seguridad pública, las vialidades, el comercio, los recursos humanos, materiales, financieros y el proyecto de creación del Museo de la Pasión.



Conferencia de prensa previo a la Semana Santa. 22-03-07
Jefe delegacional en Iztapalapa Horacio Martínez Meza,
funcionarios delegacionales, al fondo actores de la representación
y miembros del Comité Organizador de Semana Santa A.C

El gobierno delegacional tiene como objetivo impulsar nacional e internacionalmente la difusión de la celebración de la semana Santa. Para reactivar el turismo, generar fuentes de empleo y mayor ingreso de recursos económicos para la delegación, se realizaron negociaciones con agencias de viajes, que incluyeron entre sus paquetes la visita a Iztapalapa durante la Semana Santa.

Iztapalapa es un pueblo de tradiciones arraigadas, muestra de la identidad y cultura manifestada a través de los tiempos. El gobierno delegacional trabaja en conjunto con la comunidad para preservar las tradiciones.



Nota publicada en el periódico delegacional
No.1, enero/febrero 2007

Finalmente, el evento más relevante durante los primeros seis meses de gobierno fue la CLXIV Representación de la Pasión de Cristo realizada del 1º al 7 de abril de 2007.

Como resultado de la primera representación de la Semana Santa durante la administración de Horacio Martínez Meza en 2007, la Secretaría de Turismo, en colaboración con operadores del ramo, reportaron noventa visitantes especiales, entre nacionales y extranjeros procedentes de Costa Rica, Canadá y Estados Unidos. Además se contó con la presencia de representantes de las embajadas de Rumania, Manuela Volpe y de Palestina, Said Hamad,³⁶ los turistas recibieron atención especial y lugares preferenciales, con gradas techadas que los protegían del clima, disfrutaron del evento en compañía del delegado.

Durante esos días, la coordinación de comunicación social instaló la sala de prensa donde se atendió personalmente a los reporteros que asistieron a la cobertura del evento; se les proporcionó transporte, computadoras, impresoras, teléfonos, fax, alimentos y bebidas.

³⁶ S/A, *365 días ¡por Iztapalapa!*, México, delegación Iztapalapa, 2007, p.65.



Representación de la Pasión de Cristo
en Iztapalapa, abril de 2007

Al igual que en otros eventos, se dio preferencia a ciertas empresas, en esta ocasión y como todos los años Televisa y TV Azteca tuvieron espacios amplios y estratégicos para colocar sus equipos de trabajo que incluían grúas para facilitar tomas aéreas de lo que acontecía en el Cerro de la Estrella. Las otras empresas tuvieron acceso, pero cada reportero tenía que buscar la manera de llegar al lugar donde mejor se acomodara. A las empresas poco reconocidas el área de comunicación social no les asignó su acreditación y por tanto no les facilitó el acceso.

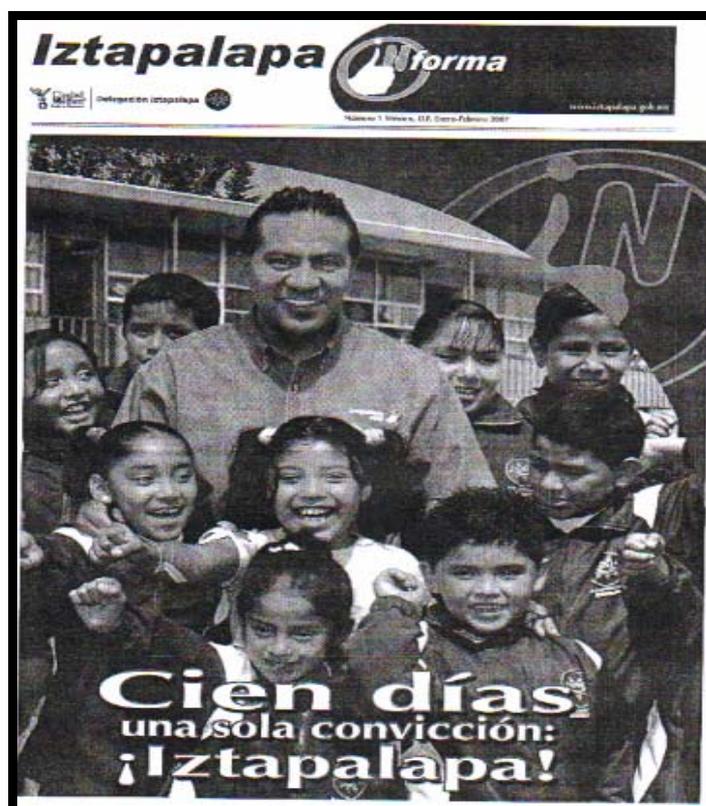
Comunicación social fue la encargada del diseño y la elaboración de todo el material que se distribuyó a los medios de comunicación; de seleccionar a las empresas informativas y de facilitar las acreditaciones de los reporteros de la fuente, que desde tres meses antes las habían solicitado.



Material informativo de semana Santa
abril 2007

Cada evento organizado por la delegación funciona como una forma de interactuar e incluir a la sociedad en asuntos públicos ya sea de cultura, deporte, entretenimiento, recreación o salud. Es un espacio que se da para la participación ciudadana, que busca la identificación de la comunidad con la imagen institucional de la delegación y se refuerza a través de la estrategia comunicacional.

Una herramienta más de la estrategia de comunicación de la delegación Ixtapalapa, es el periódico delegacional, realizado por la coordinación de comunicación social y del que en el siguiente capítulo se muestra su función y estructura.



Capítulo 4

*Iztapalapa  forma:
periódico delegacional*



4. IZTAPALAPA INFORMA: PERIÓDICO DELEGACIONAL

En este último capítulo describimos el actual periódico delegacional “Iztapalapa iNforma” que es parte de la estrategia de comunicación en Iztapalapa ya que es la principal acción en comunicación externa con la sociedad y cuyos objetivos son informar y reforzar la imagen institucional.

El periódico pretende ser un medio positivo de comunicación, un canal constructivo que apoye sustancialmente la imagen de la institución y la dé a conocer más ampliamente. Todos los artículos que se publiquen serán elaborados por el personal de la organización con lo cual se procura encontrar un vehículo adecuado para la transmisión de ideas, demandas, inquietudes y necesidades.³⁷

El periódico delegacional es difusor de las acciones de gobierno, y desde administraciones anteriores se elabora en la delegación Iztapalapa, ha tenido diversas modificaciones, cada jefe delegacional es libre de manejar la estructura e información periodística como más le convenga.

En el año 2000, en la gestión de René Arce, surgió el periódico “Tu voz en Iztapalapa” realizado por la Coordinación de Asesores. En 2003 antes de terminar su gobierno, Arce abandonó el cargo y José Luis Morúa lo sustituyó, esto trajo un informativo sin nombre, parecido a un informe de gestión.

En el 2003 bajo la administración de Víctor Hugo Círiga se creó “Diálogos en Iztapalapa”, luego de abandonar el cargo, Ricardo Evía Ramírez lo sucedió como suplente, poco antes de terminar su gestión Ricardo Evía realizó dos números del periódico, el último fue publicado en octubre de 2006. Con esto finalizaba su corta administración y daba paso al nuevo gobierno de Horacio Martínez Meza.

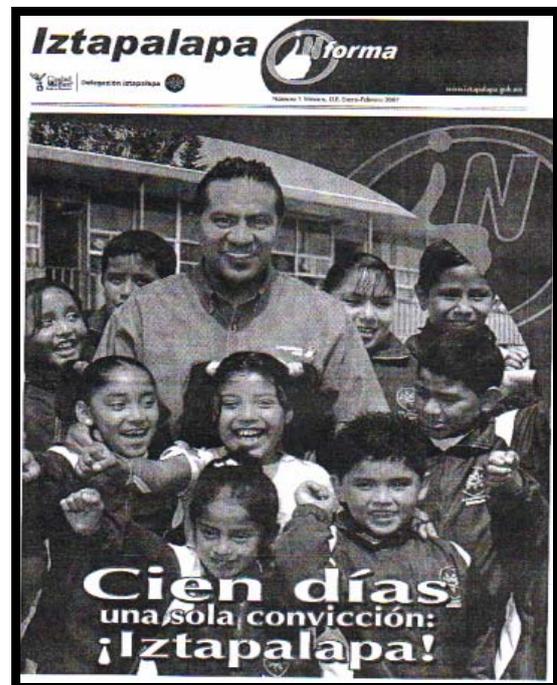
“Diálogos en Iztapalapa” en sus dos últimas publicaciones ya era realizada por el área de comunicación social, se enfocaba más a la información que al diseño, contrariamente a “Iztapalapa iNforma” que se centra más en la imagen que en la información.

³⁷ Carlos G. Ramos Padilla, *La comunicación: un punto de vista organizacional*, México, Trillas, 1991, p.42.

Ejemplo del periódico delegacional “Diálogos en Iztapalapa” en su último número y primer número de “Iztapalapa iNforma”.



Portada de “Diálogos en Iztapalapa, No.2 bajo la administración del Lic. Ricardo Evía Ramírez Octubre 2006



Portada de “Iztapalapa- iNforma”, No. 1 bajo la administración del Lic. Horacio Martínez Meza Enero 2007

Como instrumento difusor de la propaganda política...el periódico influye poderosamente sobre las conductas, así como en las actitudes y generalmente su tendencia está orientada a reforzar los valores ideológicos del sistema...decimos que se trata de un instrumento político y comercial porque ningún informativo impreso puede existir en sistemas como el nuestro sin definir sus preferencias ideológicas.³⁸

Las funciones principales de “Iztapalapa iNforma” son impulsar la comunicación y apoyar la creación de una correcta imagen institucional, trata de llegar, por una parte, a los trabajadores de la delegación y, por la otra, a los ciudadanos para integrarlos al proyecto informativo y fomentar una opinión favorable.

Es imprescindible conocer lo más profunda y completamente posible a las personas con las que nos vamos a comunicar. Necesitamos adecuar el lenguaje a la realidad, al nivel cultural, etc., del receptor tanto en nuestra intención como en el contenido de los mensajes.³⁹

4.1 Diseño actual

Los periódicos convencionales organizan la información por secciones: nacional, internacional, política, finanzas, cultura, deportes y espectáculos. Asimismo recurren a los géneros periodísticos informativos y de opinión. Otros elementos de presentación son: el formato, la tipografía, la fotografía, la distribución del texto y los colores empleados en cada diseño.

Actualmente los formatos universales⁴⁰ de tamaño para los periódicos son:

- Tamaño grande o *página modelo*, a ocho columnas, 50 centímetros de ancho y 55 de largo.
- Tamaño mediano o *tabloide*, a cinco columnas de ancho y 38 centímetros de largo.

“Iztapalapa iNforma” es una publicación política, su contenido transmite únicamente las acciones relevantes del delegado. Pero, ¿cómo se realiza la producción de este impreso?

³⁸ *Ibíd*, p.18.

³⁹ *Ibíd*, p.44

⁴⁰ Jorge Calvimontes y Calvimontes, *El periódico*, México, Trillas, 1983, p.52.

Primero, el delegado presenta propuestas al área de prensa de comunicación social sobre los temas que serán abordados. Esta área asigna a los reporteros, los eventos que organiza la delegación y actualizan el archivo fotográfico.

Una vez realizado el evento, el jefe de información supervisa la elaboración y la redacción de las notas. Cuando las notas están listas, el área de diseño trabaja en la forma de distribución del texto, la tipografía y las imagen que se van a incluir, se necesita la aprobación del delegado para su impresión.

El área de administración gestiona los recursos materiales y financieros requeridos para la publicación.

Una vez listo el borrador, el jefe delegacional lo aprueba o no, según su criterio. Ya con el visto bueno, pasa a la imprenta para su reproducción, de donde salen cien mil ejemplares para el tiraje.

Concebimos el periódico como un conjunto de mensajes implícitos y estructurados, expresión del sistema de valores de un grupo determinado; sistema que defiende los intereses de dicho grupo y da origen a comportamientos prescritos frente a determinados problemas sociales, económicos o políticos.⁴¹

A través del periódico delegacional se busca impulsar mecanismos que acerquen al gobierno con la población de Iztapalapa y fomenten una relación estrecha, como una forma de comunicación grupal unidireccional, donde sólo el gobierno comunica la información que quiere dar a conocer.

El periódico delegacional tiene el formato tabloide, mide 39 centímetros de largo y 29 centímetros de ancho y es de cinco columnas, estas medidas no varían.

Tenemos una estructura que es a cinco columnas y los márgenes obviamente se respetan igual que las plecas, la tipografía y las cabezas, tratamos de darles cierto estilo definido a menos que sea un evento especial.⁴²

Actualmente la periodicidad de esta publicación es mensual, aunque en sus dos primeros números fue bimestral. El primer número se publicó en enero de 2007 y el siguiente dos meses después.

⁴¹ Fátima Fernández Christlieb, op cit, p.33.

⁴² Evelyn Quintanilla. Diseñadora, (entrevista) 9 de noviembre de 2007.

El periódico es entre todos los útiles de comunicación el más utilizado. Su periodicidad varía en función del volumen de la "información de actualidad" que se va a difundir y sobre todo del presupuesto y de la composición del equipo de redacción.⁴³

La publicación actual es parte importante de la estrategia en materia de comunicación, funciona como cartelera de los eventos próximos a realizarse en la delegación.

Los tres grandes cometidos del periódico generalmente reconocidos son los de informar, motivar e integrar. En consecuencia como dispositivo mediador de comunicación cumple en su conjunto una función dominante de mediación social.⁴⁴

El primer número de este órgano informativo se estructuró de octubre de 2006 a diciembre de ese mismo año y se publicó en enero de 2007. El tema principal fueron los primeros cien días de gobierno en la jefatura delegacional. Se destacaron las principales acciones positivas efectuadas hasta ese momento.

El periódico delegacional utiliza una diagramación caracterizada por sus grandes titulares, abundancia de color, fotografías de gran tamaño y poca información. Cuando ya se tiene bien definido el estilo se utilizan plantillas que facilitan el trabajo para mantener congruencia en cada edición.

Alan Swann,⁴⁵ señala que el elemento de diseño que obviamente sigue a un título es el texto, convirtiéndose en el elemento más convencional. El texto debe utilizar la retícula para crear uniformidad de composición mediante la forma como se disponga.

La tipografía de los textos se utiliza como un elemento visual importante en la primera plana, el equipo de diseño maneja el tipo y tamaño de la letra variada, pero en los títulos de las notas se utiliza AG Boock, Minion Bold y el tamaño varía en cada publicación, para el cuerpo de las notas se utiliza Minion regular en tamaño 11 y las numeralias se manejan en tipo swiss regular, se diseñan en el programa de Corel Draw 10.

El periódico delegacional tiene como regla específica, que en el margen superior de la portada se coloquen los datos generales como: nombre, membretes del Distrito

⁴³ José Luis Piñuel Raigada, *op.cit*, p.110.

⁴⁴ *Ibíd*, p.110.

⁴⁵ Alan Swann. *Como diseñar retículas*, México, G. Gilí, 1990, p. 20.

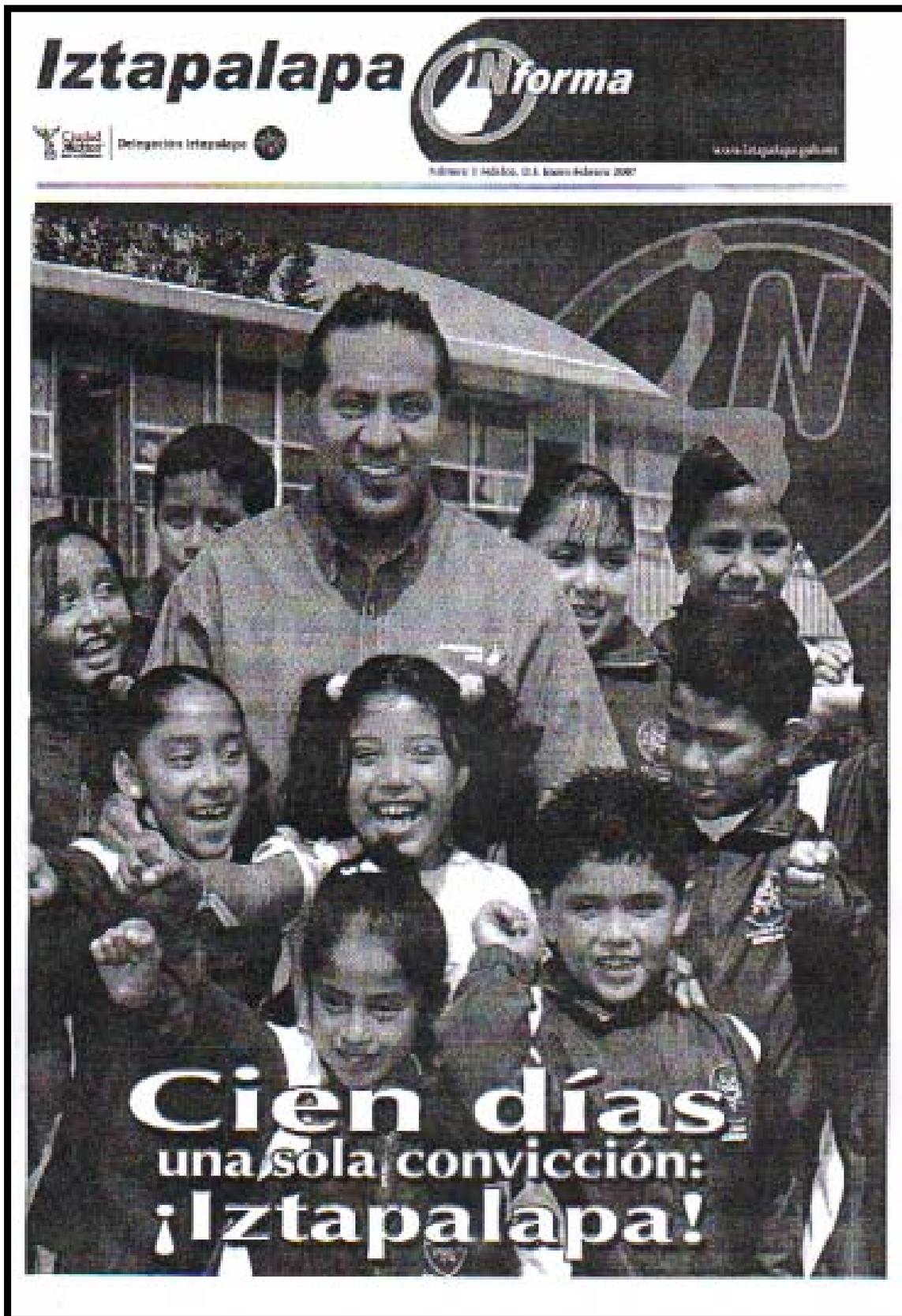
Federal y delegacional, número, lugar, fecha y dirección electrónica. En el centro se coloca la imagen fotográfica seleccionada y en la parte inferior se ubica la cabeza de la nota principal, siempre respetando los márgenes. Al interior del periódico está toda la información acompañada de gráficos, apoyo del diseño que refuerza la imagen delegacional.

Todos los periódicos siguen el estilo propio <<de la casa>>, de forma que hasta el estilo de los caracteres y su tamaño están rígidamente determinados...Tanto las hojas informativas como los periódicos se apoyan en la manipulación sutil de la tipografía y de los recursos gráficos.⁴⁶

Como ejemplo del diseño actual del periódico delegacional se muestra el primer número publicado. En la portada se ve la imagen del jefe delegacional acompañado por niños de educación básica vestidos con los uniformes repartidos durante su administración, debajo de la imagen del delegado se puede leer: “Cien días una sola convicción: ¡Iztapalapa!”, hace referencia a las acciones emprendidas en los primeros cien días de gobierno.

⁴⁶ *Ibíd*, p.80.

Ejemplo del periódico "Iztapalapa iNforma"



Portada del periódico delegacional Iztapalapa-iNforma. No.1, enero/febrero 2007
Elaborado por la Coordinación de Comunicación Social de la delegación Iztapalapa

100 días

Renovando
la forma de hacer gobierno

Contenido

Editorial: 100 días renovando la forma de hacer gobierno. 1

Comunicación Social: 11

Comunicación Social: 12

Comunicación Social: 13

Comunicación Social: 14

Comunicación Social: 15

Comunicación Social: 16

Comunicación Social: 17

Comunicación Social: 18

Comunicación Social: 19

Comunicación Social: 20

Comunicación Social: 21

Comunicación Social: 22

Comunicación Social: 23

Comunicación Social: 24

Comunicación Social: 25

Comunicación Social: 26

Comunicación Social: 27

Comunicación Social: 28

Comunicación Social: 29

Comunicación Social: 30

Comunicación Social: 31

Comunicación Social: 32

Comunicación Social: 33

Comunicación Social: 34

Comunicación Social: 35

Comunicación Social: 36

Comunicación Social: 37

Comunicación Social: 38

Comunicación Social: 39

Comunicación Social: 40

Comunicación Social: 41

Comunicación Social: 42

Comunicación Social: 43

Comunicación Social: 44

Comunicación Social: 45

Comunicación Social: 46

Comunicación Social: 47

Comunicación Social: 48

Comunicación Social: 49

Comunicación Social: 50

Comunicación Social: 51

Comunicación Social: 52

Comunicación Social: 53

Comunicación Social: 54

Comunicación Social: 55

Comunicación Social: 56

Comunicación Social: 57

Comunicación Social: 58

Comunicación Social: 59

Comunicación Social: 60

Comunicación Social: 61

Comunicación Social: 62

Comunicación Social: 63

Comunicación Social: 64

Comunicación Social: 65

Comunicación Social: 66

Comunicación Social: 67

Comunicación Social: 68

Comunicación Social: 69

Comunicación Social: 70

Comunicación Social: 71

Comunicación Social: 72

Comunicación Social: 73

Comunicación Social: 74

Comunicación Social: 75

Comunicación Social: 76

Comunicación Social: 77

Comunicación Social: 78

Comunicación Social: 79

Comunicación Social: 80

Comunicación Social: 81

Comunicación Social: 82

Comunicación Social: 83

Comunicación Social: 84

Comunicación Social: 85

Comunicación Social: 86

Comunicación Social: 87

Comunicación Social: 88

Comunicación Social: 89

Comunicación Social: 90

Comunicación Social: 91

Comunicación Social: 92

Comunicación Social: 93

Comunicación Social: 94

Comunicación Social: 95

Comunicación Social: 96

Comunicación Social: 97

Comunicación Social: 98

Comunicación Social: 99

Comunicación Social: 100



En los próximos días, en la página editorial, se presentará un programa de trabajo que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de los habitantes de esta delegación. Este programa incluye acciones de carácter social, cultural, deportivo y recreativo, así como acciones de carácter económico y empresarial. El programa será presentado en un foro público que se llevará a cabo el día 15 de febrero de 2007, en el salón de actos de la delegación. Este foro será abierto a todos los habitantes de la delegación y se llevará a cabo de 10 a 14 horas.

El programa de los próximos 100 días de Gobierno comienza con el programa de los próximos 100 días de Gobierno. Este programa tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de los habitantes de esta delegación. Este programa incluye acciones de carácter social, cultural, deportivo y recreativo, así como acciones de carácter económico y empresarial. El programa será presentado en un foro público que se llevará a cabo el día 15 de febrero de 2007, en el salón de actos de la delegación. Este foro será abierto a todos los habitantes de la delegación y se llevará a cabo de 10 a 14 horas.

Este programa de los próximos 100 días de Gobierno tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de los habitantes de esta delegación. Este programa incluye acciones de carácter social, cultural, deportivo y recreativo, así como acciones de carácter económico y empresarial. El programa será presentado en un foro público que se llevará a cabo el día 15 de febrero de 2007, en el salón de actos de la delegación. Este foro será abierto a todos los habitantes de la delegación y se llevará a cabo de 10 a 14 horas.

Este programa de los próximos 100 días de Gobierno tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de los habitantes de esta delegación. Este programa incluye acciones de carácter social, cultural, deportivo y recreativo, así como acciones de carácter económico y empresarial. El programa será presentado en un foro público que se llevará a cabo el día 15 de febrero de 2007, en el salón de actos de la delegación. Este foro será abierto a todos los habitantes de la delegación y se llevará a cabo de 10 a 14 horas.

Cambia jefe delegacional la forma de gobernar

El jefe delegacional, Francisco Mota, anunció en un mensaje televisado a más de mil 100 personas, el inicio de su mandato por octubre, febrero, junio y agosto, durante la primera 100 días de gobierno. La ceremonia dio inicio con la participación de algunos representantes de las diversas delegaciones.

En el acto, se tomaron en cuenta los deseos de los habitantes de esta delegación por la inversión, desarrollo del jefe delegacional. Este con el objetivo de dar una nueva imagen de nuestra delegación.

1500
participación activa de los delegados en la delegación de Iztapalapa y delegaciones vecinas.

55
participación por estudiantes, maestros, padres y alumnos.

Motivado, Mota también invitó a todos los habitantes de esta delegación a participar en las acciones y actividades de la delegación.

La primera acción de gobierno de la nueva administración, el 15 de febrero de 2007.



Cinco programas para mejorar tu vida

Plan Hombro con Hombro por nuestras hijas

100 días



La forma de hacer gobierno

Desde los centros de atención al niño delegacional Hombro con Hombro hasta centros urbanos e incluso en la delegación, por una vida digna de la infancia se promueven programas de atención y desarrollo en el desarrollo de la infancia hacia los sistemas de atención y cuidado.

Por ello, con el Plan Hombro con Hombro... por nuestra hija, se crearon y actualizó de otros programas: Contacto 60, Apoyo Escolar, Escuela Segura, Sendero Seguro, Escuelas Seguras, Escuelas Seguras, Escuelas Seguras, Escuelas Seguras.



CONTACTO 60

Con esta iniciativa benefició del Plan Hombro con Hombro a 60 niñas con problemas de aprendizaje en los centros de atención de la delegación. Con esta iniciativa se promueve el desarrollo de las niñas beneficiarias a través de la atención en los centros de atención de la infancia de la delegación para recibir atención y desarrollo.



APOYO ESCOLAR

Apoyo Escolar es un programa que brinda apoyo a las niñas con problemas de aprendizaje en los centros de atención de la delegación. Con esta iniciativa se promueve el desarrollo de las niñas beneficiarias a través de la atención en los centros de atención de la infancia de la delegación para recibir atención y desarrollo.

ESTUDIAR ESTÁ IN

Este programa busca promover que las niñas con problemas de aprendizaje en los centros de atención de la delegación puedan estudiar en los centros de atención de la infancia de la delegación para recibir atención y desarrollo.

ESCUELA SEGURA, SENDERO SEGURO

Con esta iniciativa se promueve que las niñas con problemas de aprendizaje en los centros de atención de la delegación puedan estudiar en los centros de atención de la infancia de la delegación para recibir atención y desarrollo.



EL DEPORTE ESTÁ IN

Con el Plan Hombro con Hombro se promueve que las niñas con problemas de aprendizaje en los centros de atención de la delegación puedan participar en actividades deportivas en los centros de atención de la infancia de la delegación para recibir atención y desarrollo.



Apoyo a quien más lo necesita



El programa de apoyo a quien más lo necesita... se promueve que las niñas con problemas de aprendizaje en los centros de atención de la delegación puedan recibir atención y desarrollo en los centros de atención de la infancia de la delegación para recibir atención y desarrollo.

Este programa busca promover que las niñas con problemas de aprendizaje en los centros de atención de la delegación puedan recibir atención y desarrollo en los centros de atención de la infancia de la delegación para recibir atención y desarrollo.



Enero/febrero 2007 3

100 días



La forma de hacer gobierno

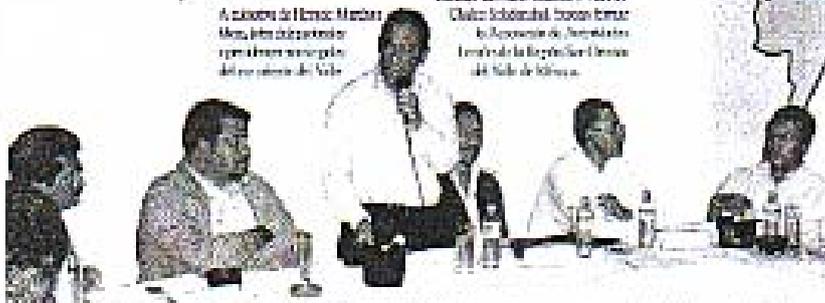
Autoridades locales, se unen por el bien común

Por apoyo la constitución de una comisión de trabajo de la delegación de Iztapalapa, que tiene como objetivo trabajar con el Comité de Gestión de Obras y Servicios, para el desarrollo de proyectos de infraestructura y obras de mantenimiento en las zonas de San Juan y San Mateo, en la delegación de Iztapalapa, que tiene como objetivo trabajar con el Comité de Gestión de Obras y Servicios, para el desarrollo de proyectos de infraestructura y obras de mantenimiento en las zonas de San Juan y San Mateo, en la delegación de Iztapalapa.

de Iztapalapa, en la Comisión de Gestión de Obras y Servicios de la Ciudad de México, para el desarrollo de proyectos de infraestructura y obras de mantenimiento en las zonas de San Juan y San Mateo, en la delegación de Iztapalapa.

Los jefes delegacionales de Iztapalapa, Miguel Ángel Téllez, y representantes de la Comisión de Gestión de Obras y Servicios, para el desarrollo de proyectos de infraestructura y obras de mantenimiento en las zonas de San Juan y San Mateo, en la delegación de Iztapalapa.

A cargo de Héctor Méndez, jefe de la delegación de Iztapalapa, se realizó una reunión de trabajo con los representantes de la delegación de Iztapalapa.



Reunión de trabajo de la delegación de Iztapalapa con el Comité de Gestión de Obras y Servicios de la Ciudad de México.



Más recurso para Iztapalapa



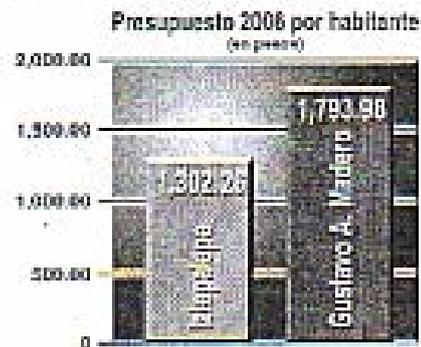
Con el apoyo de la delegación de Iztapalapa, se realizó una reunión de trabajo con el Comité de Gestión de Obras y Servicios de la Ciudad de México, para el desarrollo de proyectos de infraestructura y obras de mantenimiento en las zonas de San Juan y San Mateo, en la delegación de Iztapalapa.

El presupuesto para Iztapalapa en 2006 es de 1,793.98 millones de pesos, lo que representa un aumento del 10 por ciento con respecto al presupuesto de 2005.

Con el apoyo de la delegación de Iztapalapa, se realizó una reunión de trabajo con el Comité de Gestión de Obras y Servicios de la Ciudad de México, para el desarrollo de proyectos de infraestructura y obras de mantenimiento en las zonas de San Juan y San Mateo, en la delegación de Iztapalapa.

A pesar de las limitaciones presupuestales, se lograron obtener recursos adicionales para la delegación de Iztapalapa, lo que permitirá el desarrollo de proyectos de infraestructura y obras de mantenimiento en las zonas de San Juan y San Mateo, en la delegación de Iztapalapa.

El presupuesto para Iztapalapa en 2006 es de 1,793.98 millones de pesos, lo que representa un aumento del 10 por ciento con respecto al presupuesto de 2005.



Iztapalapa, polo de desarrollo económico

100 días



La forma de hacer gobierno

Los 8 Barrios

gestión de zonas de vivienda

Estado de la Nación

Con una superficie construida de 41,000 m², este estado tiene, además de la zona Iztapalapa, 100,000 metros cuadrados de terrenos para

el sector nacional e internacional para el desarrollo de todo tipo de proyectos de la Federación de los Estados de México y la intención de esta institución pública.

Microplanta Calibhuac

La Microplanta Calibhuac, ubicada en 20 mil m², tendrá una capacidad para el cultivo de frutas y verduras, así como de plantas ornamentales.

generar un flujo de trabajo. Además, se instalarán sistemas de riego que permitan el cultivo de plantas ornamentales.

Plan Estatal de Desarrollo

Con la creación de una comisión de trabajo por el IMPT y la Secretaría de Planeación, se busca promover el programa "Crecimiento y Empleo en el Estado", con la finalidad de promover la buena gestión de los recursos públicos en favor de las personas y generar un nuevo paradigma.

Urbano del Centro de la Estrella

Con el fin de mejorar el nivel de vida de los habitantes de esta zona, se busca promover el desarrollo urbano y social de la zona, así como la creación de espacios públicos y recreativos.

Se proyecta el desarrollo de un sistema de transporte público que permita mejorar la movilidad de los habitantes de la zona.

El objetivo es mejorar el nivel de vida de los habitantes de esta zona, así como la creación de espacios públicos y recreativos.



Remodelación del Auditorio Quetzalcóatl

Con el objetivo de mejorar la calidad de los servicios ofrecidos al público, se busca remodelar el Auditorio Quetzalcóatl, así como mejorar el nivel de vida de los habitantes de esta zona.

El objetivo es mejorar el nivel de vida de los habitantes de esta zona, así como la creación de espacios públicos y recreativos.

El objetivo es mejorar el nivel de vida de los habitantes de esta zona, así como la creación de espacios públicos y recreativos.

Buscan reconocimiento de la UNESCO para Semana Santa

El gobierno delegacional de Iztapalapa, en colaboración con el Comité Organizador de la Semana Santa en el Valle de México, ha solicitado el reconocimiento de la UNESCO para la Semana Santa en Iztapalapa.

El Ayuntamiento de Iztapalapa ha solicitado el reconocimiento de la UNESCO para la Semana Santa en Iztapalapa, así como la creación de espacios públicos y recreativos.

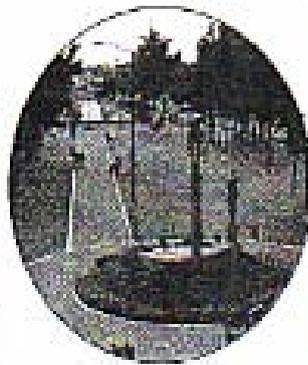


Sección: Cultura y Turismo

100 días



La cuenta de hacer gobierno



En equipo, rescatamos las calles y parques de la delegación

Con la ayuda de la Unidad Móvil, Hemos rescatado más de 400 metros cuadrados de pavimento en las calles de la delegación. Cabe la esperanza de que la Delegación Cuicuilco y las Unidades Móviles de Pavimento, se conviertan en un equipo que rescaten las calles y parques de la delegación. Cabe la esperanza de que la Delegación Cuicuilco y las Unidades Móviles de Pavimento, se conviertan en un equipo que rescaten las calles y parques de la delegación.

La Unidad Móvil de Pavimento, se conviertan en un equipo que rescaten las calles y parques de la delegación. Cabe la esperanza de que la Delegación Cuicuilco y las Unidades Móviles de Pavimento, se conviertan en un equipo que rescaten las calles y parques de la delegación.



4,327.81 m ² Metros cuadrados de pavimento	130,000.00 metros lineales de calcomado vehicular y peatonal	200,000.00 m ² de agua potable distribuido en pipas	11,000 metros cuadrados de la red secundaria de agua potable
214,402.00 m ² de asfalto para la pavimentación	8,133 LUBRICANTES PARA LA MANTENCIÓN Y REPARACIÓN	545,000 metros de la red de agua potable de reserva para el suministro	3 Pozos de absorción construidos para la filtración de agua pluvial

Se renueva Iztapalapa en seguridad pública

Más seguridad para corredores en el Cerro de la Estrella

La delegación cuenta con la delegación de seguridad pública para un operativo de vigilancia en el Cerro de la Estrella. Cabe la esperanza de que la Delegación Cuicuilco y las Unidades Móviles de Pavimento, se conviertan en un equipo que rescaten las calles y parques de la delegación.

Colaboración contra el narcotráfico

Para reducir el tráfico de drogas en la delegación, se han iniciado operativos de vigilancia en las zonas de alta actividad. Cabe la esperanza de que la Delegación Cuicuilco y las Unidades Móviles de Pavimento, se conviertan en un equipo que rescaten las calles y parques de la delegación.



Recompensamos a nuestros vigilantes

Por su servicio a la delegación, se les otorga una recompensa a los policías que trabajan en el Cerro de la Estrella. Cabe la esperanza de que la Delegación Cuicuilco y las Unidades Móviles de Pavimento, se conviertan en un equipo que rescaten las calles y parques de la delegación.



La delegación cuenta con la delegación de seguridad pública para un operativo de vigilancia en el Cerro de la Estrella. Cabe la esperanza de que la Delegación Cuicuilco y las Unidades Móviles de Pavimento, se conviertan en un equipo que rescaten las calles y parques de la delegación.

Aumentamos la cantidad de efectivos que te cuidan

Se han asignado más efectivos de la delegación para garantizar la seguridad de los ciudadanos. Cabe la esperanza de que la Delegación Cuicuilco y las Unidades Móviles de Pavimento, se conviertan en un equipo que rescaten las calles y parques de la delegación.

Se han asignado más efectivos de la delegación para garantizar la seguridad de los ciudadanos. Cabe la esperanza de que la Delegación Cuicuilco y las Unidades Móviles de Pavimento, se conviertan en un equipo que rescaten las calles y parques de la delegación.

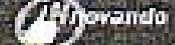
Se han asignado más efectivos de la delegación para garantizar la seguridad de los ciudadanos. Cabe la esperanza de que la Delegación Cuicuilco y las Unidades Móviles de Pavimento, se conviertan en un equipo que rescaten las calles y parques de la delegación.

117	30,765
AGENCIAS DE SEGURIDAD PÚBLICA EN EL MUNICIPIO DE LOS REYES VALLE DE LA GUAYAMA	ALUMINOS EN LOS SISTEMAS DE SEGURIDAD DE LOS REYES VALLE DE LA GUAYAMA

Innovador de arte

Pancho Cárdenas

100 días



la forma de hacer gobierno

Tenía, cuadros y esculturas, es un catálogo de su trabajo que tiene en el taller de la Secretaría, como es el caso del Cristo del Panteón Viejo y la Iglesia de la Cruz de "Cruz de la Cruz" y "El Papa Gobiernando" que están en el Museo de Arte Moderno.

gestión del palacio bajo el nombre "Toda la vida de la ciudad de Toluca" y ahora, Pancho Cárdenas ha logrado poner en el nombre de trabajo.

recorrido a este sector con la idea de la Secretaría de Cultura y Artes por un periodo corto en el sentido del arte y cultura de nuestro país y de la ciudad. Pancho Cárdenas, como le llaman en su hogar, asegura que "no vamos a ser un trabajo puntual, pasado".



Buscan reconocimiento al emperador Cuitláhuac

El jefe de gobierno de Toluca, Hiram Martínez, pide reconocimiento al emperador Cuitláhuac, jefe de la resistencia a la invasión de los españoles en 1520.



Cuitláhuac fue jefe de una fuerza de resistencia y jefe de una zona, cuando la batalla contra Hernán Cortés terminó con la caída de Tenochtitlán.



Rolanroleros para defender nuestras diferencias

Con la finalidad de tener un campo de actividades y actividades como la política municipal, para ser la Ley de Escuelas en el Gobierno del Estado Federal, en el municipio de Toluca, en el municipio de Toluca, el primer secretario de Salud "Una Rola por la Diversidad", con la presencia de la corporación de los Rolanroleros de Toluca.

en la ciudad. El primer lugar lo tiene la zona de Toluca, el segundo de Toluca, y el tercero, Toluca, se quiere un movimiento político y cultural.



enero/febrero 2007 7

100 días



la fuerza de hacer gobierno

Queremos atenderte con calidad ¡ISO-9001!

El gobierno de Izamal, el Consejo de Atención y Atención Ciudadana lo ha certificado al 9001 de las 22123 especificaciones técnicas que la Norma de Sistema Único de Control de Calidad ISO 9001 establece para estas unidades. 2871 su forma sencilla y 1264 valores que son la diferencia. Siempre respaldados al personal a la de aplicar los procesos de atención y respuesta. Para alcanzar la certificación ISO 9001 es necesario tener evidencia.



Un Módulo para atender tus problemas

Desde el primer nivel de atención a través de personal de atención presencial en el Módulo Atención Ciudadana, los ciudadanos pueden acudir al servicio de atención y respuesta de manera sencilla y directa.

La atención presencial del 100 Delegación, con la finalidad de brindar una mejor calidad de atención y respuesta a los ciudadanos y promover la colaboración de los mismos.



Tus servidores traen gafete

Para mejorar la atención al ciudadano, el personal de atención presencial en el Módulo Atención Ciudadana, ahora trae consigo el gafete, para demostrar su identidad.

Este es un compromiso que se ha asumido para mejorar la atención al ciudadano y demostrar su identidad.

Unidad de Atención Ciudadana:

26,351

Consultas y servicios solicitados de octubre 2006 a enero 2007

2,967

No atendidos

87%

De respuesta a los servicios solicitados

20,081

Atendidas

3,303

servicios por atender

Fomento a la cultura de la legalidad

El predio La Montada, un ejemplo de respeto a la ley

En respuesta a la petición del plebiscito municipal de Izamal, se ha iniciado por el Estado de Yucatán el primer ejemplo de respeto a la ley en un predio de la delegación de Izamal. Este ejemplo de respeto a la ley se ha iniciado en el predio La Montada, un ejemplo de respeto a la ley en un predio de la delegación de Izamal.

El predio La Montada, un ejemplo de respeto a la ley en un predio de la delegación de Izamal.

Este ejemplo de respeto a la ley se ha iniciado en el predio La Montada, un ejemplo de respeto a la ley en un predio de la delegación de Izamal.

Este ejemplo de respeto a la ley se ha iniciado en el predio La Montada, un ejemplo de respeto a la ley en un predio de la delegación de Izamal.

Cerramos establecimientos ilegales para cuidar tu salud

Con la finalidad de evitar la venta de bebidas alcohólicas y drogas, se cerraron 443 establecimientos ilegales en Izamal. Este ejemplo de respeto a la ley se ha iniciado en el predio La Montada, un ejemplo de respeto a la ley en un predio de la delegación de Izamal.



443
Número de establecimientos cerrados por la Dirección General de Salud y la Dirección Ejecutiva de Salud.

277
Número de establecimientos cerrados por el programa 'Escuela Segura, Familia Segura' y verificación contra otros riesgos.

119
Verificación de establecimientos y otros riesgos.

158
Establecimientos cerrados por otros riesgos.

23
Operativos contra otros riesgos.



4.2 Contenidos y estructura

“Iztapalapa iNforma” no cuenta con secciones fijas, sus contenidos varían, se eligen con base en la agenda de la delegación sobre eventos y programas sociales cubiertos por el área de prensa.

En el interior del periódico o segunda de forros se localiza el directorio delegacional jerárquico, inicia con el nombre del delegado y los funcionarios de alto mando, luego los reporteros de comunicación social, enseguida el editorial, línea que marca las tendencias políticas. Son los únicos contenidos fijos que se presentan en cada número.



Ejemplo de la editorial de periódico delegacional No.1, enero/febrero 2007, página 2

Después, siguen las notas periodísticas, único género utilizado en la publicación. La información se distribuye en ocho páginas y la redacción de las notas debe iniciar con el encabezado y un texto mínimo de setecientos caracteres y máximo mil, lo que imposibilita abordar otros géneros periodísticos.

Esta publicación también muestra las numeralias, es decir, datos duros sobre el crecimiento de la demarcación como una forma de impactar y hacer notar que el gobierno trabaja para el bienestar de la comunidad.



Ejemplo de numeralias publicadas en el periódico delegacional No.1, enero/febrero 2007

La periodicidad mensual abre un espacio que permite informar sobre mayores acciones realizadas. Se comunican temas referentes a cultura, educación, recreación, seguridad pública, desarrollo delegacional y social desde una perspectiva positiva. En algunas ocasiones se mencionan situaciones conflictivas con algunos sectores de la comunidad pero se hace énfasis en la oportuna intervención del gobierno para dar solución.

El periódico es el mejor rasgo de identidad e imagen de toda organización o institución y a la vez el más importante vehículo de difusión y diálogo colectivo entre los públicos.⁴⁷

Este órgano informativo retoma características de los periódicos convencionales. Fue elaborado a semejanza del periódico *Récord*, tanto en tamaño como en estructura, pero adaptado a los requerimientos del delegado, distribuye los elementos de acuerdo con el Manual de Identidad, como el slogan y los colores institucionales.



Comparación de portada entre periódico Récord e Iztapalapa iNforma

⁴⁷ Fernando Martín Martín, *Comunicación empresarial e institucional*, España, Universitas, 2003, p.149.

Los poco más de cien mil ejemplares que salen de la imprenta se distribuyen gratuitamente por los trabajadores los fines de semana a las direcciones territoriales: Aculco, Cabeza de Juárez, Centro, Ermita Zaragoza, Paraje San Juan, San Lorenzo Tezonco y Santa Catarina, hacia las principales colonias.

Esto sirve como sondeo ya que cuando los repartidores lo entregan a los lectores hacen preguntas referentes a la opinión sobre las acciones de gobierno y la publicación en general.

El periódico delegacional "Iztapalapa iNforma" es una publicación que carece de sentido periodístico, sin objetividad, es un órgano político que claramente refleja la tendencia de una figura que pretende llegar a ser reconocida por la sociedad.

CONCLUSIONES

La comunicación social gubernamental a través de los años, ha tenido importantes cambios de estructura que van desde el nombre, facultades, hasta la asignación de presupuestos, que se originan en función de la importancia que cada gobierno le asigna.

En años recientes la comunicación social ha retomado la importancia original, sin dejar a un lado su papel de instrumento ideológico a favor del Estado. De tal forma que esta es imprescindible, sin embargo estas oficinas no siempre cumplen la función principal de comunicar, solo se limitan a informar la versión oficial para cuidar la imagen de funcionarios públicos tratando de pasar por alto las faltas que estos cometen. De ahí que el término de comunicación social se asocie directamente con partidos políticos e instituciones de gobierno

Con esta investigación tratamos de mostrar cómo funcionan las áreas de comunicación social en dependencias gubernamentales, específicamente en la delegación Iztapalapa durante los primeros seis meses de gobierno de la actual administración de Horacio Martínez Meza, que se rige al igual que todas las delegaciones políticas bajo la normatividad del Gobierno del Distrito Federal, publicado en la Gaceta Oficial No.224, donde se establece el Reglamento Interior de la Administración Pública, establecido a partir del año 2000 y vigente actualmente.

Con base en este, analiza y evalúa la información que publican las empresas de comunicación y que es transmitida por líderes de opinión. Supervisa la estrategia comunicacional de la delegación con el fin de uniformar el criterio en la difusión de las políticas y las acciones. Realiza encuestas de opinión sobre el desempeño del gobierno y canaliza las quejas ciudadanas. Se encarga de la logística de eventos, entrevistas y conferencias de prensa.

La comunicación social es el área encargada de informar oficialmente sobre los acontecimientos gubernamentales y proyectar una imagen institucional favorable hacia la opinión pública y por tanto a los ciudadanos a través de los medios de comunicación.

Con esta investigación se cumplieron los objetivos generales de analizar y señalar la función de las áreas de comunicación social en dependencias de gobierno, específicamente en la coordinación de comunicación social de la delegación Iztapalapa, además de los particulares que son resaltar la estrategia de comunicación, mostrar el papel que desempeña la comunicación social en la sociedad y exponer el vínculo que existe entre el gobierno, los medios de comunicación y la sociedad.

Por tanto esperamos que esta investigación actualice la información en esta materia y aporte algún beneficio ya que es un tema de importancia, que creemos seguirá vigente en el futuro por ser elemental en el desempeño de las dependencias gubernamentales.

Hoy en día la sociedad es mucho más crítica, abierta y plural, por eso es necesario actualizar las políticas en materia de comunicación social para resolver problemas actuales y futuros.

ANEXOS



Manual de identidad
Coordinación de Comunicación Social de la delegación Iztapalapa



ÍNDICE

LOGO SIGNO

- 4 Signo
- 5 Trazo correcto del logotipo
- 6 Área de restricción del logotipo
- 7 Reticulo de proporciones del Logo Símbolo

GUÍA CROMÁTICA

- 9 ¿Porqué Naranja y Morado?
- 10 Colores Institucionales
- 11 Sistemas de Impresión
- 12 Combinaciones y Complementos

TIPOGRAFÍA INSTITUCIONAL

- 14 Tipografía Institucional
- 16 Tipografía Auxiliar

INTEGRACIÓN DE LOS ELEMENTOS

- 18 Aplicación del Logo - Símbolo
- 19 Uso del Logo - Símbolo
- 20 Marcos de Agua
- 21 Impresión a uno Tinto (Negro)



Manual de Normas Gráficas

logo - símbolo

SIGNO 4



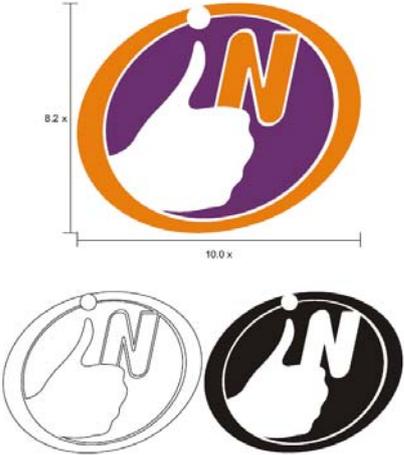
Signo:
Este signo se forma conjuntando dos elementos: La tipografía institucional y la mano con el pulgar hacia arriba.
La elipse alrededor de estos 2 elementos enmarca y remata un logo - símbolo que indica movimiento y desarrollo.

Logotipo:
Es el grupo de letras, abreviaciones o terminaciones que se utilizan como distintivo de un concepto específico.
Al vincularse ambos elementos se conforma un todo que proyectará en lo subsiguiente la imagen institucional de **Iztapalapa In.**

Manual de Normas Gráficas

logo - símbolo

TRAZO CORRECTO DEL LOGOTIPO 5



En el primer ejemplo se muestra la aplicación con sus colores originales, en el segundo solo se muestra el trazo y en el tercero su aplicación en platea negra.

Respetar el trazo del logotipo es fundamental para la correcta aplicación de éste.
No se deberá intentar otra aplicación si el trazo del logotipo no es el correcto.
Interpretar "X" como la unidad de medida.

Manual de Normas Gráficas

logo - símbolo

ÁREA DE RESTRICCIÓN 6

1)

2)

3)

El espacio mínimo exigido deberá ser siempre al menos del 10% del tamaño del ancho de la aplicación.

1) En el tamaño original el diseño mide 10x, por lo tanto el área de restricción mínima es de 1x.

2) En esta aplicación mide de ancho 4x, por lo tanto el área de restricción es de 0.4x.

3) En esta aplicación mide de ancho 1x, por lo tanto el área de restricción es de 0.1x.

NOTA:
El ejemplo 3 es únicamente demostrativo por ningún motivo debe usarse en medios impresos en ningún paquete.

El tamaño mínimo permitido es de 3 cm.

El área de restricción es un campo que protege al logotipo de cualquier elemento ajeno que pudiera mezclarse con él y crear confusión en su diseño o deteriorar su imagen.

Manual de Normas Gráficas

logo - símbolo

RETÍCULA DE PROPORCIONES 7

Ejemplo 1

10.0 x

6.2 x

Ejemplo 2

Ejemplo 3

La línea que cruza diagonalmente en el ejemplo 1 indica un factor de escala de 1 a 1, esto quiere decir que por cada cuadro que cruza de manera horizontal también cruza uno de manera vertical.

En el ejemplo 2 se aplica una correcta reducción de escala al 50% de su ancho y a la alta (factor 1 a 1), mientras que en el ejemplo 3 se muestra una alteración del diseño del logotipo al reducir la imagen a un factor 50% de ancho por 50% de alto (factor 2 a 2), esto quiere decir que la línea por cada 2 cuadros que cruza a lo ancho cruza 3 a lo alto.

Para mantener un trazado correcto del logotipo es necesario respetar las proporciones y todos los normas gráficas.

Los elementos miden originalmente 10.0X por 6.2X.

El texto y el color deberán aplicarse como se indica respetando su correcto aplicación.

Los elementos miden originalmente 10.0X por 6.2X.

□ Es igual a "X".



Manual de Normas Gráficas

Guía Cromática

¿PORQUÉ NARANJA Y MORADO?

NARANJA

Este es, quizá, uno de los colores utilizados actualmente con más profusión y especialidad en la publicidad norteamericana, particularmente en los llamados restaurantes "fast food". El color naranja invita a la acción pero por lo irritable del amarillo no es una estimulación que permanezca mucho tiempo.

El color Naranja o Anaranjado tiene la especial connotación del estímulo, pero también sugiere energía y modernidad.

El color naranja es idóneo, por su atracción visual y fácil identificación, para textos cortos con color lo suficientemente llamativo para atraer la mirada pero no deben ser demasiado extensos ya que por su combinación de amarillo podrían terminar por fastidiar al espectador.



MORADO

El color morado se asocia con la literatura, la filosofía y la meditación.

Es un color que también representa elegancia y sofisticación.

Es el color ideal para la reflexión y el estudio, debido a la profundidad que se capta en este color por su posición en el espectro solar de luz.

Se recomienda ampliamente su uso para textos explicativos en donde se requiere más atención por parte del espectador.



la forma de hacer gobierno
 Este es un texto demostrativo, este es un texto demostrativo, este es un texto demostrativo.

Las aplicaciones aquí mostradas, son meramente demostrativas y no tiene que usarse forzosamente en ninguna aplicación.

Manual de Normas Gráficas

Guía Cromática

COLORES INSTITUCIONALES 10



Las pantonepas aquí indicadas indican que bajo ninguna circunstancia podrá salirse una pantalla de color menor al 10%.

- PANTONE 716 C
- CO-M45-Y91-K0
- PANTONE 520 C
- C64-M100-Y12-K0

100% 50% 10%

PANTONE 716 C

CO-M45-Y91-K0

PANTONE 520 C

C64-M100-Y12-K0

La aplicación correcta de los colores facilitará su identificación y permitirá mantener una imagen limpia y sólida.

Los colores NO deberán tener un uso diferente al que se indica en este manual.

Manual de Normas Gráficas

Guía Cromática

SISTEMAS DE IMPRESIÓN 11

OFFSET

Naranja: PANTONE 716 C
Morado: PANTONE 520 C

En este proceso los colores combinan según la formulación de PANTONE Solid Coated.

SERIGRAFÍA

Naranja: PANTONE 716 C
Morado: PANTONE 520 C

En este proceso los colores combinan según la formulación de PANTONE Solid Coated.

COORTE EN VINYL (PLOTTER)

Naranja: PANTONE 716 C
Morado: PANTONE 520 C

De acuerdo a la gran variedad de colores y marcas de vinyl, se recomienda trabajar con los colores más cercanos a los originales.

SEPARACIÓN

CO-M45-Y91-K0
C64-M100-Y12-K0

Para todo trabajo realizado en programas para diseño, salida en alta resolución y sistemas de pre-prensa se debe aplicar esta formulación en Process Separation.

Manual de Normas Gráficas
Guía Cromática

COMBINACIONES Y COMPLEMENTOS 12

COMBINACIONES (vertical text on the left)

COMPLEMENTOS (vertical text on the right)

Ejemplo

Iztapalapa está **Movando**

Este es un texto de muestra. Este es un texto de muestra. Este es un texto de muestra. Este es un texto de muestra.

Contraste en el ejemplo el uso de los colores auxiliares para combinaciones y complementos.

Los colores auxiliares no son restrictivos y pueden aplicarse más allá del modelo de la parte de color aquí ilustrada.

La aplicación correcta de los valores facilitará su identificación y permitirá mantener una imagen limpia y sólida.

Estos colores son auxiliares para el diseño de publicaciones tanto de difusión interna, como externa.

IZTAPALAPA IN

TIPOGRAFÍA INSTITUCIONAL

13

Manual de Normas Gráficas

Tipografía Institucional

TIPOGRAFÍA INSTITUCIONAL **14**

Bauhaus 93
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789
!@#\$%^& /()=?¡¿'":*+[{;:.-_

Esta tipografía deberá aplicarse siempre en el a la cabecera del texto, acompañada al logo institucional en Normal en, el cual siempre deberá aplicarse en Normal en ningún tipo de expresión tipográfica o variada. La interlinea podrá ajustarse de acuerdo al tamaño del texto.

Esta tipografía deberá ser en el título de publicaciones y de material de difusión tanto mismo como en el y que acompañe al logotipo.

También podrá ser en el título y título de capturas de línea y/o folios.



La tipografía institucional es el diseño integral de las letras mismas que nos ayudarán a distinguir el carácter del texto.

Manual de Normas Gráficas

Tipografía Institucional

TIPOGRAFÍA INSTITUCIONAL **15**

Bauhaus
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789
!@#\$%^& /()=?¡¿'":*+[{;:.-_

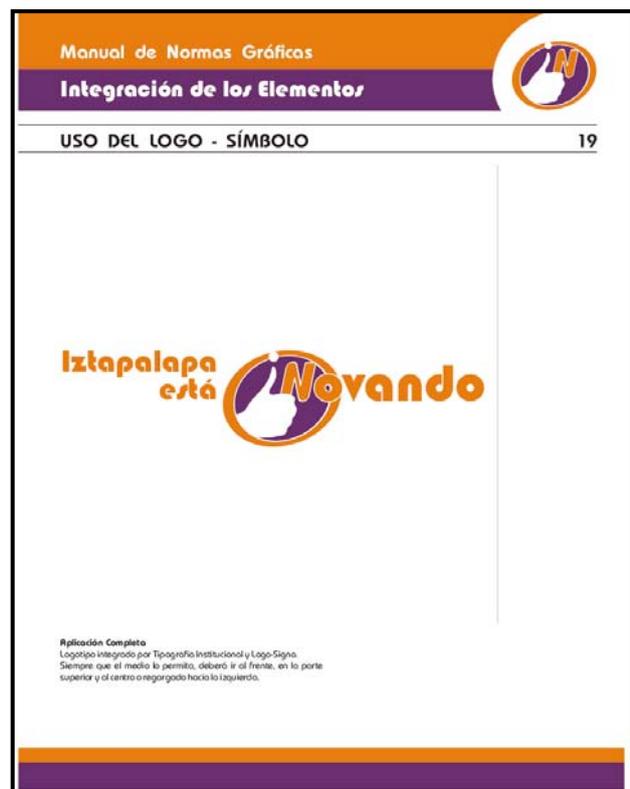
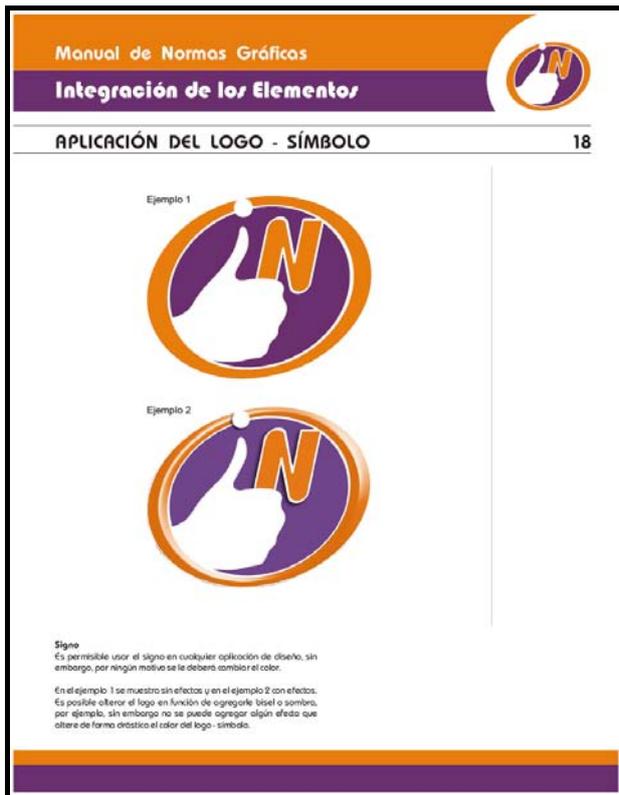
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789
!@#\$%^& /()=?¡¿'":*+[{;:.-_

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
0123456789
!@#\$%^& /()=?¡¿'":+[{;:.-_*



Este es un texto de muestra. Este es un texto de muestra. Este es un texto de muestra. Este es un texto de muestra.

La tipografía institucional es el diseño integral de las letras mismas que nos ayudarán a distinguir el carácter del texto.



Manual de Normas Gráficas

Integración de los Elementos

MARCAS DE AGUA 20

100% 75% 50% 25% 10%

Fondos de Agua y Pantallas
 La única alteración posible de color del logotipo es utilizarlo en fondo de agua en cualquier porcentaje. Esto no aplica al frente de una publicación, ni como sustituto del logotipo al 100%.

Manual de Normas Gráficas

Integración de los Elementos

IMPRESIÓN A UNA TINTA (NEGRO) 21

Impresión a una tinta
 El logotipo siempre se deberá color en negro si coe sobre fondo blanco y en blanco si coe sobre fondo negro.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Bibliográficas

Arrieta Erdozain, Luis. *Un concepto de comunicación organizacional*, México, Diana, 1991.

Calvimontes y Calvimontes, Jorge. *El periódico*, México, Trillas, 1983.

Coca García, Cesar y José Luis Peñalva. *Modelos de los medios de comunicación social: periodismo escrito*, Bilbao, Universidad del país Vasco, 1998.

Córdoba González, Carmen, Enrique Córdoba Moreno y Carmen González Álvarez. *Corel Draw 10. Superfácil*, México, Alfaomega, 2001.

Costa, Joan. *Identidad corporativa*, México, Trillas-SIGMA, 2004.

Fernández Christlieb, Fátima. *Los medios de difusión masiva en México*. México, Juan Pablos, 1993.

González Reyna, Susana. *Géneros periodísticos 1. Periodismo de opinión y discurso*, México, Trillas, 1991.

Izurieta, Roberto, Rubén M. Perina y Christopher Arterton. *Estrategias de Comunicación para gobiernos*. Argentina. La Crujía, 2005.

Leñero, Vicente y Carlos Marín. *Manual de periodismo*, México, Grijalbo, 1986.

Maletzke, Gerhard. *Sicología de la Comunicación Social*, Quito, Época, 1976.

Martín Martín, Fernando. *Comunicación empresarial e institucional*, España, Universitas, 2003.

Menéndez, Antonio. *Comunicación Social y desarrollo*. México, UNAM, 1972.

Mercado H., Salvador. *Relaciones Públicas*. México, PAC, 2003.

Molina Martínez, Rubén. *Gobierno y Comunicación Social*. México, IPN, 2002.

Montiel Luna, Iveth. *La representación de la pasión de Cristo en Iztapalapa durante el 2002: del mito al rito de la cultura de masas. Reportaje*, (tesis), ENEP-Aragón, UNAM, 2003.

Nosnik, Abraham. *El desarrollo de la comunicación Social*, México, Trillas, 1991.

Pastor, Blanca y Amenyro, Alfredo. *Delegación política Iztapalapa*. México, DF, 1997.

Piñuel Raigada, José Luís. *Teoría de la Comunicación y gestión de las organizaciones*, Madrid, Síntesis, 1997.

Price, Vincent. *La opinión pública. Esfera pública y comunicación*, Barcelona, Paidós, 1994.

Ramos Padilla, Carlos G. *La comunicación: un punto de vista organizacional*, México, Trillas, 1991.

Rivadeneira Prada, Raúl. *La opinión pública*, México, Trillas, 1992.

Salazar Taniguchi, Patricia. *Propuesta para la reestructuración del Departamento del monitoreo electrónico de la Unidad de Comunicación Social de la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal*, (tesis), ENEP-Aragón, UNAM, 2000.

Sánchez González, Elia. *Las oficinas de Comunicación Social gubernamentales y el control de la información*, (tesis), FCP y S, UNAM, 1997.

Swann, Alan. *Como diseñar retículas*, México, G.Gili, 1990.

S/A,. *Guía turística de Iztapalapa y su patrimonio*, México, Iztapalapa, 2005.

S/A. *Iztapalapa ¡se prende! Donde se forja la historia*. México, Iztapalapa, 2007.

S/A. *365 días ¡por Iztapalapa!*, México, Iztapalapa, 2007.

Twemlow, Alice. *¿Qué es el diseño gráfico? Manual de diseño*, Barcelona, G.Gili, 2007.

Young, Kimball. *Psicología social*, Buenos Aires, Paidós, 1974.

Hemerográficas

Delegación Iztapalapa, *Diálogos en Iztapalapa*, México, DF, No.2, octubre 2006.

Delegación Iztapalapa, *Iztapalapa iNforma*, México, DF, No1, enero-febrero 2007.

Delegación Iztapalapa, *Iztapalapa iNforma*, México, DF, No2, marzo-abril 2007.

Diario Oficial de la Federación. *Acuerdo por el que se crea la Dirección General de Comunicación Social de la presidencia de la República*. México, 31 de enero de 1983.

Diario Oficial de la Federación. *Acuerdo por el que se crean las Coordinaciones Generales de Comunicación Social y de Opinión Pública e Imagen de la Presidencia de la República*. México, 4 de enero de 2001.

Diario Oficial de la Federación. *Acuerdo por el que se Reestructuran las Unidades Administrativas de la Presidencia de la República*, México, 21 de enero de 2008.

Gaceta Oficial del Distrito Federal. México, 28 de diciembre de 2000.

Gaceta Oficial del Distrito Federal. México, 13 de febrero de 2002.

Cibergráficas

www.iztapalapa.df.gob.mx, página oficial de la delegación Iztapalapa, de septiembre 2007 a octubre 2008.

www.df.gob.mx, página oficial del Gobierno del Distrito Federal, de septiembre 2007 a octubre 2008.

www.gobernacion.gob.mx, página oficial de la Secretaría de Gobernación, de septiembre 2007 a octubre 2008.

www.ordenjuridico.gob.mx, página oficial del Gobierno Federal, de septiembre 2007 a octubre 2008.

Entrevistas

Alcantar Guzmán, Claudia. Reportera de la Coordinación de Comunicación Social de la Delegación Iztapalapa, 12 de octubre de 2007.

Castillo Gómez, Omar. Jefe de información de la Coordinación de Comunicación Social de la Delegación Iztapalapa, 12 de octubre de 2007.

De León Rivera Jorge. Cronista de la Delegación Iztapalapa, 4 de diciembre de 2007.

Galicia Gabino, Julián. Ex-administrador y reportero de la Coordinación de Comunicación Social de la Delegación Iztapalapa, 22 de octubre de 2007.

Noria Medina, Moisés. Diseñador gráfico de la Coordinación de Comunicación Social de la Delegación Iztapalapa, 9 de noviembre de 2007.

Parra Toledo, Alejandra. Coordinadora de Comunicación Social en la Delegación Iztapalapa, 12 de octubre de 2007.

Quintanilla, Evelyn. Diseñadora de la Coordinación de Comunicación Social de la Delegación Iztapalapa, 9 de noviembre de 2007.

Rivera Castillo, Lourdes. Administradora de la Coordinación de Comunicación Social de la Delegación Iztapalapa. 6 de enero de 2008.