



FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**PROPUESTA DE MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DEL ÁREA DE PRENSA DE LA
SECRETARÍA DE CULTURA DEL GOBIERNO DEL DISTRITO FEDERAL**

TESINA PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
CON OPCIÓN TERMINAL EN PERIODISMO

PRESENTA
SANTOS MIJARES ROCÍO DEL CARMEN

DIRECTORA
DRA. FRANCISCA ROBLES

CIUDAD UNIVERSITARIA ABRIL 2011



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

Índice

Introducción	1
1. La Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal y la Dirección de Divulgación Cultural	5
1.1 Áreas estratégicas de la Secretaría de Cultura	7
1.2 La Dirección de Divulgación Cultural	14
2. Diagnóstico del trabajo del área de prensa de la Dirección de Divulgación Cultural de la Secretaría de Cultura	21
2.1 El área de prensa	21
2.2 Diagnostico del área de prensa	24
2.3 FODA del trabajo del área de prensa	25
3. Propuesta de manual de procedimientos del área de prensa de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal	41
3.1 Propuesta	42
3.2 Filosofía del área de prensa	45
3.3 Estructura organizacional	46
3.4 Procedimientos para la realización de materiales informativos	49
3.5 Intranet	86
Conclusiones	95
Referencias	99
Anexos	102

Gracias

Inhalo, exhalo, respiro, cierro los ojos, los abro y recuerdo. Pasan por mi mente recuerdos de este largo camino, 20 años y suspiro. Todo este tiempo no he dejado de tener a mi lado plumas, crayones o cientos de libros; miles de historias, reflexiones y críticas forman hoy parte de mi vida.

Este es el final de un ciclo colmado de sonrisas, lágrimas y retos superados. Muestra de la gran fortaleza de mi espíritu. Gracias a todos aquellos que compartieron a mi lado alguno de estos momentos.

Gracias a la vida por cada piedra, por cada obstáculo, por iluminar con la compañía de una vela el sendero más oscuro y empedrado. Sólo por eso Gracias.

Gracias a mi madre, Rocío Mijares, por predicar con el ejemplo, por demostrarme en cada momento el temple de una mujer y su lucha constante por salir adelante a pesar de las adversidades. Por circunstancias del destino escenificó dos papeles en esta representación. Gracias por tu apoyo, por darme todo, por ser mi cómplice, por enseñarme a enfrentar a los demás con el estandarte de la verdad y la perseverancia, por impulsarme a dar cada paso aún cuando éste pudiera lastimarme, por tener un abrazo cuando un caudal de lagrimas rodaban por mi cuerpo y otro más fuerte para decirme ¡meta cumplida!, Te quiero más.

Gracias a mi padre, Agustín Santos, porque decir adiós no es fácil, menos cuando aún faltan tantas cosas por compartir. Porque a los 12 años las ausencias son transitorias, pero se hacen manifiestas cuando uno se hace viejo porque se que desde una estrella en el cielo sabes que no te fallé, y que tu recuerdo fue mi gran inspiración para cristalizar mis sueños.

Gracias a Mario Derrant y su familia, por su apoyo constante, por no dejarme tomar un camino erróneo y tomar mi mano para caminar con paso firme.

Gracias a la Familia Mijares Vargas, a Magdalena, mi impulso en el periodismo y Maruca, cómplice de algunas locuras y defensora universal. A todos mis tíos, primos, sobrinos; y porque la Esperanza muere al último, gracias abuelita.

Gracias a todos mis amigos, por ser mis hermanos, por acompañarme en cada paso, por su hombro para llorar y sus manos para tocar el cielo, por escucharme, por sus consejos, por saber pronunciar las palabras exactas en el momento preciso.

Gracias a la UNAM por acogerme en sus aulas, por su arquitectura majestuosa, su estadio, por su acervo bibliográfico, por el atardecer en las islas con un edificio de rectoría vigilante y por una Biblioteca Central deslumbrante.

Gracias a la Secretaría de Cultura por su apoyo para este proyecto. A José Luis Flores y Roberto Perea, por permitirme hacer de Cultura mi segunda escuela. A Alejandro Cruz, Martín Juárez, Lupita Cerrillo y Nery Anaya por compartir su experiencia conmigo. A Alejandro Barragán y Alejandro Amezcua por su apoyo con material fotográfico, y a todo el personal involucrado.

Gracias a Francisca Robles por ser mi "Couch", por dirigir este barco y por apoyarme para que arribará en buen puerto. A mis sinodales Marco Cervantes, María Teresa García, Alfredo Andrade; y a Maira Pavón, con quien además tuve la oportunidad de compartir actividades docentes.

Gracias a mis alumnos, a aquel que me dijo "Titúlate, ponnos el ejemplo" por ser catapulta para dar el último salto, porque de ustedes continúo aprendiendo y recupero el espíritu de lucha que suele volverse un adorno con el tiempo.

A todos ustedes Gracias por ser parte de mi vida. Gracias por ser parte de mi paso por la Universidad. Gracias por ser parte de esto.

Por mi raza Hablará el espíritu.

¡México Pumas Universidad, Goya, Goya Cachún Cachún Ra Ra, Goya

UNIVERSIDAD!

Introducción

La comunicación, debe ser entendida como una herramienta imprescindible; sin embargo, –y desafortunadamente– no se le da un uso adecuado lo cual provoca confusión, por eso resulta fundamental destacar las ventajas y desventajas de la comunicación, afirma Roger D´Aprix, en su libro *Comunicación para el cambio, cómo conectar el lugar de trabajo con las cambiantes demandas del mercado*.

Para poder establecer una buena estrategia de comunicación, es necesario conocer el entorno en el que se desenvuelve la organización sujeta a estudio, qué está sucediendo alrededor, y todos los aspectos que nos permitan tener una actividad de vigilia, en función, claro está, de sus necesidades.

Así el primer antecedente de lo que hoy en día es la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal fue la Dirección General de Acción Social, Cívica y Cultural de acuerdo con lo establecido por la Oficialía Mayor del Departamento del Distrito Federal el 1º de marzo de 1996.

Dos años más tarde, el 30 de junio de 1998, se declaró la fundación del Instituto de Cultura de la Ciudad de México con lo cual ingresó en el terreno de las instituciones desconcentradas.

El 31 de enero de 2002, bajo el gobierno del licenciado Andrés Manuel López Obrador, la Asamblea Legislativa del Distrito Federal decretó la abrogación; es decir, la anulación del Instituto de Cultura de la Ciudad de México para elevar la creación, difusión y establecimiento de políticas culturales a Secretaría; de esta manera, las actividades de índole cultural comenzaron a formar parte de la agenda del gabinete del gobierno capitalino por medio de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal.

Para saber qué sucede en la organización y el contexto en que se desarrolla se tienen **instrumentos de control: síntesis informativas y monitoreos de medios**, que sirven para recoger datos e información sobre la empresa, su rubro y por supuesto el medio que le rodea.

Justo aquí comienza el trabajo de todo buen comunicólogo, en saber y reconocer qué sucede y qué afecta directa o indirectamente a la organización en la cual labora. “La comunicación pobre o ausente es uno de nuestros mayores enemigos”¹.

¹ Roger D´Aprix, *Comunicación para el cambio*. Barcelona, Granica, 1999, p. 21.

Sin embargo, muchas veces no se toma en cuenta al público interno de la organización, el cual realiza un papel clave en el éxito y desempeño de la misma, ya que de acuerdo con la forma en que interprete la información que reciba, será la manera en la cual difundirá datos a familiares y amigos; esto determina el prestigio e imagen al exterior.

Dentro de toda organización se tienen dos tipos de comunicación, **formal e informal**. La **comunicación formal** se refiere a toda la información que se difunde a través de los medios que han sido delimitados para eso, las revistas, los boletines o comunicados. La **comunicación informal** es la que circula por canales abiertos sin control, se basa principalmente en el rumor.

La **comunicación formal** a su vez se da de manera **vertical** que a su vez se divide en: **descendente**, de los altos mandos a los demás trabajadores; **ascendente**, de los empleados a la línea de mando (jefes); y **horizontal**, entre personas del mismo nivel y la **transversal** que es la que corre en todas direcciones.

Para tener una **comunicación organizada** se deben establecer un análisis de las necesidades a partir de las cuales se hará el planteamiento de los objetivos particulares sobre los que se ha de trabajar, para finalmente llevar a cabo acciones coherentes.

Por estas razones se propone un *Manual de procedimientos del área de prensa de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal* como un medio formal de comunicación interna, para empleados y personas que realizan su servicio social y/o prácticas profesionales en el área.

La realización de esta propuesta de este manual responde a la necesidad de contar con una guía para los procesos informativos y funciones de los elementos que laboran ahí; así como de las actividades que ésta desempeña para la promoción de los eventos culturales que realiza la dependencia.

Cuando un elemento se incorpora a la planta laboral de esta oficina, ya sea para servicio social, prácticas profesionales o como reportero de planta, es asesorado por el resto del equipo para la realización de las actividades que se desempeñan en el área.

La capacitación de los nuevos integrantes del equipo de trabajo se da paulatinamente de acuerdo con las funciones que le son asignadas con base en las necesidades que surgen en el área de prensa, no se brinda de una sola vez y existe un vacío en las mismas, que se cubre con el paso del tiempo de forma verbal.

La existencia de un manual de esta índole permitirá no solamente el conocimiento de las funciones del personal del área; sino también facilitar la incorporación satisfactoria de nuevo personal, así como la unificación del trabajo que se realiza con la finalidad de brindar una mejor imagen al exterior, basada en la perfección de las labores periodísticas.

Todo esto aunado a la ausencia generalizada de textos que describan el trabajo periodístico más allá de los medios de comunicación, dentro de una oficina de prensa.

Este trabajo pretende servir tanto a la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal que se verá beneficiada no sólo en la elaboración de materiales para la difusión de sus eventos para que la población acceda a las actividades culturales y recreativas mediante el buen funcionamiento del área de prensa de la Dirección de Divulgación Cultural; como a todos aquellos que deseen saber cómo trabaja el área de prensa de una dependencia de gobierno.

“Los manuales administrativos son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación para registrar y transmitir ordenada y sistemáticamente tanto la información de una organización como las instrucciones y lineamientos necesarios para que desempeñe mejor sus tareas”.²

Este trabajo se encuentra dividido en tres capítulos distribuidos de la siguiente manera:

- **Capítulo Uno:** La Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal y la Dirección de Divulgación Cultural, cuyo objetivo es: dar a conocer las funciones y objetivos de esta dependencia y de la Dirección de la cual se desprende el área de prensa.
- **Capítulo dos:** Diagnóstico del trabajo del área de prensa de la Dirección de Divulgación Cultural de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal; su objetivo es: diagnosticar el funcionamiento del trabajo que realiza el área de prensa, su relación con los medios de comunicación mediante el análisis de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.
- **Capítulo Tres:** Propuesta de manual de procedimientos del área de prensa de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal, su

² Enrique Benjamín Franklin Fincowsky, Organización de empresas, México, Mc Graw Hill 2004 p. 170.

- finalidad es proponer un manual de procedimientos del área de prensa que permita una mejor y mayor difusión de las actividades artísticas y culturales en el Distrito Federal mediante la optimización del trabajo periodístico que llevan a cabo los reporteros del área.

1. La Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal y la Dirección de Divulgación Cultural

En este capítulo se presenta la estructura y funciones de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal para enfatizar la función de la Dirección de Divulgación Cultural.

La Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal es dirigida por Elena Cepeda de León desde el 4 de diciembre de 2006, quien fue nombrada por el actual jefe de Gobierno del Distrito Federal, Marcelo Ebrard Casaubon.

En su presentación como titular de la institución Cepeda de León se comprometió a “potenciar a la Ciudad de México como capital cultural del país y a promover el derecho a la cultura, entendiendo ésta como un impulsor del desarrollo social, comunitario y económico”³.

La Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal, de acuerdo con el artículo 32 bis de la Ley Orgánica de Administración Pública del Distrito Federal, es la encargada de “diseñar y normar las políticas, programas y acciones de investigación, formación, difusión, promoción y preservación del arte y la cultura en el Distrito Federal, así como impulsar, desarrollar, coordinar y ejecutar todo tipo de actividades culturales”⁴.

Es también la encargada de enriquecer la calidad de las manifestaciones culturales en el Distrito Federal y promover el acceso a éstas a la mayor cantidad de habitantes posible, además de fomenta la creación de nuevos públicos.

Esta institución debe garantizar el respeto y reconocimiento a toda actividad cultural así como su desarrollo, con la finalidad de preservar las tradiciones. La Secretaría de Cultura promueve el desarrollo y conservación de las tradiciones mediante la búsqueda de la participación de grupos étnicos en las actividades culturales que desempeña.

La Ley de Fomento Cultural vigente en la Ciudad de México en su artículo tercero establece que: “La cultura es patrimonio de la sociedad y su preservación, promoción y difusión en el Distrito Federal corresponde a las autoridades, a las instituciones públicas y privadas, a las organizaciones de la sociedad civil y, en

³ Alfredo Ortiz Santos, “Elena Cepeda quiere que esta ciudad sea el centro cultural del país”, *La crónica*, Martes 5 de diciembre 2006, http://www.cronica.com.mx/nota.php?id_notas=275936 (consulta 24 de mayo de 2009, 16:52 horas).

⁴ Capítulo II: De la Competencia de las Secretarías, de la Fiscalía Mayor, de la Contraloría General del Distrito Federal y de la Consejería Jurídica y de Servicios Legales.

general, a todos los habitantes de la entidad”⁵, como es el caso de la Secretaría de Cultura.

Asimismo debe diseñar y planear las políticas culturales, estimular la investigación en materia cultural y de igual manera, “impulsar, desarrollar, coordinar y ejecutar todo tipo de actividades culturales”⁶, con base en lo previsto en esta misma Ley, en su artículo quinto.

De esta manera, la visión de esta institución cultural, con base en el documento *Líneas Estratégicas y Programas Específicos 2007*, tiene fundamento en la “cultura como generadora de identidades en un contexto multicultural y componente fundamental para elevar la calidad de vida de la población”⁷.

De igual manera debe fomentar la calidad de los servicios culturales que presente así como un mayor alcance y cobertura de estos además de la diversificación de su oferta.

La Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal se localiza en la zona sur de la Ciudad de México; en Avenida de la Paz número 26, colonia Chimalistac en la delegación Álvaro Obregón.

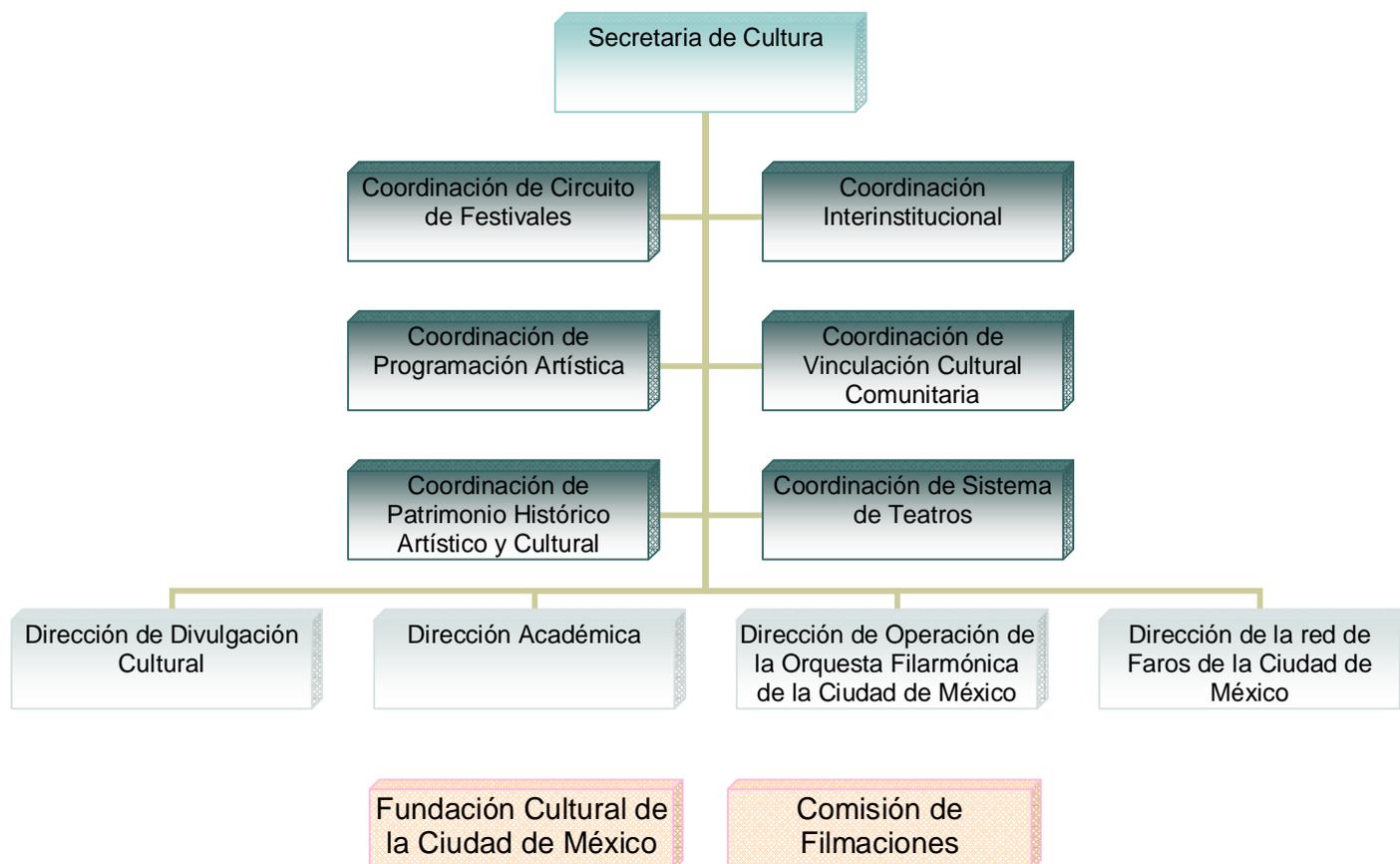
⁵ Ley de Fomento Cultural, Artículo tercero.

⁶ Ley de Fomento Cultural, Artículo quinto.

⁷ Elena Cepeda de León, documento *Líneas Estratégicas y Programas Específicos 2007*.

1.1 Áreas estratégicas de la Secretaría de Cultura

Organigrama de la Secretaría de Cultura



Coordinación de Circuito de Festivales

Programa y apoya los festivales en la Ciudad de México, desde su planeación, calendarización y realización hasta su evaluación. Esto en diversos espacios de la Ciudad de México sin importar la disciplina artística a la que correspondan los festivales, ya sean de artes visuales o plásticas. El encargado de esta coordinación es Manuel Zepeda. Entre los Festivales que la dependencia organiza y/o apoya destacan: Cine documental Doc's DF; Aquí se Filmó; Ambulante, gira de documentales; Festival de México FMX (antes Festival del Centro Histórico); Titerías; Festival Internacional de verano Viva Vivaldi; Cine de horror Macabro y Festival de cortometrajes Short-Shorts.

Coordinación Interinstitucional

Vincula a las instancias de gobierno como: Delegaciones, Secretarías de Estado y locales, Embajadas y Organizaciones Académicas y Sociales, para “promover y ampliar la oferta de las actividades culturales y artísticas en la Ciudad de México, y garantiza el derecho de los ciudadanos de acceder a la cultura. Está a cargo de la licenciada Isabel Molina Wagner y en colaboración con otras coordinaciones apoya en la programación artística y cultural.

Coordinación de Programación Artística

Realiza la programación artística de eventos como: la Feria de las Culturas Amigas, la Noche de Primavera (que fue suspendida en 2010 por falta de presupuesto, según con información de la Secretaría), la Feria Internacional del Libro del Zócalo de la Ciudad de México y los conciertos que se llevan a cabo en espacios públicos del Distrito Federal como en el Zócalo y en Ángel de la Independencia, y que su organización está a cargo de esta Institución.

Está a cargo de Francisco Arquero, se encarga de:

“La infraestructura necesaria para realizar esta tarea, equipo de audio, iluminación, templetos, *ground support*, mamparas, constituyen un activo que la Secretaría pone a disposición tanto de otras dependencias de Gobierno, como de organizaciones artísticas y culturales emanadas de la sociedad civil, para incrementar sustancialmente el acceso equitativo a las diferentes actividades artísticas, sociales y culturales que se generan en la ciudad, permitiendo además un mejor nivel de producción”.⁸

Coordinación de Vinculación Cultural Comunitaria

A cargo de Azucena Rebollo Rodríguez promueve la cultura comunitaria y los servicios artísticos como: cine clubes, fomento a la lectura, ferias, entre otros; para las personas que viven en comunidades marginadas. Apoya a las delegaciones en las políticas culturales de sus comunidades; además desarrolla los sistemas de operación de las Fábricas de Artes y Oficios (Faros) cuyo titular es el licenciado, Agustín Estrada Ortiz. Promueve el respeto e impulso de diversas manifestaciones culturales.

“Una propuesta que pone en interacción a todos aquéllos actores de la vida cultural y artística de la ciudad, que están interesados en participar, de manera libre y voluntaria, en un proceso más amplio en el que se pongan en

⁸ Elena Cepeda de León, *Tercer Informe de Actividades de la Secretaría de Cultura del Distrito Federal 2009* p. 54.

juego todos los recursos humanos, materiales, económicos, creativos y organizativos tanto de los agentes comunitarios, como de las instituciones culturales de los distintos órdenes de gobierno, de las Delegaciones Políticas, de artistas, académicos e intelectuales y representantes de la iniciativa privada”.⁹

Coordinación de Patrimonio Histórico Artístico y Cultural

Dirigida por el licenciado José de la Rosa Herrera, da a conocer y difunde la trascendencia histórica de los espacios de la Ciudad de México. Entre sus funciones se encuentran la realización de:

- Visitas guiadas en coordinación con las 16 demarcaciones del Distrito Federal, como: El paseo de Plateros, Recorrido por las Calles Recuperadas, Paseo de Leyendas Vivas de la Ciudad de México y Del Pulque al Vino Tinto sin Olvidar la Taberna; entre otras.
- Presenta de exposiciones en los museos pertenecientes a la Secretaría de Cultura, así como su exhibición en recintos alternos de la Ciudad de México que permitan que un mayor número de habitantes de la capital conozcan expresiones artísticas.
- Fomenta la creación, desarrollo o exhibición de nuevas exposiciones con base en el patrimonio tangible e intangible de la Ciudad.
- Realiza de congresos, foros y conferencias de personajes destacables de la Ciudad de México y el país, como el Mes del Patrimonio, celebrado en noviembre y el Congreso de Ciudades Patrimonio.
- Elabora de un catálogo de fiestas tradicionales de la Ciudad de México, tanto cívicas como religiosas, para su difusión y promoción entre la población, cómo: El Natalicio de Benito Juárez, la Expedición del Decreto de Creación del Distrito Federal, el Aniversario Luctuoso de José María Morelos y Pavón, la Feria de la Flor más Bella del Ejido, entre otras.
- Resguarda archivos históricos documentales.
- Esta área coordina los museos, archivos históricos y galerías pertenecientes a la Secretaría de Cultura que son:
 - Museo de la Ciudad de México.
 - Museo Nacional de la Revolución.
 - Museo de los Ferrocarrileros.
 - Museo Archivo de la Fotografía (MAF).
 - Archivo Histórico del Distrito Federal.
 - Salón de Cabildos.

⁹ *Idem.* p. 13.

- Galerías abiertas: de las Rejas de Chapultepec, CINVESTAV, Instituto Politécnico Nacional, Macropiazza Cuitláhuac, Álvaro Obregón y Plaza Juárez.

Coordinación de Sistema de Teatros

Bajo la batuta de Nina Serratos Zavala se encarga de la dirección y programación artística de los teatros que corresponden a la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal que son:

- Teatro de la Ciudad *Esperanza Iris*.
- Teatro Benito Juárez.
- Teatro Sergio Magaña.
- Foro *A poco no*.

Organiza y promueve las artes escénicas con un perfil determinado para cada uno de los recintos. Presenta programación de calidad, ya sea nacional o internacional para la población. Entre las actividades escénicas que se han impulsado destacan: Cena de Reyes (teatro); Big Band Barandela (música); *Egmont* de la Compañía Nacional de Teatro; Evangelio según Clark (teatro), Tom Pain (teatro), Descomposición de Alfonso Cárcamo (teatro); Bashir Lashar de Boris Shoemann (teatro); entre otras.

Dirección de Divulgación Cultural

Aplica la política de comunicación social del gobierno central mediante la identificación de los principales medios de comunicación, con la finalidad de planificar una política de comunicación especial para esta Secretaría. También propone y difunde la imagen de la organización a través de la papelería, publicidad y todo material de promoción.

Es responsable de la vinculación con los medios de comunicación, mediante los que se lleva a cabo la difusión de las actividades artísticas y culturales de la Secretaría. Lo anterior de acuerdo con lo establecido en el Artículo 97E de la Gaceta Oficial del Distrito Federal el 26 de octubre de 2007¹⁰. El titular es el licenciado Miguel Ángel Pineda Baltazar.

¹⁰ Gaceta Oficial del Distrito Federal, Décima Séptima Época, No. 200, 26 de octubre de 2007 http://www.paot.org.mx/centro/leyes/df/pdf/GODF/GODF_26_10_2007.pdf (consulta 18 de junio de 2009, 20:34 horas).

Asimismo, identifica la información en los medios de comunicación de mayor circulación con la finalidad de crear y diseñar una política de comunicación interna. Promueve el diseño de la imagen institucional a través de la elaboración de papelería, material de publicidad y promoción.

A través del **área de prensa** diseña y consolida una estrategia de vinculación con los medios de comunicación; y **promueve y difunde los eventos culturales y artísticos.**

Dirección Académica

Establece los lineamientos y estrategias para fortalecer las actividades académicas y artísticas de las escuelas de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal que son: Centro Cultural Ollin Yoliztli, Fábricas de Artes y Oficios (Faros) y los Centros Culturales José Martí y Xavier Villaurrutia. Su titular es el maestro Federico Bañuelos.

Cuenta con las escuelas de Música, Vida y Movimiento, de Danza Contemporánea, de Iniciación a la Música y la Danza, del Rock a la Palabra y de Danza de la Ciudad de México.

Dirección de Operación de la Orquesta Filarmónica de la Ciudad de México OFCM

Se formó en 1978 auspiciada por el desaparecido Departamento del Distrito Federal. Su objetivo es llevar la música de concierto a la mayor cantidad de personas posible a través de las políticas culturales que la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal lleva a cabo.

Contribuye en la formación de músicos. En su recinto, la sala Silvestre Revueltas del Centro Cultural Ollín Yoliztli alberga y difunde la música de la que es considerada una de las más destacadas orquestas en México.

Otras agrupaciones musicales de la dependencia son: la Banda Sinfónica de la Ciudad de México, la Banda de la Secretaría de Cultura, el Coro de la Ciudad de México, el Cuarteto Dos Siglos, la Orquesta Típica de la Ciudad de México, el Coro de la Orquesta Típica de la Ciudad de México y el Ensamble de Alientos.

Las agrupaciones residentes son: Quinteto de Alientos de la Ciudad de México, Cuarteto Latinoamericano, Cuarteto Fundamental y el Quinteto de Cuerdas Raíces.

Dirección de la red de Faros de la Ciudad de México

La Secretaría de Cultura cuenta con cuatro Fábricas de Artes y Oficios (Faros) en zonas alejadas del primer cuadro de la capital del país; se encuentran bajo la dirección del licenciado Agustín Estrada Ortiz y son:

- Faro de Tláhuac.
- Faro Indios Verdes.
- Faro de Oriente.
- Faro Olla de Piedra Milpa Alta.

Comisión de Filmaciones

La Comisión de Filmaciones de la Ciudad de México se instaló el 1 de abril de 2009 con base en la Ley de Filmaciones del Distrito Federal vigente publicada en la Gaceta Oficial del Gobierno del Distrito Federal en la que se establece como un organismo adscrito a la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal.

Apoya e impulsa a la industria audiovisual pues agiliza los procedimientos administrativos para el uso de la infraestructura con la que cuenta la capital del país. Además garantiza legal y jurídicamente la realización de producciones audiovisuales en el Distrito Federal.

Pretende simplificar los procedimientos para llevar a cabo una filmación en la Ciudad de México desde la planeación, el desarrollo hasta el producto final de la filmación.

Está a cargo de Fernando Uriegas Vázquez, quien fue designado por el Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Marcelo Ebrard Casaubon el 17 de abril de 2009. Cuenta con un Consejo Directivo conformado de la siguiente manera:

“Presidido por la Secretaria de Cultura, Elena Cepeda de León; Fernando Uriegas Vázquez es secretario técnico del organismo, que conforman Mónica Lozada Serrano (representante de los productores de cine); Juan Osorio (productores de televisión); María Teresa Fernández Rivas (compañías productoras de comerciales); Juan Roberto Mora Catlett (escuelas de cine en el Distrito Federal); Juan Carlos Rulfo (documentalista); Jorge Santoyo Vargas (sociedades cooperativas), y Marcela Fernández Violante (videoastas).

“La Comisión de Filmaciones cuenta con dos áreas: la de permisos – que trabaja en colaboración con las delegaciones y las distintas dependencias para determinar su viabilidad y logística– y la de promoción. Hasta la

publicación de la Ley de Filmaciones, las 16 delegaciones políticas del Distrito Federal determinaban quién y qué se filmaba en sus demarcaciones”.¹¹

Fundación Cultural de la Ciudad de México

Es un medio de enlace entre creadores, investigadores, instituciones gubernamentales y de iniciativa privada que se dedican a la gestión, promoción, creación y divulgación de la cultura en la capital del país, esto con la finalidad de crear nuevas políticas culturales en favor de la población.

¹¹ “En 2009 la Secretaría de Cultura instala la Comisión de Filmaciones de la Ciudad de México”, Boletín 677 del 23 de diciembre de 2009.

1.2 La Dirección de Divulgación Cultural

Establece las relaciones de comunicación con los medios de comunicación y la población a través de las diversas áreas que la componen:

- Administración.
- Análisis y Prospectiva.
- Código DF, radio cultural en línea.
- Diseño.
- Distribución.
- Enlace de programación.
- Fomento editorial.
- Fotografía.
- Prensa.
- Síntesis informativa para los funcionarios de la dependencia.
- Soporte informático (pagina Web).

Organigrama de la Dirección de Divulgación Cultural



Administración

Administra los bienes económicos y materiales y los distribuye equitativa entre los departamentos que la componen.

Gestiona los trámites administrativos tanto del personal que ahí labora, como del área en general por ejemplo: los contratos y relaciones financieras, entre otros.

Con los medios de comunicación lleva a cabo el pago de las inserciones; además otorga los recursos para la impresión de los materiales gráficos como carteles y carteleras que se distribuyen a la población.

Análisis y prospectiva

Analiza la información que se publica en los medios de comunicación, se evalúa la presencia de la titular de la dependencia en medios, Elena Cepeda, y de las diversas actividades culturales que ésta desempeña.

Bajo esta base se determina y propone el perfil de la población a la cual se desea llegar con campañas específicas de difusión.

Sugiere el mensaje que da la Secretaría con la finalidad de difundir sus actividades de acuerdo con el tipo de público al que se dirige cada uno de los espectáculos y actividades culturales que se llevan a cabo.

Administra la cuenta de *Facebook* de la dependencia cultural. Actualmente trabaja en la creación de un portal cultural como espacio en el que puedan participar las personas interesadas en temas y diversas manifestaciones culturales de la Ciudad de México.

Código DF, radio cultural en línea

Desde el 4 de septiembre de 2008 la red cuenta con otra alternativa radiofónica, *Código DF* pues mediante el uso de tecnologías informativas brinda a los usuarios de Internet la posibilidad de conocer las ofertas culturales no sólo de la Secretaría de Cultura, sino de todas las dependencias encaminadas al desarrollo cultural tanto local, nacional e internacional.

“Sintetiza lo que para el Gobierno del Distrito Federal (GDF) y para la Secretaría de Cultura significa el derecho a la cultura, gratuidad, universalidad y calidad a través de un medio de comunicación orientado prioritariamente a los jóvenes”.¹²

En esta estación convergen diversas expresiones culturales que van desde la música hasta los temas de coyuntura social en México y el mundo. Cuenta con colaboradores como: Mónica Lavín, Fabricio Mejía, Julio Patán, Eugenia León, Mardonio Carballo, Estela Leñero, Armando Vega Gil, Víctor Ronquillo, Rodolfo Ritter, entre otros.

Desarrollo Web

Es el área encargada de actualizar el sitio de Internet de la Secretaría de Cultura, la cartelera y el diseño de los carteles en: www.cultura.df.gob.mx

El sitio de Internet fue modificado a principios de 2009 y la tarea principal del área de Desarrollo Web es mantener actualizada la página con la finalidad de brindar información oportuna y certera a las personas que deseen acceder a las actividades culturales.

¹² *De todo... Cultura... para todos, Servicios, programas, apoyos y actividades de la Secretaría de cultura y cómo participar en ellos*, p. 15.

De acuerdo con su titular Carolina Mejía Moreno “el área se hace responsable del mantenimiento de todos esos sitios en el servidor de la Secretaría de Cultura, lo que incluye las bases de datos y todos los archivos que la conforman, desde imágenes estáticas hasta video o animaciones”.

Brinda apoyo a los sitios informáticos de los recintos de la Secretaría de cultura que cuentan con ellos como: El Faro de Oriente y el Sistema de Teatros. Apoya la página de la estación de radio por Internet de la Secretaría Código DF (www.codigoradio.cultura.df.gob.mx) con material gráfico y en la creación del sitio de la Comisión de Filmaciones.

Además de los sitios de eventos especiales como Noche de Primavera y la Feria Internacional del Libro en el Zócalo de la Ciudad de México, y el de la Orquesta Filarmónica de la Ciudad de México.

Diseño

Aquí se “Diseña la imagen, logo y cualquier especificación gráfica de espacios publicitarios –cartel, políptico, programa de mano, volante, tríptico, gafetes, pendones, dovelas, parabúses–, para promover y difundir las actividades y los programas culturales de la Secretaría entre los habitantes y visitantes de la Ciudad de México”¹³.

Apoya a las coordinaciones y departamentos y autoriza con base en los lineamientos de la Dirección General de Comunicación Social del Gobierno del Distrito Federal las imágenes institucionales de los eventos.

Coordina y apoya eventos externos, establece los lineamientos para la utilización de los logos institucionales en carteles que realizan otras instituciones.

Diseña materiales gráficos que se distribuyen como: carteles, carteleras, la *Chilanguía* mensual y quincenal además de las invitaciones para medios.

Diseña e imprime los personificadores de los eventos –conferencias de prensa y académicas, inauguraciones– que se llevan a cabo de acuerdo con las especificaciones que cada uno exija, esto de acuerdo con las instituciones con las que se trabaja en conjunto.

¹³ Manual Administrativo de Procedimientos de la Dirección de Divulgación Cultural

Distribución

Su objetivo es: “distribuir el material impreso de la Secretaría de Cultura, así como el recibido a través de vínculos particulares de apoyos externos en las Delegaciones Políticas, Recintos Culturales, Instituciones Gubernamentales y Educativas; para difundir las actividades culturales de la Secretaría y del Distrito Federal para conocimiento del público en general”¹⁴.

Distribuye los materiales gráficos impresos en los principales centros culturales de la Ciudad de México, instituciones públicas y privadas y demarcaciones que la componen; con la finalidad de que éstos lleguen a un mayor número de personas que la habitan o la visitan.

Los materiales que se encarga de distribuir son: carteles de los eventos más destacados que organiza la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal, la cartelera de mano mensual y la *Chilanguía* mensual.

Transporta el material necesario para los diversos eventos que se realizan en la Dirección de Divulgación Cultural, como equipo de cómputo, video y fotografía.

Enlace de programación

Es el área encargada de realizar y actualizar la programación general –diaria y mensual– de los recintos de la Secretaría de Cultura, así como de los espacios culturales que apoya.

Esto con la finalidad de informar a las áreas que componen esta Dirección del calendario en el que se llevarán a cabo; y éstas a su vez puedan desarrollar su trabajo satisfactoriamente.

En conjunto con la subdirección de la Dirección de Divulgación Cultural elige el contenido de las carteleras mensuales y de la cartelera de mano por medio de las cuales se informa de las actividades a la población que acude a diversos recintos culturales o utiliza los principales medios de transporte público como metro y metrobús.

Elige y redacta el contenido de las inserciones que tiene la dependencia en los medios de comunicación.

¹⁴ *Idem.*

Realiza carteleras especiales para grupos de intelectuales, embajadores, delegados y representantes de las diversas instancias gubernamentales. Además de la cartelera que se publica mes a mes en la *Chilanguía*.

Prensa

Es el área la encargada de la cobertura periodística de las actividades culturales que realiza o apoya la Secretaría de Cultura.

Organiza y/o coordina la realización de las conferencias de prensa mediante las que se anuncian las actividades culturales que lleva a cabo la dependencia.

Invita a los representantes de los medios de comunicación de la fuente cultural y de espectáculos a las actividades culturales y conferencias de prensa a través de un documento que es enviado por correo electrónico.

Realiza los boletines de prensa y materiales de apoyo que sirven a los reporteros de la fuente como base para la difusión de los eventos y actividades culturales realizadas en favor de la población del Distrito Federal.

Esta área sirve de enlace entre los medios de comunicación y los funcionarios, creadores y artistas para la realización de entrevistas para profundizar la información básica que se les proporciona.

Coordina la realización de la síntesis informativa de las notas culturales sobre la Secretaría y dependencias instancias culturales mediante la revisión de medios de comunicación impresos y electrónicos.

Fomento editorial

Fomenta la lectura y promueve la industria editorial. Edita colecciones que abordan temas artísticos, históricos y literarios, principalmente sobre la Ciudad de México.

Fotografía

Hace la cobertura gráfica de los eventos y actividades, proporciona material a los medios de comunicación que así lo soliciten por medio del correo electrónico, teléfono o el portal. Trabaja en coordinación con el área de prensa para la cobertura de los eventos.

El archivo fotográfico con el que cuenta, sirve también para la elaboración de la *Chilanguía quincenal* que se publica en el periódico *La jornada* y la mensual que se distribuye en establecimientos y recintos culturales de la ciudad.

Proporciona las fotografías necesarias para la realización de aplicaciones institucionales como: logotipos, carteles, postales, banners, aplicaciones multimedia y videos promocionales de las actividades de la Secretaría de Cultura.

Apoya a los recintos culturales de la dependencia en la toma de fachadas de los mismos, y el levantamiento fotográfico de obras de arte como; pintura y escultura.

Archiva y clasifica el material fotográfico que captura, éste se utiliza en las publicaciones de la Secretaría de Cultura como el informe anual y en las carteleras.

Síntesis

Busca información en los principales medios de comunicación sobre la Secretaría de Cultura y el entorno cultural, social y político en el cual se desarrolla la dependencia. Realiza un compendio diario de éstas, y si así lo solicitan las coordinaciones y direcciones de la Secretaría de Cultura también se realiza por temas, a esto se le denomina dossier.

Revisa el monitoreo de la Dirección de Comunicación Social del Gobierno del Distrito Federal –pues en la Secretaría de Cultura no se cuenta ni con el equipo ni con el personal necesario para llevar a cabo la revisión de medios electrónicos como: radio y televisión – a través de este sistema de monitoreo obtiene la relación de las notas que se difundieron en éstos.

Conocer los objetivos de una organización, así como su estructura organizacional interna permitirá establecer los objetivos del área de prensa acordes con la visión y objetivos estratégicos de la institución en cuestión.

El área de comunicación en una empresa o institución resulta fundamental para que el público interno y externo pueda conocer sus acciones y al mismo tiempo cumplir de manera eficaz los objetivos para los cuales fue creada.

Para trabajar en la comunicación externa de una organización es necesario conocerla a detalle en su interior, lo cual se realizó en este capítulo.

2. Diagnóstico del trabajo del área de prensa de la Dirección de Divulgación Cultural de la Secretaría de Cultura

Este capítulo tiene el objetivo de diagnosticar el trabajo que realiza el área de prensa y su funcionamiento, a través de su relación con los medios de comunicación mediante el análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA)

Asimismo se describen las principales actividades que ésta realiza con la finalidad de conocer en términos generales su trabajo.

Este diagnóstico tiene la finalidad de saber por qué resulta de vital importancia la realización de esta propuesta de manual de procedimientos.

2.1 El área de prensa

El área de prensa de la Dirección de Divulgación Cultural de la Secretaría de Cultura se encuentra ubicada en el primer piso del edificio que alberga a esta institución, en Avenida de la Paz número 26 Colonia Chimalistac en la delegación Álvaro Obregón.

Está a cargo de José Luís Flores y cuenta con cuatro reporteros más de planta: Nery Anaya, Guadalupe Cerrillo, Alejandro Cruz y Martín Juárez; además de personas de apoyo que realizan su servicio social o prácticas profesionales.

Esta área se encarga de:

- La elaboración de materiales informativos que se entregan a los medios de comunicación en las conferencias de prensa que se llevan a cabo en los recintos de la Secretaría, principalmente: El Teatro de la Ciudad *Esperanza Iris*, El Museo de la Ciudad, el Teatro Benito Juárez, el Teatro Sergio Magaña, el Museo de la Ciudad de México y el Museo Archivo de la Fotografía; o bien otros espacios que se rentan para la difusión de eventos especiales.
- En los festivales y eventos a los que asisten funcionarios de la Secretaría, la institución apoya en su organización; se acude a su cobertura y la oficina de prensa no proporciona material de apoyo, el reportero acude como un medio de comunicación más, pero realiza los boletines y discursos correspondientes para subirlos al sitio de Internet de la dependencia.
- Lleva a cabo una evaluación de la información que se difunde a través de los medios de comunicación por medio de informes mensuales en los que se hace un balance de la presencia de la Secretaría, sus recintos, eventos y funcionarios.

- Elabora boletines de las conferencias de prensa y eventos culturales que realiza la Secretaría. En primera instancia el contenido pasa al jefe de prensa y posteriormente al jefe de redacción quien, en caso de ser información previa, decide el momento en que ha de publicarse y enviarse a los medios de comunicación.
- Elabora órdenes de trabajo, tanto para reporteros del área y el departamento de fotografía, en las que se especifica el evento, hora, lugar y actividades a realizar, y si es necesario llevar algún material, (material de apoyo, registro de medios y personificadotes).
- Establece contacto con reporteros y jefes de información de la fuente cultural de los medios que solicitan información o bien por medio de llamadas telefónicas se les notifica de las actividades que al día siguiente realizará la secretaria Elena Cepeda de León y demás funcionarios de la Institución.
- Manejo de reporteros y fotógrafos (transporte en coordinación con la Secretaría de Turismo del Gobierno del Distrito Federal) cuando el acceso al recinto es complicado como la Feria del Olivo y el Amaranto en Tulyehualco, Xochimilco.
- Agenda de eventos y entrevistas exclusivas con los medios de comunicación que así lo soliciten, para lo cual acude un reportero del área de prensa con la finalidad de tener la grabación de las declaraciones y discursos.
- Realiza guiones para *spots* y programas de radio y televisión de la Secretaría que se graban en *Código DF* y *Capital 21*.
- Prepara el material gráfico para las conferencias de prensa, personificadores y diseño del formato de invitaciones, boletines de prensa, materiales de apoyo y registros de medios en coordinación con el departamento de diseño.
- Prepara una agenda semanal con las actividades culturales de la Secretaría con base en la división de fuentes, cada reportero del área decide cuáles son los eventos más destacados de la semana siguiente para incluirse en la agenda que se envía a los medios de comunicación.
- Trabaja con el departamento de fotografía, encargado asimismo de la cobertura de los eventos, conferencias de prensa, inauguraciones, obras de teatro, conciertos, y demás actividades con la finalidad de proporcionar a los medios de comunicación material gráfico para sus publicaciones.

- Compila la información publicada en los medios de comunicación mediante la síntesis informativa y monitoreos de medios; misma que distribuye entre los funcionarios de la dependencia.

Las principales actividades del área de prensa se concentran en la elaboración de materiales informativos que se distribuye a los medios de comunicación.

Esta información se les proporciona en las conferencias de prensa y por correo electrónico; sin embargo, a su vez los medios únicamente mencionan aquella información noticiosa que creen pertinente limitando así el acceso de la población a la información sobre el acceso a los bienes culturales que se ofrecen.

Lo cual puede deberse a un exceso de información y a la falta de unificación de la misma.

Resulta fundamental que los reporteros del área tengan los materiales básicos para realizar su trabajo, principalmente información veraz y oportuna, por lo que resulta de vital importancia que conozcan con precisión la misión, visión y objetivos de la dependencia en que laboran como primer enlace de la dependencia con los medios de comunicación y al mismo tiempo con la población.

“La Dirección de Divulgación Cultural trabaja con el objetivo de dar a conocer a los capitalinos las actividades y programas que lleva a cabo la Secretaría, desarrollando para ello programas y estrategias de difusión a corto, mediano y largo plazo para que los medios de comunicación divulguen tales actividades utilizando medios propios para hacer difusión directa.

“A través de su **coordinación de prensa**¹⁵ realiza un trabajo permanente para la promoción y divulgación de los eventos que se realizan en los recintos culturales de la Secretaría y sitios públicos. Cotidianamente se envían boletines de prensa por fax y correo electrónico a más de 50 reporteros¹⁶ y editores de cultura y espectáculos de los medios de comunicación; se convoca a conferencias de prensa sobre los eventos más importantes y se elaboran las carteleras semanales y otras inserciones que se hacen en los medios impresos”.¹⁷

“El gobierno cuenta con oficinas que proporcionan información a los medios, aunque no se produce la verdadera comunicación con la sociedad... los media consumen considerables cantidades de energía, tiempo y dinero en su cobertura. En contraste, muchos de los informativos diarios se preparan

¹⁵ En el documento oficial se le denomina **coordinación de prensa**; sin embargo, para efectos de este trabajo y por consulta a la Dirección de Divulgación Cultural en su estructura es el **área de prensa**.

¹⁶ Este dato se conserva pues es una cita textual; sin embargo, el número de reporteros acreditados supera esa cantidad pues se tienen en la base de datos del área de prensa de la Secretaría de Cultura más de 200 direcciones electrónicas. *De todo... Cultura... Para todos, Servicios, programas, apoyos y actividades de la Secretaría de cultura y cómo participar en ellos*, p. 15.

¹⁷ *Idem*, p. 15.

con materiales aportándose incluso iniciados por los funcionarios de la información pública y por el personal de relaciones públicas de las agencias gubernamentales”¹⁸

Brinda información a los integrantes de los medios de comunicación registrados en la base de datos, así como a aquellos que así lo soliciten por medio del correo electrónico, de forma personal o bien vía telefónica.

2.2 Diagnóstico del área de prensa

El diagnóstico del trabajo del área de prensa de la Dirección de Divulgación Cultural se llevó a cabo de la siguiente manera.

En la primera etapa se realizó en un nivel de investigación básica mediante la observación participante; es decir, como una persona de apoyo primero de servicio social y después de prácticas profesionales, de esta manera se pudieron conocer a detalle: la forma de trabajo de los reporteros, y los formatos y redacción de materiales informativos que se elaboran en el área.

En esta primera etapa se recabó la mayor parte de información posible, tanto de la estructura organizacional de la dependencia como del área de prensa, mediante documentos institucionales y la revisión de material bibliográfico acorde con el tema.

En una segunda etapa, como público externo del área de prensa, se elaboró un cuestionario, tomando como base las observaciones preliminares, y se utilizó la entrevista como técnica de investigación cualitativa, la cual se aplicó a quienes trabajan como reporteros del área de prensa o que están directamente involucrados con el trabajo de ésta. Con esto se realizó un análisis cualitativo, pues el cuestionario que se elaboró fue de preguntas abiertas.

Los resultados de las observaciones y de los cuestionarios aplicados arrojaron lo siguiente:

El diagnóstico del trabajo del área de se realizó mediante el análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Asimismo se describen las principales actividades que ésta realiza.

Este diagnóstico tiene la finalidad de saber por qué resulta de vital importancia proponer un manual de procedimientos. El análisis se realizó mediante

¹⁸ Rubén Molina Martínez, *Gobierno y comunicación social*, México: Instituto Politécnico Nacional, 2002, p. 50.

un FODA; es decir, las fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas que se detectaron en el trabajo del área.

2.3 FODA del trabajo del área de prensa

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Reporteros especializados. • Relación directa y constante con los representantes de los medios de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas de trabajo deficientes. • No se redactan comunicados, sólo avisos. • El área de prensa no tiene misión, visión y objetivos establecidos de manera formal. • No se cuenta con un manual de procedimientos del área. • No se tiene un organigrama en el área. • Personal insuficiente. • Estrategias de comunicación limitadas.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Herramientas de trabajo más modernas. • Aumento de la planta laboral • Un manual de procedimientos. • Redacción y emisión de la información en menor tiempo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Exceso de información. • Anticipación de otras instituciones culturales en la difusión de información (especialmente cuando se trata de un evento en el que colaboran). • Programación de eventos (mismo día y hora). • Los reporteros del área no conocen la misión, visión y objetivos de la dependencia.

FORTALEZAS

Reporteros especializados

En enero de 2009 se le asignó a cada reportero del área de prensa una fuente con la finalidad de conocer los detalles por anticipado de las actividades que se organizan.

La fuente fue elegida de acuerdo con las preferencias personales, disponibilidad y experiencia de cada reportero; con base en el trabajo de las coordinaciones y direcciones en las que se divide la Secretaría de Cultura.

El reportero se encarga de recabar la información sobre los eventos que se organizan en el área a su cargo, la redacta en **boletines informativos** o **materiales de apoyo** que son distribuidos entre los representantes de los medios de comunicación y de ser necesario asiste y redacta el boletín de la conferencia de prensa en la que se profundizó sobre las acciones que se realizan y a la que asisten los creadores, involucrados y autoridades de la Secretaría de Cultura; y la incluye, todas las actividades, sin importar su trascendencia periodística, en la **agenda semanal de prensa** que se envía a los medios de comunicación cada jueves.

Es así como la difusión de la información que emite la Secretaría de Cultura llega en primera instancia a los medios de comunicación, para que a través de éstos la población acceda a los eventos para el fomento cultural son una fortaleza pues cada reportero conoce a profundidad el tema del que se trata y las personas encargadas de cada coordinación ya saben a quién acudir para la difusión de sus eventos.

“En el caso del gobierno, ante la imposibilidad real de que mantenga comunicación directa, cara a cara con la ciudadanía, como lo hacían los griegos, para validar el ejercicio del poder de manera democrática se tiene que apoyar de los medios de comunicación para que la sociedad esté enterada de las acciones gubernamentales”.¹⁹

Por esta razón el trabajo que se realiza en el área de prensa de la Secretaría de Cultura resulta fundamental para la “creación de nuevos públicos” y el acceso a los bienes y servicios culturales que ofrece la institución.

Con la división de fuentes ya mencionada y la correspondiente especialización, los reporteros del área se encargan de la redacción y unificación de una **agenda semanal** que se envía a los medios de comunicación en la que se incluyen las actividades artísticas y culturales de la semana consecutiva.

El periodista que se ha gestado como un experto dentro del área que domina es muchas veces buscado por otros periodistas para ser difusor y generador de opiniones y hechos que ocurren en su área.

Los conocimientos que el periodista ha adquirido a través de su proceso de especialización le permiten precisar la veracidad de los datos que presentan sus fuentes.

“Los periodistas especializados no se limitan a informar de los hechos, se han convertido en profesionales capaces de interpretar, valorar y, explicar los contenidos informativos de ámbitos temáticos muy precisos y complejos”²⁰. Por esta razón el que los reporteros del área de prensa se especialicen en una fuente les da plusvalía con respecto a los reporteros gubernamentales de otras dependencias encaminadas a la difusión cultural.

¹⁹ *Idem.* p. 32.

²⁰ Quesada Pérez Montserrat, *Periodismo especializado*, España, Ediciones Internacionales Universitarias, 1998, p. 21.

Relación directa y constante con los representantes de los medios de comunicación

El área de prensa funge como enlace entre los representantes de los medios de comunicación con los creadores y artistas, con la finalidad de ampliar la información sobre su trabajo y obra.

Rubén Molina Martínez afirma que: “Se mantienen fuertes vínculos de dependencia entre los medios y el Estado. En el caso de la prensa, el gobierno tiene en su favor el enorme interés de los editores para contar con la publicidad oficial. En los medios electrónicos, la existencia de una legislación que establece restricciones que, gracias a autorizaciones que da el gobierno, dejan de cumplirse, mantiene forzada pero constatable la relación de beneficio mutuo”²¹. Esto al respecto de la relación de las oficinas de prensa con los medios de comunicación.

Esta es una **fortaleza** debido a que los representantes de los medios de comunicación pueden acceder oportuna y eficazmente a la información exclusiva y ampliada.

La eficacia y rapidez con la que son atendidos los medios de comunicación repercute en la confianza que tienen para acercarse a esta área en busca de información.

Con estas actividades el área de prensa cumple la normatividad vigente en cuanto a la difusión y promoción de las actividades culturales que se llevan a cabo en el Distrito Federal.

De acuerdo con lo establecido en la *Ley de Fomento Cultural del Distrito Federal* en la fracción VI del artículo cuarto se entiende a la difusión cultural como: “La acción de las instituciones culturales públicas, de dar a conocer, a través de cualquier medio o actividad, las distintas manifestaciones, actividades, productos o formas culturales realizadas en el Distrito Federal”²².

DEBILIDADES

Herramientas de trabajo deficientes

Ante el presupuesto limitado de la dependencia, no se cuenta con el mobiliario suficiente para que las personas que ahí laboran realicen satisfactoriamente sus actividades.

²¹ Molina *Op. Cit.*, p. 121.

²² *Programa de Fomento y Desarrollo Cultural del Distrito Federal 2004-2006*, p. 250.

Como ya se mencionó el área cuenta con una planta laboral de cinco reporteros contratados; sin embargo, ante la cantidad de trabajo se requiere el apoyo de personas de servicio social o prácticas profesionales para tener en tiempo y forma la totalidad de materiales informativos que ahí se elaboran.

En la redacción se cuenta con cinco computadoras personales de escritorio; sin embargo, no todas funcionan pues algunas están infectadas con virus.

De esta manera las personas de apoyo no tienen las herramientas para realizar su trabajo. Y si están ejecutando alguna tarea como: boletines de prensa, invitaciones, materiales de apoyo, actualización de la sala de prensa del sitio de Internet de la Secretaría de Cultura, entre otros, y se incorpora algún reportero de un evento, no se tiene los equipos de cómputo necesarios para que todos hagan su trabajo en tiempo y forma.

Los reporteros del área consideran importante contar con un equipo de cómputo portátil, pues aseguran que se pierde mucho tiempo en el traslado del recinto en que fue el evento (que generalmente son en el centro de la Ciudad por la ubicación de los recintos) hasta la zona de San Ángel (que es donde se encuentran las instalaciones de la Secretaría de Cultura). Esto impide el flujo de la información con rapidez.

“Para economizar el tiempo y trabajo, considero importante tener una lap top para hacer el boletín en el lugar que te encuentres para que lo autoricen y se suba”, comenta, Alejandro Cruz.

Nery Anaya, reportera argumenta al respecto: “La computadora debería ser proporcionada aquí y no ser la mía”, pues es la única reportera que cuenta con equipo portátil de cómputo que le permite enviar el boletín minutos después de haber finalizado un evento y que la información esté en el portal de la dependencia, antes que en los sitios de Internet de las agencias informativas y periódicos.

Otra **debilidad**, en cuanto a herramientas se refiere, es la grabadora de sonidos que apoya la labor del reportero en la cobertura de los eventos pues no todos los reporteros cuentan con una grabadora (ya que se han perdido o descompuesto y no se han repuesto) ésta es una deficiencia ya que a pesar de que el material es de la dependencia y se le proporciona a quien lo necesita, en ocasiones hay varios eventos a la misma hora y no es posible tener la memoria auditiva de éste.

No se redactan comunicados, sólo avisos

Aunado a lo anterior no se tiene una categorización de comunicados donde se informe o aclaren asuntos de interés público y de los medios de comunicación, únicamente se les denominan avisos, los cuales no cuentan con una numeración específica que permita localizarlos con la finalidad de tener un mejor y mayor control de la información que se emite.

Alejandro Cruz, reportero del área de prensa comenta lo siguiente: “sí, lo que hacemos son invitaciones, o cancelaciones; pero muchas veces un comunicado te ayuda a especificar cosas; aclara un error cuestiones más específicas pero que se tome como algo relevante”.

Esto debido a que los detalles sobre un cambio de sede, horario o fecha, se realizan por medio del formato de invitaciones que tiene la Secretaría.

El área de prensa no tiene misión, visión y objetivos establecidos de manera formal

La misión, visión y objetivos del área de prensa no están definidos en un sentido estructural, los reporteros que ahí laboren intuyen estos aspectos.

No se cuenta con un manual de procedimientos del área

La Dirección de Divulgación Cultural de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal cuenta con un manual de procedimientos administrativos en el que se da cuenta de los pasos a seguir para la distribución de materiales, entre otros procedimientos.

Sin embargo, el área de prensa, no cuenta con un manual en el que se especifiquen los pasos a seguir para la elaboración de los materiales informativos que ahí se generan.

Es decir, al capacitar a las personas que se incorporan ya sea a la planta laboral del área o para realizar servicio social o prácticas profesionales “no hay ningún manual como tal, todo es prácticamente verbal”, afirma Alejandro Cruz.

Guadalupe Cerrillo, la reportera con menos tiempo laborando en el área comenta que “es importante conocer los lineamientos, porque yo los fui aprendiendo desde otra área adscrita a la Secretaría de Cultura (prensa del Sistema de Teatros); aquí vas aprendiendo cosas sobre la marcha, con un modo muy empírico para la persona que se está incorporando, más cuando no ha estado en una institución

gubernamental y no está muy familiarizada con el ámbito institucional; entonces sí es importante hacerle saber los lineamientos de lo que debe tomar en cuenta para realizar su trabajo”.

No se tiene un organigrama en el área.

No cuenta con un organigrama interno en el que se describan las funciones y responsabilidades de los elementos que la componen. Lo que provoca duplicidad en las funciones, desorganización y pérdida de tiempo al desconocer las funciones específicas de cada una de las personas que la integran.

Personal insuficiente

El área cuenta con una planta laboral de cinco reporteros; sin embargo, en ocasiones el número de eventos programados en un día supera la capacidad del área de cobertura de los eventos. La planta laboral está conformada por cinco reporteros contratados, cuatro de ellos por honorarios, y uno más mediante una plaza del gobierno local. Sin embargo, el número de actividades imposibilita que se cubran todas por la cantidad de reporteros.

“Porque a pesar de que hay una orden de trabajo no falta el clásico bomberazo, el evento que no estaba y se confirma unas horas antes, eso te mueve como reportero y somos tres personas las que estamos cubriendo”, destaca Alejandro Cruz.

A pesar de que son cinco personas en el área, en el turno matutino (que es cuando se generan más eventos, principalmente conferencias de prensa), sólo tres cubren eventos en este turno, pues el jefe de prensa tiene la obligación de permanecer en la oficina con la finalidad de resolver cualquier eventualidad, como atender medios que no pudieron asistir y se comunican a la oficina o proporcionar material extra por medio del correo electrónico al reportero que se encuentre cubriendo.

Se cuenta con el apoyo de personas que realizan servicio social y prácticas profesionales, pero la responsabilidad de la cobertura de un evento no puede recaer únicamente en ellos, pues los materiales informativos que se elaboran ahí son la carta de presentación más importante de la dependencia para con la gente, pues es a través de los medios de comunicación que rinden cuentas sobre sus acciones.

Estrategias de comunicación limitadas.

Desafortunadamente y tal como lo menciona Rubén Molina Martínez en su libro *Gobierno y comunicación social*, “Las estrategias –del área de prensa de la Secretaría de Cultura– se reducen a la elaboración de boletines informativos y a su distribución entre los medios de comunicación y a “recomendar” dicha información con los representantes de los medios para lograr una buena difusión. Se limita a emitir comunicados y a mantener una precaria relación con los medios pero no a través de los dueños sino de los encargados de las ediciones”²³.

Este es el caso de las llamadas de confirmación pues es una de las tareas fundamentales del jefe de información mantener contacto directo y cordial con los representantes de los medios de comunicación. Estas llamadas le permiten al área contacto directo con los editores de la fuente cultural; sin embargo, en ocasiones son contestadas por personal ajeno a la redacción o de apoyo que no transmite la información a los responsables de la información.

Es así como el área de prensa de la Secretaría de Cultura cae en este error de únicamente emitir información a través de los boletines de prensa, y de las invitaciones a los medios de comunicación como estrategia de información, y no mantiene, la mayoría de las veces, una comunicación directa con los responsables de los medios de comunicación.

Esta limitación se debe en gran medida al número de personas que ahí laboran, pues a veces la cantidad de actividades superan la capacidad de los empleados para realizar algo más que sólo boletines e invitaciones.

OPORTUNIDADES

Herramientas de trabajo más modernas

Como ya se mencionó el área de prensa no cuenta con las herramientas apropiadas para realizar su trabajo. En primera instancia el equipo de cómputo no es el adecuado, no hay grabadoras suficientes y sería conveniente proporcionar a los reporteros equipo portátil de cómputo para reducir el tiempo de realización y envío de boletines.

²³ Molina *Op. Cit.*, p. 126.

Aumento de la planta laboral

Una oportunidad para realizar la cobertura periodística de una mayor cantidad de eventos es el aumento de personas que laboran en el área con una plaza, pues la cobertura de eventos y la redacción del material informativo correspondiente no puede recaer en las personas de apoyo de servicio social o prácticas profesionales, pues a pesar de que forman parte de la dependencia en caso de tergiversación de datos no tiene la misma responsabilidad ni compromiso que el de una persona contratada.

Un manual de procedimientos

La existencia de un manual de procedimientos en el área de prensa es una **oportunidad** de economizar tiempo en la capacitación de los elementos que se incorporan a la planta laboral ya sea como asalariados, servicio social o prácticas profesionales.

Además ayudaría a los trabajadores a reafirmar aspectos básicos de la redacción de materiales informativos para los medios de comunicación.

“Eso nos sirve para reafirmar los conocimientos y aparte para la gente que viene, en este caso, chicos de servicio social o de prácticas, eso nos facilitaría las cosas para economizar el tiempo porque muchas podemos estar explicando cosa por cosa, porque aquí en el área se maneja mucha información.

“Eso nos agilizaría los tiempos porque empezar de cero e ir explicando de aquí se hacen las invitaciones así, y si ellos tuvieran esa representación gráfica lo ven y dicen bueno así es una invitación, y a raíz de eso alguna duda ya sería más fácil aclararla que empezar de cero y hacer todo verbalmente”, Destaca Alejandro Cruz, reportero del área.

Redacción y emisión de la información en menor tiempo

La redacción de los materiales informativos del área de prensa puede realizarse en menor tiempo si se le proporciona al personal de planta equipo de cómputo portátil para disminuir el tiempo de redacción, al eliminar el traslado del lugar donde fue el evento (generalmente en los recintos del centro histórico) hasta la Secretaría de Cultura en el sur de la ciudad.

La redacción de materiales informativos puede acelerarse, en el caso de las personas de servicio social o prácticas profesionales, con un manual de procedimientos, pues de esta manera conocerán cómo realizarlos.

AMENAZAS

Exceso de información

Al día, el área de prensa envía entre dos y cuatro boletines de prensa de eventos que se llevaron a cabo e invitaciones para los que se realizarán en los días subsecuentes, lo que en algunas ocasiones cae en un exceso de información que incluso satura las vías de emisión de ésta –correo electrónico– para la salida de los boletines de prensa e invitaciones a los representantes de los medios de comunicación.

Por esta razón se ha tenido que buscar la creación de siete cuentas de correo electrónico que generan confusión, pues las dudas, comentarios y peticiones llegan indistintamente a estos.

Ejemplo de ello fue la acreditación de los medios para el “Concierto del Ángel” de Plácido Domingo que se llevó a cabo el 19 de diciembre de 2009, la cual fue realizada por esta vía.

La recepción de las solicitudes de los medios de comunicación para acceder a la cobertura del evento se realizó por correo electrónico; sin embargo, se recibieron en tres de las siete direcciones con las que se cuenta, lo que complicó localizar las solicitudes y atenderlas oportunamente.

Por esta razón es fundamental de nuevo citar el trabajo de Rubén Molina Martínez quien destaca que: “el exceso informativo necesita tamizarse, ordenarse, filtrarse, transformarse en un mensaje válido; es decir, en comunicación... el gobierno debería de tener en cuenta que es más importante la calidad de información, de mensajes que envía a la sociedad a través de los medios. Si evita la saturación por exceso de mensajes y los mejora cualitativamente, los resultados serían mejores para el propio gobierno y la sociedad”²⁴.

Así en este mismo contexto “Norbert Wiener, citado por Ferrer comenta que: “No es la cantidad de información lo que importa sino aquella que es capaz de penetrar lo suficiente en un dispositivo de almacenamiento y comunicación, sirviendo como gatillo de acción”²⁵.

²⁴ *Idem.* p. 130.

²⁵ *Idem.* p. 130.

Anticipación de otras instituciones culturales en la difusión de información (especialmente cuando se trata de un evento en el que colaboran)

Una de las amenazas a las que se enfrenta el área de prensa de la Secretaría de Cultura es que otras instituciones como el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) envíe la información correspondiente a los eventos culturales que organizan en conjunto y ésta sea tomada por los medios de comunicación priorizando las acciones federales, por lo que la imagen de la dependencia capitalina no se vería reflejada en los medios de comunicación.

Programación de eventos (mismo día y hora)

En ocasiones otras instituciones encaminadas al desarrollo cultural como el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) y Difusión Cultural UNAM, entre otras; realizan presentaciones, conferencias de prensa o desayunos en el mismo día y hora que la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal, razón por la cual los reporteros de esta fuente se dividen y la afluencia es menor a la esperada.

Los reporteros del área no conocen la misión, visión y objetivos de la dependencia

Los reporteros que laboran en la Secretaría de Cultura ignoran la misión, visión y objetivos de la institución, si bien tienen nociones de lo que estos conceptos significan, no se tiene un refuerzo gráfico de éstos.

Roberto Perea, jefe de información de la Dirección de Divulgación Cultural, asegura desconocer estos conceptos “no los conozco en este sentido estricto, la conozco en términos prácticos, pero no en un esquema estructuralista oficial”.

Nery Anaya, comenta que los conoce “más o menos”, porque alguna vez los leyó, esto nos demuestra que no son ideas que se refuercen constantemente en los trabajadores de la Secretaría de Cultura, especialmente a los del área de prensa pues son los encargados de difundir las actividades de la dependencia, es decir trabajar en la buena imagen de la dependencia.

Con respecto a este punto, José Luis Flores, jefe de prensa asegura que “lo se, pero no hay un área donde esté misión y visión, los he llegado a intuir, los he llegado a conocer no porque alguien haya llegado y te haya dicho mira es esto, sí los intuyo, los conozco, de hecho trabajo con ellos”.

Este es un problema pues si se trabaja constantemente con estos conceptos para difundir y potenciar la imagen de la Secretaría de Cultura entre la población y los medios de comunicación, es indispensable conocerlos.

De esta manera se debe trabajar antes que nada con el área de comunicación de la Secretaría para la difusión de la misión, visión y objetivos, y de esta manera crezca el Sentido de Orgullo de Pertenencia. Y este orgullo se transmita a la población.

Potencialidades

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reporteros especializados. • Relación directa y constante con los representantes de los medios de comunicación. 	<p>Potencialidades</p> <p>Ahorro de tiempo en la redacción de materiales informativos para anticiparse a otras instituciones y posicionarse en la preferencia de los editores de la fuente cultural por la precisión y calidad en los datos.</p>
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Herramientas de trabajo más modernas. • Aumento de la planta laboral • Un manual de procedimientos. • Redacción y emisión de la información en menor tiempo. 	

Se puede reducir el tiempo en la redacción de materiales informativos para anticiparse a otras instituciones y posicionarse en la preferencia de los editores de la fuente cultural por la precisión y calidad en los datos.

Esto si se le proporciona a los reporteros herramientas de trabajo portátiles que les permitan redactar en el lugar del evento, como sucede con algunos reporteros de los medios de comunicación. De igual forma es posible la cobertura de más eventos si se aumenta el número de reporteros del área. En caso de que se apruebe un manual de procedimientos del área permitirá al personal conocer los procesos para la redacción de los materiales informativos y de esta manera realizarlos en el menor tiempo posible.

Limitaciones

<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Herramientas de trabajo deficientes. • No se redactan comunicados, sólo avisos. • El área de prensa no tiene misión, visión y objetivos establecidos de manera formal. • No se cuenta con un manual de procedimientos del área. • No se tiene un organigrama en el área. • Personal insuficiente. • Estrategias de comunicación limitadas. 	<p>Limitaciones</p> <p>Los reporteros no conocen la misión, visión y objetivos formales de la institución, lo que los limita y los pone en desventaja con otras dependencias, al tiempo que la ausencia de herramientas de trabajo disminuye la eficacia de su trabajo.</p>
<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exceso de información. • Anticipación de otras instituciones culturales en la difusión de información (especialmente cuando se trata de un evento en el que colaboran). • Programación de eventos (mismo día y hora). • Los reporteros del área no conocen la misión, visión y objetivos de la dependencia. 	

Los reporteros no conocen la misión, visión y objetivos formales de la institución, lo que los limita y los pone en desventaja con otras dependencias, al tiempo que la ausencia de herramientas de trabajo disminuye la eficacia de su trabajo.

El empleado de una organización es el principal informador de lo que sucede en ésta, por esta razón debe conocer la misión, visión y objetivos; estos aspectos resultan vitales para el trabajo del reportero pues la redacción de los materiales informativos debe apegarse a éstos.

Otra limitación son las herramientas de trabajo pues la ausencia de equipo portátil permite a los reporteros tanto de otros medios de comunicación como de las Instituciones que colaboran con la Secretaría de Cultura para algún evento, esto por la cercanía de las redacciones de los diarios a los recintos del centro histórico o que cuentan con equipos que les permiten redactar al momento.

Riesgos

<p>Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reporteros especializados. • Relación directa y constante con los representantes de los medios de comunicación. 	<p>Riesgos</p> <p>El área de prensa debe aprovechar la buena relación con los medios de comunicación, así como la especialización de sus reporteros para que la fuente cultural prefiera la información del área de prensa a pesar de la programación de eventos a la misma hora así como la anticipación de las instituciones al emitir información.</p>
<p>Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exceso de información. • Anticipación de otras instituciones culturales en la difusión de información (especialmente cuando se trata de un evento en el que colaboran). • Programación de eventos (mismo día y hora). • Los reporteros del área no conocen la misión, visión y objetivos de la dependencia. 	

El área de prensa debe aprovechar la buena relación con los medios de comunicación, así como la especialización de sus reporteros para que la fuente cultural prefiera la información del área de prensa a pesar de la programación de eventos a la misma hora así como la anticipación de las instituciones al emitir información.

Deben aprovecharse las fortalezas del área de prensa para potenciar la presencia de la dependencia en los medios de comunicación, y así cumplir con lo establecido en la Ley de Fomento Cultural para que la gente pueda acceder a las manifestaciones culturales de la Ciudad de México.

Desafíos

<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Herramientas de trabajo deficientes. • No se redactan comunicados, sólo avisos. • El área de prensa no tiene misión, visión y objetivos establecidos de manera formal. • No se cuenta con un manual de procedimientos del área. • No se tiene un organigrama en el área. • Personal insuficiente. • Estrategias de comunicación limitadas. 	<p>Desafíos</p> <p>Para subsanar las debilidades de la ausencia de un manual, falta de una misión, visión y valores en la perspectiva estructural y un organigrama del área, el desafío es realizar un manual de procedimientos que contenga estos aspectos.</p>
<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Herramientas de trabajo más modernas. • Aumento de la planta laboral • Un manual de procedimientos. • Redacción y emisión de la información en menor tiempo. 	

Para subsanar las debilidades de la ausencia de un manual, falta de una misión, visión y valores en la perspectiva estructural y un organigrama del área, el desafío es realizar un manual de procedimientos que contenga estos aspectos.

El manual de procedimientos del área de prensa deberá contener estos aspectos para lograr una integración eficaz del personal del área.

Resultados FODA

Ante la ausencia de una representación gráfica y escrita que indique las funciones, objetivos y pasos a seguir para la realización eficaz de cada una de las actividades que desempeña el área de prensa se la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal, se propone un manual de procedimientos.

Este manual tiene el objetivo de apoyar la capacitación de los elementos que laboran ahí, así como facilitar la incorporación del personal ya sea de planta, prácticas profesionales o servicio social.

“Los manuales administrativos son indispensables en las organizaciones debido a la complejidad de sus estructuras, el volumen de sus operaciones, los recursos que se les asignan, la demanda de productos, servicios o ambos y la adopción de tecnología avanzada para atender adecuadamente la dinámica organizacional.

“...Ya que en ellos se ordenan los elementos fundamentales para hacer más eficiente la comunicación, coordinación, dirección y evaluación administrativas.

“Asimismo abordan los aspectos metodológicos básicos para su diseño, elaboración, presentación, aprobación, manejo, revisión y actualización permanentes”.

Los **manuales administrativos** son documentos que sirven como **medios de comunicación y coordinación** para registrar y transmitir ordenada y sistemáticamente tanto la información de una organización como las instrucciones y lineamientos necesarios para que desempeñe mejor sus tareas”.²⁶

Es así como esta **Propuesta de manual de procedimientos para el área de prensa de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal** pretende describir las funciones específicas de cada uno de los elementos que ahí laboran y de esta manera ahorrar tiempo y esfuerzo en la realización de cada una de las herramientas que utilizan como medios de comunicación externa de esta dependencia como: boletines, materiales de apoyo e invitaciones.

²⁶ Franklin *Op. Cit.* p. 170.

Pues como ya se indicó en el capítulo anterior, la ausencia de un material informativo de este tipo constituye una pérdida de tiempo de los reporteros con mayor antigüedad al momento de capacitar a los nuevos elementos.

Un **manual de procedimientos** es un instrumento que contiene la información necesaria para llevar a cabo una actividad, la elaboración de un producto o la prestación de un servicio. Éste se constituye como un instrumento de **comunicación interna**, al ser una actividad efectuada en este caso por la Secretaría de Cultura para la integración de sus miembros a través de diversos materiales informativos “que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales”²⁷.

En este manual se detalla cronológicamente los pasos y actividades para realizar una función, actividad o tarea de una organización. También incluye el tiempo en el que se deberán llevar a cabo cada uno de los pasos que nos lleven al producto final.

Resultado/pronóstico

Para lograr que la capacitación del personal que se incorpora al área de prensa conozca la manera cómo se realizan se propone un manual, que a su vez contenga la misión, visión y objetivos del área de prensa y de la dependencia con la finalidad de que éstas sean las principales herramientas de trabajo que en conjunto con la buena relación con los medios de comunicación y la especialización de los reporteros la información que la Secretaría de Cultura emite.

Los reporteros del área coincidieron en que sería una buena medida la existencia de un manual de procedimientos del área; sin embargo, éste debe ser perfectible; es decir, que al cambio de director el manual puede modificarse y perfeccionarse.

Asimismo aseguraron que sí lo utilizarían, pero sólo como un mecanismo de consulta pues ellos ya conocen los pasos a seguir para la realización de los materiales informativos; sin embargo, sería utilizado constantemente para capacitar a las personas que realicen su servicio social o prácticas profesionales, esto para únicamente aclarar dudas.

²⁷ Horacio Andrade Rodríguez de San Miguel, “Hacia una definición de la Comunicación Organizacional” en: *La comunicación en las organizaciones*, México: Trillas, 1991, p. 12.

Si bien la capacitación verbal del personal es importante, ésta debe apoyarse en un soporte gráfico.

En este capítulo se evaluó el trabajo que realiza el área de prensa para la difusión de las actividades culturales que lleva a cabo la Secretaría. Se llevó a cabo mediante el análisis de sus, fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para de esta manera determinar medidas que logren ayudar al trabajo eficaz del área.

3. Propuesta de manual de procedimientos del área de prensa de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal

En este capítulo se realiza la Propuesta de manual de procedimientos del área de prensa de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal, que se planteó como el objetivo principal de este trabajo; su finalidad es proponer un manual que permita mejorar el proceso de redacción de los materiales informativos que se realizan en el área para la difusión de las actividades artísticas y culturales en el Distrito Federal a través de la optimización del trabajo periodístico que llevan a cabo los reporteros del área.

Se decidió proponer un Manual de procedimientos debido a que “los manuales administrativos son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación para registrar y transmitir ordenada y sistemáticamente tanto la información de una organización como las instrucciones y lineamientos necesarios para que desempeñe mejor sus tareas”²⁸.

²⁸ Franklin *Op. Cit.* p. 170.

3.1 Propuesta

Manual de Procedimientos del Área de Prensa de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal

Secretaría de
culturaDF

Índice

- 1. Filosofía del área de prensa**
 - Misión
 - Visión
 - Valores

- 2. Estructura organizacional**
 - Organigrama
 - Jefe de información
 - Jefe de prensa
 - Reportero

- 3. Procedimientos para la realización de materiales informativos**
 - Boletines
 - Boletín de prensa y/o cobertura
 - Boletín invitación o de adelanto
 - Invitaciones
 - Material de Apoyo
 - Comunicados de prensa
 - Agenda Cultural Semanal para prensa
 - Otros documentos

- 4. Intranet**

Presentación

Con la finalidad de proporcionar a quienes integran el equipo de trabajo del área de prensa de esta dependencia los procedimientos a seguir para la elaboración de materiales informativos a través de los cuales se establece contacto con los medios de comunicación se ha preparado este **manual**.

Este **manual** busca simplificar la capacitación de las personas que se integren a este equipo de trabajo, así como economizar tiempo en la elaboración de los materiales.

El **manual** está dividido en cuatro secciones, en la primera se presenta la filosofía del área de prensa, en donde se incluyen la misión, visión y valores con que los involucrados trabajan; posteriormente se encuentra la estructura organizacional del área, en la que se muestra el organigrama de ésta y las funciones de cada uno de los puestos administrativos. En la tercera parte se encuentran los procedimientos para la elaboración de los materiales informativos; y en la cuarta la descripción de la ubicación de cada uno de los documentos en el sistema.

La realización de los materiales informativos resulta de vital importancia para dar a conocer las principales acciones de la Secretaría de Cultura a la población, de esta forma se rinden cuentas y se permite el acceso de la población a los bienes culturales de la ciudad, esto a través de los medios de comunicación.

Por esta razón es importante establecer una filosofía de trabajo del área, pues la misión, visión y valores son las herramientas primordiales para la eficacia de los materiales informativos.

El **manual** es un medio de comunicación interna que pretende fomentar la coordinación de los involucrados en el proceso informativo. Asimismo contribuirá para el cumplimiento de las metas informativas de acuerdo con lo establecido en la Ley de Fomento Cultural vigente en la Ciudad de México para preservar y difundir la cultura.

3.2 Filosofía del área de prensa

Misión

El área de prensa es la sección adscrita a la Dirección de Divulgación Cultural de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal encargada de la elaboración de materiales informativos tales como: boletines de prensa, invitaciones, materiales de apoyo y textos para la *Chilanguía*.

Su misión es hacer llegar información a los medios de comunicación, locales, nacionales e internacionales sobre las actividades que desempeña la Secretaría en favor de desarrollo cultural y sus manifestaciones en la Ciudad de México.

Así la dependencia potencia el desarrollo cultural a través del conocimiento de la población sobre sus principales acciones, por esta razón será también tarea del área de prensa promover estas actividades con los editores y jefes de información para persuadirlos de la trascendencia de la difusión de la cultura.

Visión

Es a través del trabajo que realiza el área de prensa que se pretende posicionar a la Secretaría de Cultura del Distrito Federal como una de las principales instituciones dedicadas al desarrollo y promoción de las actividades culturales.

Su trabajo servirá para a mediano y largo plazo, ser una prioridad en la agenda de los principales medios de comunicación dedicados a la cobertura de la fuente cultural.

Valores

Precisión

Veracidad

Compromiso

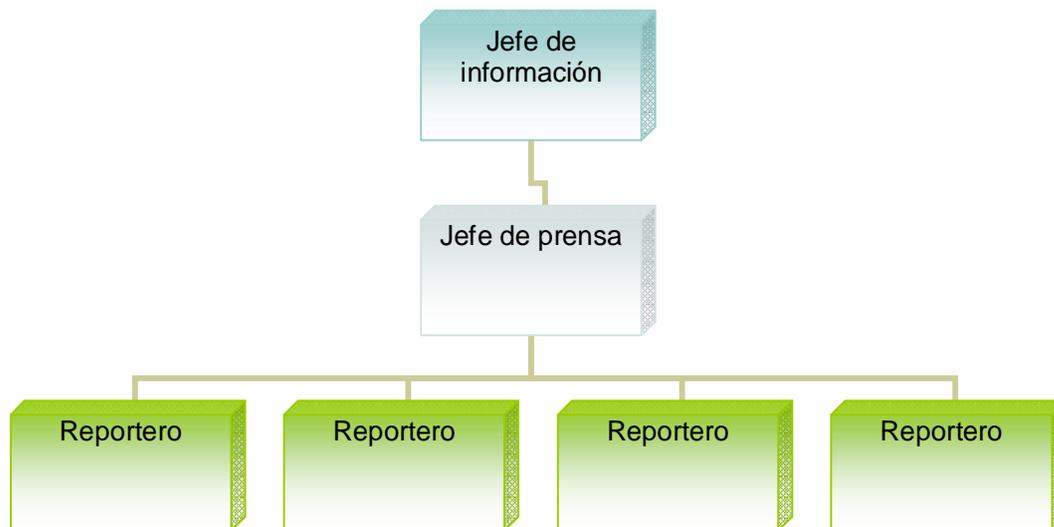
Responsabilidad

3.3 Estructura organizacional

El área de prensa como ya se mencionó, no cuenta con un organigrama interno y las funciones de quienes la componen no se encuentran definidas, por lo cual se propone un organigrama que describa las funciones de las personas que ahí laboran, se especifiquen sus funciones y actividades principales.

Sin embargo, este manual no pretende limitar las actividades de la planta laboral del área de prensa de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal; es decir, cada integrante deberá estar abierto a la posibilidad de adquirir más responsabilidades y desempeñarlas satisfactoriamente.

Esto porque tal como lo menciona Annie Bartoli en el libro *Comunicación y organización, la organización comunicante y la comunicación organizada*, tres de los factores que distinguen a una organización son: que tiene una finalidad establecida, la distribución de roles y tareas, además de la división de la autoridad y el poder formal.



Por esta razón es importante establecer no sólo las relaciones de poder en la formalidad de la nómina y la cotidianeidad de las tareas que se ejecutan, sino en la formalidad de los documentos que establecen los lineamientos básicos del funcionamiento de una organización.

Esta primera propuesta corresponde a lo mencionado por Bartoli “Los procesos formalizados de organización tratan de realizar los siguientes pasos lógicos, que parten de lo general para ir a lo particular:

- Redefinición de la misión de conjunto.
- Distribución de funciones o unidades de actividad principales.
- División de niveles (distribución de responsabilidades, organigrama).
- Operatoria de integración del conjunto para compensar las divisiones (procedimientos y dispositivos de coordinación).

-Estructuración de actividades individuales (descripción de puestos de trabajo).²⁹

Se propone el organigrama anterior pues una formalización escrita de la distribución no sólo de responsabilidades específicas sino de autoridad. “El organigrama es sólo una parte de las estructuras organizativas”.³⁰

De esta manera se propone un organigrama funcional así como de puestos plazas y unidades. El primero porque se especifican las principales funciones que cada uno de los elementos tiene asignadas y el segundo debido que se especifican las plazas disponibles y quiénes las ocupan.



Jefe de información

- Atiende a los medios de comunicación.
- Verifica las actividades de la titular Elena Cepeda de León para una adecuada cobertura informativa.
- Verifica que haya una asistencia adecuada de medios (numero de medios).
- Busca espacios para entrevistas en los principales medios de comunicación.

²⁹ Annie Bartoli, *Comunicación y organización, La organización comunicante y la comunicación organizada*, Buenos Aires; Paidós, 1992, p. 18.

³⁰ *Idem.* p. 24.

- Coordina con el jefe de prensa la distribución del trabajo entre los reporteros y fotógrafos.
- Decide junto con el titular de la Dirección de Divulgación Cultural los temas de la *Chilanguía mensual y quincenal*.

Jefe de prensa

- Planea la estrategia de la cobertura periodística por mes de las principales actividades de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal.
- Prepara en coordinación con los reporteros del área los materiales informativos: invitaciones, boletines de adelanto, materiales de apoyo, personificadotes, entre otros.
- Supervisa la redacción de los textos para la *Chilanguía mensual y quincenal*.
- Asigna un reportero y fotógrafo para la cobertura de las actividades culturales de relevancia periodística³¹.
- Preserva la imagen positiva de la dependencia a través de los materiales informativos que se generan en el área a su cargo.
- Supervisa que estos materiales informativos contengan información veraz y que esté respaldada en la misión, visión y objetivos de la Secretaría.
- Supervisa que el discurso de los funcionarios de la dependencia se apeguen a la ley; así como a la misión y visión de ésta.

Reportero

- Cubre los eventos que realiza la Secretaría de Cultura en los diferentes recintos que administra.
- Redacta de materiales informativos tales como: boletines, invitaciones, materiales de apoyo, la agenda semanal, textos para la *Chilanguía mensual y quincenal* (estos dos últimos sólo cuando así se requiere, no es una actividad permanente).
- Actualiza los boletines de la sala de prensa del sitio de Internet de la Secretaría.
- Establece contacto con los medios de comunicación y atender sus peticiones informativas brindándoles los materiales que el área genera.
- Realiza guiones de radio y televisión para las capsulas informativas de la dependencia en los medios de comunicación.
- Envía electrónico de los materiales informativos a los medios de comunicación.

³¹ Para esto se trabaja en coordinación con el departamento de Fotografía.

3.4 Procedimientos para la realización de materiales informativos

Boletines

El área de prensa realiza la redacción de boletines informativos donde se da cuenta del trabajo que realiza la Secretaría de Cultura a través de las diversas coordinaciones que la componen como: exposiciones, conciertos, muestras dancísticas, impartición de talleres, programas de fomento a la lectura, firma de convenios y cambios estructurales y administrativos de la dependencia.

De esta manera el material que emite y divulga el área de prensa a los medios de comunicación tiene como objetivo final informar a la población sobre las acciones de la institución con la finalidad de que puedan acceder a disfrutar de las diversas manifestaciones artísticas y culturales que ésta ofrece y así participen de forma activa en el fomento cultural en el Distrito Federal.

Así lo determina Rubén Molina Martínez en su libro *Gobierno y comunicación social*, “los medios de comunicación pueden ser utilizados por el gobierno para alternar con la sociedad dando a conocer sus principales decisiones y acciones”³².

“Un Boletín de Prensa se utiliza para informar a los medios de comunicación sobre algún acontecimiento específico, para que estos a su vez lo den a conocer a la opinión pública”.³³

Material informativo que se envía los medios de comunicación; en el área de prensa, de acuerdo con el subdirector de información de la dependencia, se tienen tres clasificaciones para los boletines: **el boletín de prensa y boletín invitación o de adelanto**.

En el boletín de prensa se incluye un tema noticioso o que se desea colocar en la agenda de los medios de comunicación. Al ser un material informativo institucional –y al igual que una nota informativa– no debe contener juicios de valor. Es importante que los nombres, cargos y siglas queden especificados en el cuerpo del boletín, esto en los primeros párrafos.

Al ser su formato similar al de la nota informativa, deben responderse las preguntas, qué, quién, cuándo, dónde, para qué y cómo.

³² Molina, *Op. Cit.* p. 52.

³³ María Teresa Arroyo, *El boletín o comunicado de prensa*, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Veracruzana, 2010, <http://facico.infocomonline.net/facico/descargas> (consultado 13 de febrero 2011, 20:49 horas).

Boletín de prensa y/o cobertura

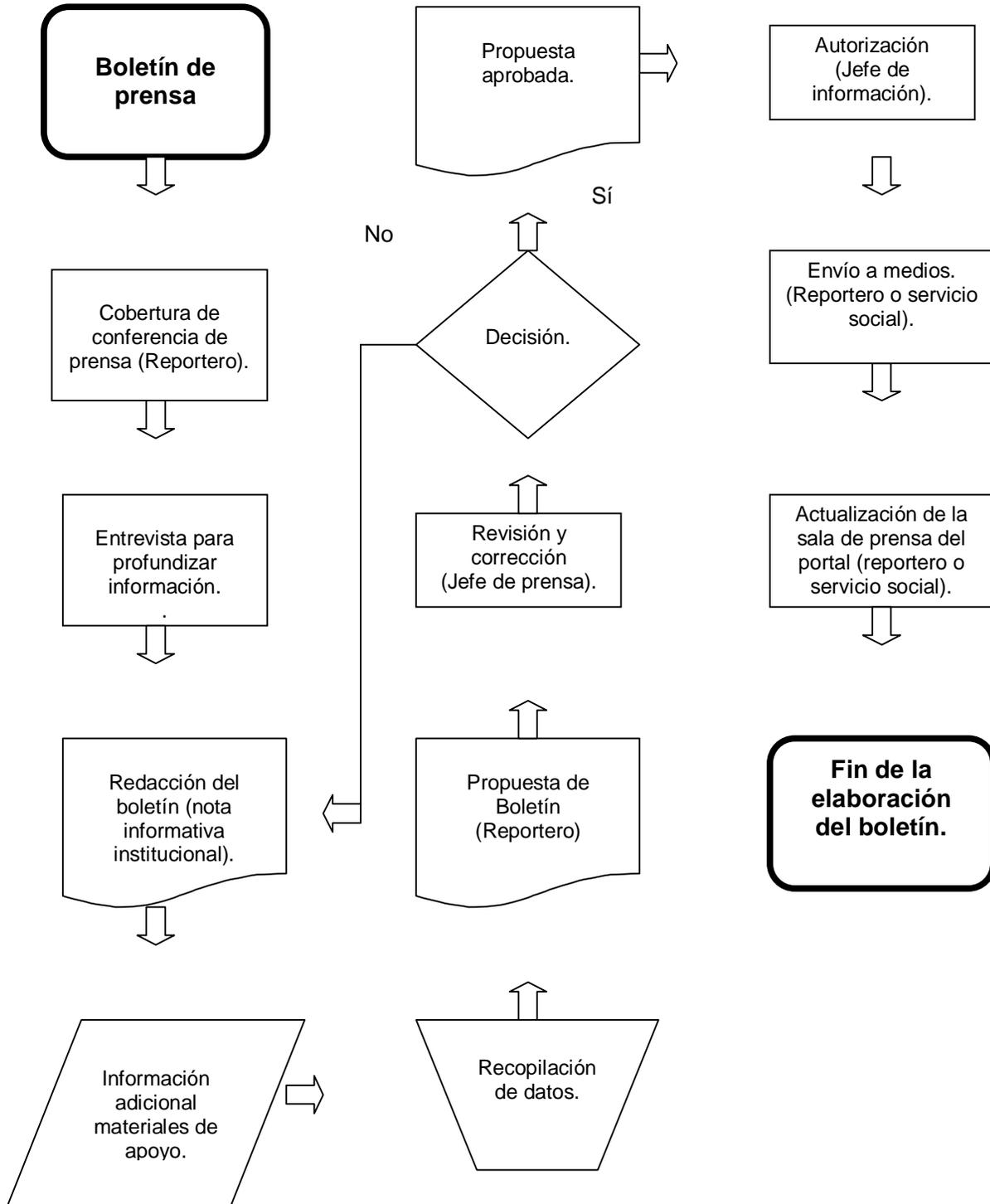
Se redacta posterior a la cobertura de un evento cultural, ya sea conferencias de prensa, inauguraciones, conferencias académicas, ceremonias cívicas o presentaciones de artes escénicas.

De acuerdo con lo establecido en el *Informe de actividades de la Secretaría de Cultura de 2007* se elaboran a partir de la información que se genera en los eventos que organiza la institución o bien apoya a su organización.

Todas las conferencias de prensa que la dependencia organiza o bien en las que participa deben cubrirse; sin embargo, no todos los eventos culturales de los que se realizó conferencia de prensa y por lo tanto un boletín informativo se cubren, pues la cantidad de reporteros no es suficiente para hacerlo.

Para la cobertura de un evento se toma en cuenta, en primera instancia relevancia periodística, y en segunda si asiste algún funcionario con la finalidad de darle voz y de esta manera se potencie la imagen de la dependencia al exterior.

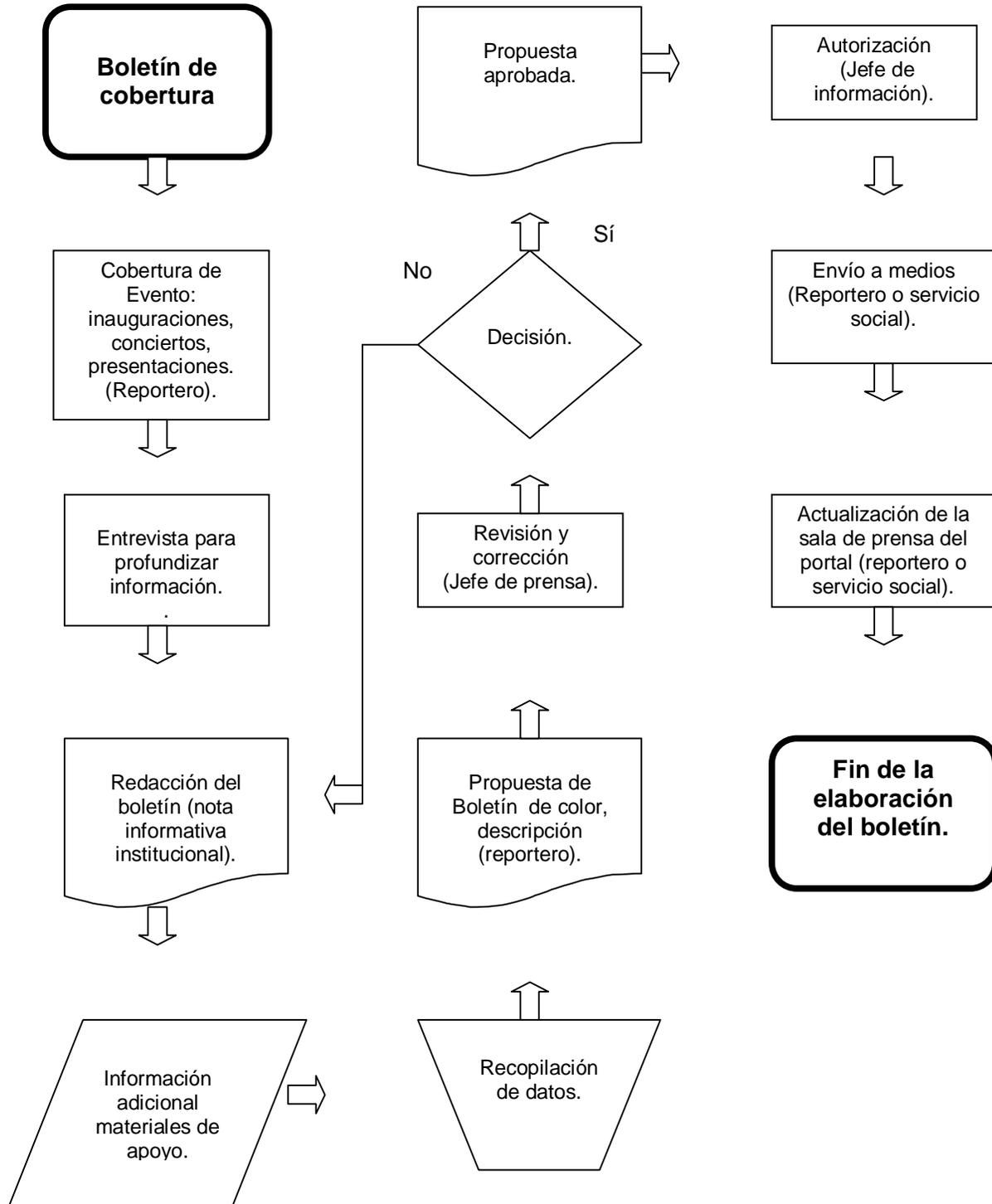
Diagrama del procedimiento



Procedimiento Boletín de Prensa

Paso	Actividad	Descripción
1	Cobertura de conferencia de prensa (reportero y fotógrafo)	El reportero acude al lugar en el que se desarrollará la conferencia de prensa del evento que se desea anunciar. El reportero toma notas para la realización del boletín y graba la conferencia para obtener declaraciones precisas.
2	Entrevistas para profundizar la información	El reportero realiza, en caso de ser necesario, entrevistas al finalizar la conferencia de prensa. El reportero graba las entrevistas que los reporteros de los medios de comunicación realicen a los artistas o funcionarios, ya sea sobre el evento o temas de coyuntura.
3	Redacción del boletín (nota informativa institucional)	El reportero redacta el boletín de prensa con base en la información que recabó.
4	Información adicional de materiales de apoyo	El reportero retoma información contextual de los materiales de apoyo entregados a los representantes de los medios de comunicación y que sirven para complementar las notas.
5	Recopilación de datos	El reportero unifica la información en el cuerpo del boletín.
6	Propuesta de boletín	El reportero finaliza el boletín de prensa.
7	Revisión y corrección del boletín	El jefe de prensa revisa y en su caso corrige la propuesta de boletín entregada por el reportero.
8	Decisión	Sí , continua el procedimiento No , Se regresa al paso tres (redacción del boletín, nota informativa institucional).
9	Propuesta aprobada	Continúa el procedimiento.
10	Autorización	El jefe de información autoriza el contenido y redacción del boletín para su envío a medios.
11	Envío a medios	El reportero o personas de apoyo (servicio social o prácticas profesionales) envían por correo electrónico a la base de datos del área el material informativo.
12	Actualización de la sala de prensa del portal	El reportero o personas de apoyo (servicio social o prácticas profesionales), actualiza la sala de prensa del sitio de Internet de la Secretaría de Cultura.
13	Fin de la elaboración del boletín	

Diagrama del procedimiento



Procedimiento elaboración boletín de cobertura

Paso	Actividad	Descripción
1	Cobertura del evento: inauguraciones, conciertos, presentaciones, conferencias, ceremonias cívicas (reportero y fotógrafo)	El reportero acude al lugar en el que se desarrollará el evento a cubrir: inauguraciones, conciertos, presentaciones, conferencias, ceremonias cívicas. El reportero toma notas para la realización del boletín y graba el evento para obtener declaraciones precisas.
2	Entrevistas para profundizar la información	El reportero realiza, en caso de ser necesario, entrevistas al finalizar el evento. El reportero graba las entrevistas que los reporteros de los medios de comunicación realicen a los artistas o funcionarios, ya sea sobre el evento o temas de coyuntura.
3	Redacción del boletín (nota informativa institucional)	El reportero redacta el boletín de prensa con base en la información que recabó.
4	Información adicional de materiales de apoyo	El reportero retoma información contextual de los materiales de apoyo entregados a los representantes de los medios de comunicación y que sirven para complementar las notas.
5	Recopilación de datos	El reportero unifica la información en el cuerpo del boletín.
6	Propuesta de boletín de color, descripción	El reportero finaliza el boletín de prensa.
7	Revisión y corrección del boletín	El jefe de prensa revisa y en su caso corrige la propuesta de boletín entregada por el reportero.
8	Decisión	Sí , continúa el procedimiento. No , Se regresa al paso tres (redacción del boletín, nota informativa institucional).
9	Propuesta aprobada	Continúa el procedimiento.
10	Autorización	El jefe de información autoriza el contenido y redacción del boletín para su envío a medios.
11	Envío a medios	El reportero o personas de apoyo (servicio social o prácticas profesionales) envían por correo electrónico a la base de datos del área el material informativo.
12	Actualización de la sala de prensa del portal	El reportero o personas de apoyo (servicio social o prácticas profesionales) actualiza la sala de prensa del sitio de Internet de la Secretaría de Cultura.
13	Fin de la elaboración del boletín	

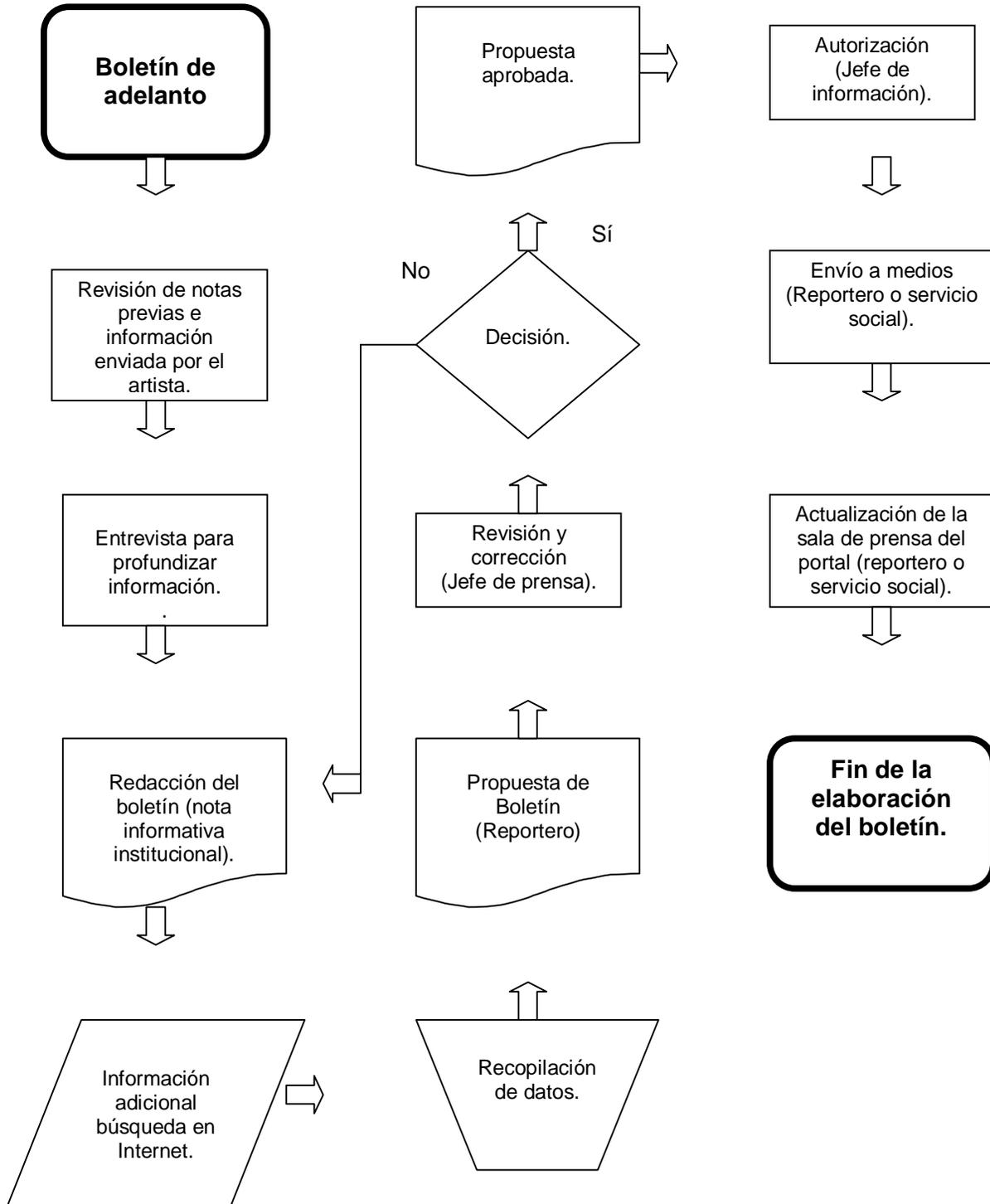
Boletín invitación o de adelanto

Boletín informativo que se adelanta al evento, la información se recaba con base en la información enviada por la coordinación que lo organiza y se complementa con entrevistas a los creadores y artistas involucrados; en éstos se informa a los medios de comunicación sobre los detalles del evento y al mismo tiempo se les invita a los eventos culturales que organiza la Secretaría.

Una vez que se envía un boletín invitación no se acude a su cobertura al menos de que a la actividad acuda algún funcionario de la dependencia, o alguna personalidad destacada.

Para la redacción de este tipo de boletín se retoma la información de los materiales de apoyo o la que envía la coordinación encargada de la organización del evento, aunque en la mayoría de los casos ésta no es suficiente por lo que es necesario realizar entrevistas que enriquezcan la información que se tiene de inicio.

Diagrama del procedimiento



Procedimiento elaboración de Boletín de adelanto

Paso	Actividad	Descripción
1	Revisión de notas previas e información enviada por el artista o la coordinación encargada del evento	El reportero revisa y reúne la información del evento.
2	Entrevistas para profundizar la información	El reportero realiza, en caso de ser necesario, entrevistas vía telefónica o personal.
3	Redacción del boletín (nota informativa institucional)	El reportero redacta el boletín de prensa con base en la información que recabó.
4	Información adicional de Internet	El reportero retoma información contextual de Internet, generalmente notas informativas que contienen datos sobre el artista o evento. También se revisa el sitio oficial de la compañía de (teatro o danza) o del artista en cuestión.
5	Recopilación de datos	El reportero unifica la información en el cuerpo del boletín.
6	Propuesta de boletín	El reportero finaliza el boletín de adelanto.
7	Revisión y corrección del boletín	El jefe de prensa revisa y en su caso corrige la propuesta de boletín entregada por el reportero.
8	Decisión	Sí , continúa el procedimiento. No , Se regresa al paso tres (redacción del boletín, nota informativa institucional).
9	Propuesta aprobada	Continúa el procedimiento.
10	Autorización	El jefe de información autoriza el contenido y redacción del boletín para su envío a medios.
11	Envío a medios	El reportero o personas de apoyo (servicio social o prácticas profesionales) envían por correo electrónico a la base de datos del área el material informativo.
12	Actualización de la sala de prensa del portal	El reportero o personas de apoyo (servicio social o prácticas profesionales) actualiza la sala de prensa del sitio de Internet de la Secretaría de Cultura.
13	Fin de la elaboración del boletín	

Formato boletines

Fundación de México-Tenochtitlan suceso que marcó el destino de México

- **Autoridades del Gobierno capitalino recuerdan este hecho mítico**
- **El Gobierno del Distrito Federal ofrecerá cursos por Internet de lengua y cultura náhuatl**

La Secretaría de Cultura del Distrito Federal a través de la Coordinación de Patrimonio Histórico, Artístico y Cultural organizó la mañana de este 13 de marzo una ceremonia cívica para conmemorar el 684 aniversario de Fundación de México-Tenochtitlan, en la escultura Madre, relicario de América... Monumento a la fundación de la Ciudad de México-Tenochtitlán, realizada por Juan Olgübel a un costado de la Plaza de la Constitución.

El arribo de los aztecas a este territorio se dio tras la guerra que enfrentaron contra los culhuacanos y su posterior expulsión de Tizapan, acontecimiento narrado en la Crónica mexicáyotl, que relata como después de su destierro, Huitzilopochtli se les presentó y ordenó buscaran un águila devorando una serpiente sobre un nopal, para instituir la capital mexicana que encontraron el 13 de marzo de 1325.

En representación del Jefe de Gobierno de la Ciudad de México, Marcelo Ebrard Casaubon; el Director General del Fideicomiso Educación Garantizada, Mario Miguel Carrillo Huerta, único orador, refirió el establecimiento de los aztecas, último pueblo nahua en instaurarse en las inmediaciones del Lago de Texcoco, como un hecho trascendental en la historia del país, y recordó los cambios en el estilo de vida y organización de los pueblos tras ser conquistados.

Carrillo Huerta, rindió homenaje a la grandeza histórica de la ciudad, a sus pueblos originarios y al trabajo realizado en la construcción de chinampas, un sistema de lagos de agua dulce y las edificaciones coloniales que contribuyeron a la formación de una nación independiente.

Destacó las actividades que ejecuta del Gobierno Capitalino para la promoción, respeto y conocimiento de la cultura de los pueblos originarios, desde la educación y conservación de las lenguas originarias en las aulas y dependencias oficiales hasta la valoración de la identidad que ha pasado de generación en generación.

Destacan los cursos de lengua náhuatl en el Instituto de Educación Media Superior y en la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades y los que se ofrecerán a partir del próximo mes vía Internet y a los 230 mil estudiantes beneficiarios del Programa Prepa Sí, como parte de los cambios que convertirán a la ciudad en una sociedad digital del conocimiento.

En esta ceremonia estuvieron también presentes Carlos Ruiz Abreu, Director del Archivo Histórico del Distrito Federal Carlos de Sigüenza y Góngora, en representación de Guadalupe Lozada de León, Coordinadora de Patrimonio Histórico, Artístico y Cultural; Adolfo Rodríguez Campuzano, juez quincuagésimo noveno de Paz Penal, representante del Honorable Tribunal Superior de Justicia del Distrito Federal; los diputados José Alfonso Suárez del Real y Armando Barreiro Pérez; quienes depositaron una ofrenda floral e hicieron guardia de honor frente a este monumento acompañados por la Banda de Música de la Secretaría de Cultura, el Coro de la Ciudad de México y la Banda de Guerra de la Secretaría de Seguridad Pública.

Fotografías disponibles en <http://www.cultura.df.gob.mx/index.php/galerias>

--0--

MEDIOS

CONSULTA DE BOLETINES Y FOTOGRAFÍAS

www.cultura.df.gob.mx cultural.gdf@gmail.com cultural.gdf2@gmail.com T. 1719 3000 ext. 1120 y 1136

El diseño del formato membretado para la redacción de los boletines de prensa se llevó a cabo en coordinación con el departamento de diseño, el cual cuenta con los logos institucionales que debe difundir la Secretaría de Cultura como imagen institucional.

1) En la parte superior de los boletines se encuentran los logos que representan al Gobierno del Distrito Federal a la izquierda, al centro el de la Secretaría de Cultura y a la derecha el de la Dirección de Divulgación Cultural.

2) Posteriormente, cada boletín cuenta con un número que lo identifica –sin importar si es informativo o de invitación.

El número se localiza en el lado superior derecho del boletín, en el lugar de los tres ceros se coloca el número de boletín, en numeración ascendente. El 10 corresponde al año lectivo y se modifica según sea el caso.

3) Abajo del número de boletín se localiza la fecha en la que se realizó el mismo. En letra Arial 10.

4) Después se coloca la una cabeza atractiva que sintetice el texto informativo que se redacta. Se recomienda que no contenga más de 10 palabras.

5) Se colocan de dos a tres balazos con datos extras a los que ya se colocaron en la cabeza, éstos pueden estar compuestos por declaraciones o bien datos duros relevantes para atraer a los medios de comunicación a leer la información que emite la Secretaría.

6) Posteriormente se coloca el texto informativo, cuyo formato es similar al de la nota informativa; sin embargo, la diferencia radica en el enfoque institucional, es decir se deben destacar las acciones que realiza la Secretaría de Cultura en favor de la gente y como parte del cumplimiento a la Ley de Fomento Cultural de la Ciudad de México vigente.

En la redacción se dan detalles del evento al que se acudió a la cobertura, ya sea organizado por la Secretaría de Cultura, o que haya apoyado para la realización del mismo.

7) Al finalizar la redacción del boletín de prensa, debe colocarse el enlace electrónico del sitio de Internet de la Secretaría de Cultura donde se puede encontrar la galería fotográfica del evento con la finalidad de que los medios de comunicación tengan no sólo la información periodística para trabajar, sino de igual forma el material gráfico que acompañe a la misma.

- 8) Al finalizar la redacción del boletín de prensa que se realizó se coloca un signo que indica que ha concluido la redacción del mismo.
- 9) En la parte inferior de la página, en un formato prediseñado con el apoyo del departamento de diseño, se colocan los datos de contacto de la coordinación de prensa, así como el sitio en el cual se puede encontrar la información que se genera en esta coordinación.
- 10) En este caso se propone eliminar la segunda dirección de correo electrónico (cultural.gdf2@gmail.com) para no generar confusión entre los representantes de los medios de comunicación en la manera en que deben ponerse en contacto con esta área.

Invitaciones

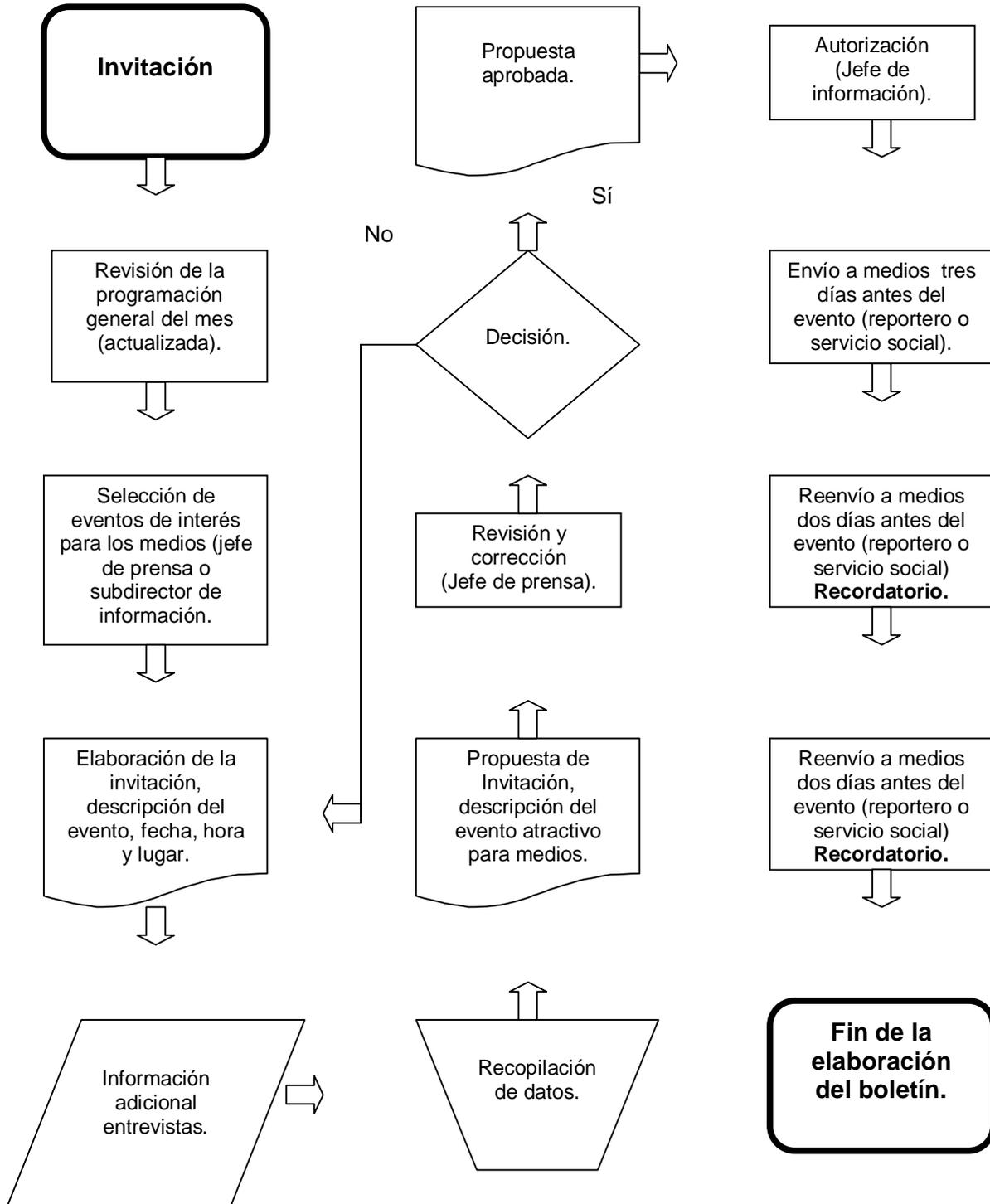
Las invitaciones del área de prensa se realizan con base en la información que día a día actualiza el enlace de programación de la Dirección de Divulgación Cultural, en una programación que en vía al final de cada día a todos los reporteros y miembros de la Dirección de Divulgación Cultural.

Por medio de éstas se convoca a los medios de comunicación a participar en los eventos culturales que se ofrecen, así como a las conferencias de prensa en donde se dan a conocer los detalles de cada una de las actividades culturales y recreativas que ofrece la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal y otras instituciones a las que apoya como: la Compañía Nacional de Danza y el Museo del Estanquillo.

En ésta se recaban todos los datos necesarios para la identificación de cada una de las actividades de la dependencia como: día, evento, descripción del evento, la hora, el precio y el lugar.

De esta base de datos que se toma la información para la elaboración de las invitaciones. Cabe aclarar que no se realizan invitaciones para todos los eventos, pues para eso se implementó la agenda semanal de prensa, y se hacen únicamente de aquellos que el jefe de prensa, José Luis Flores, y el jefe de información, Roberto Perea, consideran de relevancia periodística.

Diagrama del procedimiento



Procedimiento elaboración de invitaciones

Paso	Actividad	Descripción
1	Revisión de la programación general del mes (actualizada)	El reportero revisa la programación general del mes para conocer los eventos que tiene programados la dependencia. Debe verificar aquellos que en el documento aparezcan sombreados en color amarillo, pues son las actualizaciones más recientes de la programación lo cual se somete a consideración de los responsables.
2	Selección de eventos de interés para los medios	El jefe de prensa o el subdirector de información eligen los eventos de los que se realizará la invitación para medios. El reportero o personas de apoyo (servicio social o prácticas profesionales) proponen la realización de algunas invitaciones de aquellos eventos que no hayan sido tomados en cuenta en la primera revisión.
3	Elaboración de la invitación: descripción del evento, fecha, hora y lugar	El reportero o personas de apoyo (servicio social o prácticas profesionales) elabora la invitación siguiendo el siguiente esquema: qué, cuándo, dónde y por qué.
4	Información adicional de entrevistas o Internet	El reportero retoma información contextual de Internet, generalmente notas informativas que contienen datos sobre el artista o evento. También se revisa el sitio oficial de la compañía de (teatro o danza) o del artista en cuestión. El reportero realiza entrevistas (que posteriormente utilizará para la elaboración de otros materiales informativos) de las que obtiene la descripción del evento.
5	Recopilación de datos	El reportero unifica la información en el cuerpo de la invitación.
6	Propuesta de invitación	El reportero finaliza la invitación.
7	Revisión y corrección de la invitación	El jefe de prensa revisa y en su caso corrige la propuesta de invitación entregada por el reportero
8	Decisión	Sí , continúa el procedimiento. No , Se regresa al paso tres (elaboración de la invitación: descripción del evento, fecha, hora y lugar).
9	Propuesta aprobada	Continúa el procedimiento.
10	Autorización	El jefe de información autoriza el contenido y redacción de la invitación para su envío a medios.
11	Envío a medios tres días antes del evento	El reportero o personas de apoyo (servicio social o prácticas profesionales) envían por correo electrónico a la base de datos del área el material informativo.
12	Envío a medios dos días antes del evento (recordatorio)	El reportero o personas de apoyo (servicio social o prácticas profesionales) envían por correo electrónico a la base de datos del área el material informativo.
13	Envío a medios un día antes del evento (recordatorio)	El reportero o personas de apoyo (servicio social o prácticas profesionales) envían por correo electrónico a la base de datos del área el material informativo.
13	Fin de la elaboración de la invitación	

Formato de invitaciones

Atención:
Jefe de Información y/o
Reportero de la Fuente Cultural

INVITACIÓN

Conferencia de prensa

CCXXIV edición de la Flor más Bella del Ejido

Se darán a conocer los detalles de las actividades que se llevarán a cabo en el marco de esta legendaria tradición de la delegación Xochimilco, como, exposición florícola, ganadera, artesanal y muestra gastronómica del 29 de marzo al 5 de abril.

Habrà degustación gastronómica

De igual manera se les invita a la inauguración de esta fiesta el domingo 29 de marzo

Habrà transporte en el Antiguo Palacio del Ayuntamiento, en el Zócalo Capitalino, para los medios de comunicación a las 10:30 horas. Favor de confirmar asistencia al teléfono 56627680 extensiones 112 y 153.

Viernes 27 de marzo, a las 11:00 horas en la Sala de prensa de la Dirección General de Comunicación Social del GDF cuarto piso, ubicado en Plaza de la Constitución 1.

--0--

- 1) Al igual que los boletines de prensa, las invitaciones llevan en la parte superior de la página los logotipos oficiales que identifican a la institución y al gobierno del que ésta se desprende.
- 2) Se coloca la fecha en la parte superior derecha los datos del día en que se envía la invitación.
- 3) Posteriormente y del lado superior izquierdo se encuentran los siguientes datos:
- 4) Posteriormente la palabra invitación, que deberá ir centrado.
- 5) Después el tipo de evento del que se trata, ya sea Inauguración, estreno, Clausura, Ceremonia Cívica o Conferencia de Prensa según sea el caso, centrado:
- 6) Después en cursivas el nombre del evento del que se trate, título de la exposición, obra de teatro, personaje homenajeado.
- 7) En un texto breve se explica el evento del que se trata, éste no deberá ser superior a dos párrafos de cuatro líneas cada uno o uno de máximo cinco.

Este texto deberá sintetizar el evento al cual se está invitando a los representantes de los medios de comunicación, con la finalidad de captar su atención y generar expectativa para su cobertura.

- 8) Para finalizar la redacción de una invitación de medios del área de prensa de la Secretaría de Cultura se colocan los datos de cuándo (fecha y hora) y dónde (lugar y dirección) se realizara el evento cultural al cual se está invitando a los medios de comunicación.

En este caso el día, la hora, el lugar y la ubicación del mismo se colocan en negritas y subrayado con la finalidad de resaltarlo para los periodistas que cubren la fuente.

- 9) El cierre del documento va acompañado de un signo
- 10) Al igual que el boletín se cuenta con el formato de hoja membretada.
- 11) En este caso se propone eliminar la segunda dirección de correo electrónico (cultural.gdf2@gmail.com) para no generar confusión entre los representantes de los medios de comunicación en la manera en que deben ponerse en contacto con esta área.

Invitaciones generales

Este tipo de invitaciones se realizan con la finalidad de promover los eventos culturales que si bien no tienen mucha relevancia noticiosa, pueden resultar interesantes para los miembros de los medios de comunicación y de esta manera sean promovidos entre la población.

Éstas se generan por lo regular de eventos de fines de semana en un mismo recinto, o con la misma disciplina cultural.

Su formato es similar al de las otras invitaciones, sólo que en éstas se reúnen más de dos eventos, ya sea por disciplina artística o por recinto en que se llevarán a cabo el procedimiento que se sigue para su elaboración es el mismo.

Formato de invitaciones generales

México, DF, a 8 de octubre de 2009

Atención:
Jefe de Información y/o
Reportero de la Fuente Cultural

INVITACIÓN

Sábado 10 de octubre
16:00 horas

Cine Club
Tiempos Modernos
Dirección Charles Chaplin

Un obrero de la industria del acero acaba perdiendo la razón, extenuado por el frenético ritmo de la cadena de montaje de su trabajo. Después de pasar un tiempo en el hospital recuperándose, al salir es encarcelado por participar en una manifestación, en la que se encontraba por casualidad. Ya en la cárcel, también sin pretenderlo, ayuda a controlar un motín por lo que gana su libertad. Una vez fuera de la cárcel reemprende la lucha por la supervivencia, que compartirá con una joven huérfana.

Al finalizar habrá un debate dirigido por el actor Ramón Barragán.

Museo de los Ferrocarrileros, ubicado en la calle de **Alberto Herrera s/n. Col. Aragón la Villa, Delegación GAM.**

Domingo 11 de octubre

12:00 horas

Recital
En vísperas de Bicentenario
Ensamblado por el grupo Santa Cecilia

Este grupo está compuesto por músicos de distintas nacionalidades y gran parte de su repertorio se inclina hacia la música antigua y barroca. En sus recitales sobresale el uso de instrumentos antiguos como la viola *d'Amore*, la viola *Da Gamba* y el clavecín, entre otros.

Museo Archivo de la Fotografía, ubicado en República de Guatemala 34, Centro Histórico.

12:00 horas

Concierto

Orquesta Típica de la Ciudad de México

Presentarán un programa de música mexicana e internacional.

Museo de la Ciudad de México, ubicado en Pino Suárez 30, Centro Histórico.

--0--

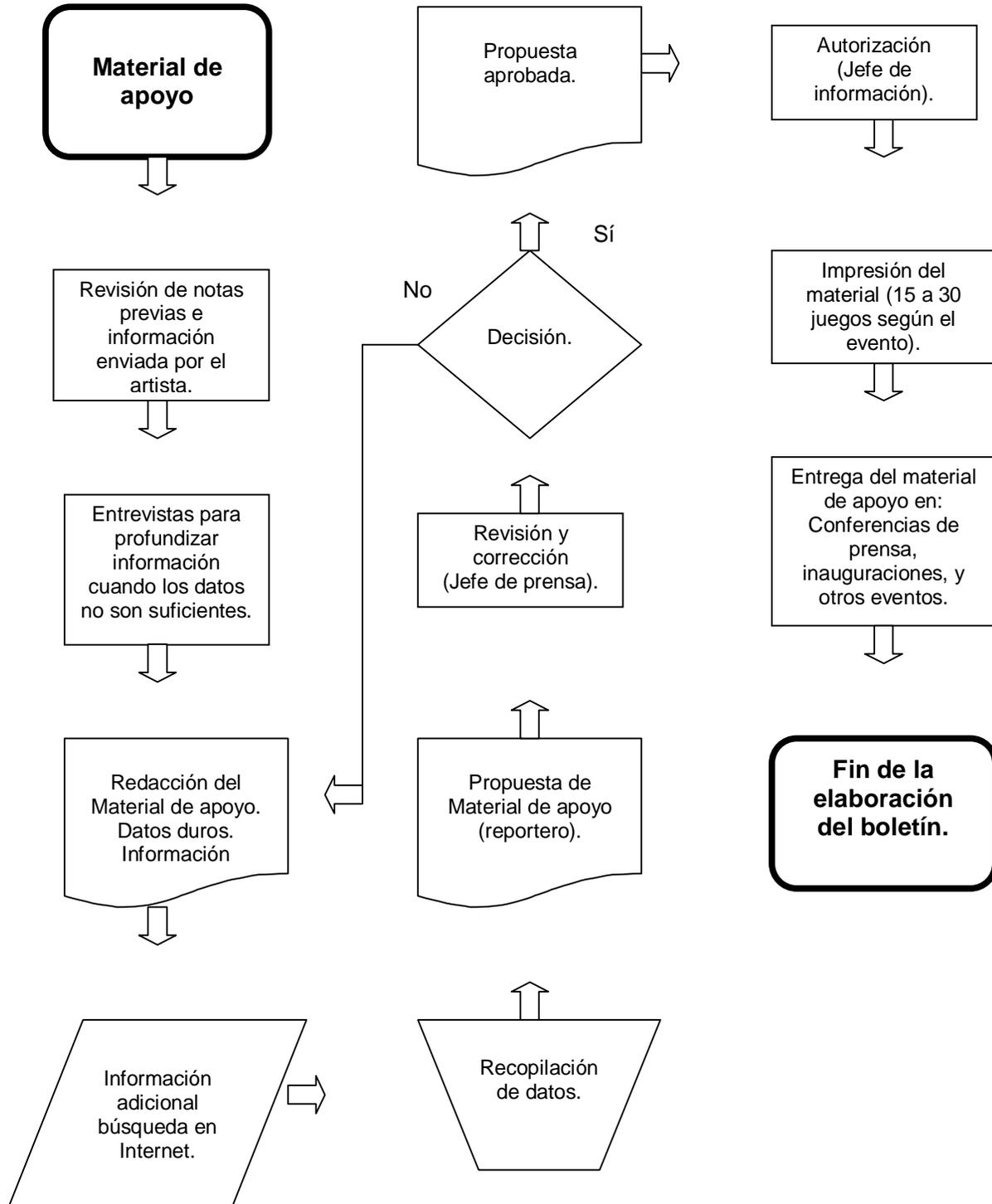
Material de apoyo

Es un compilado de datos duros que se entrega a los medios de comunicación previo a un evento, ya sea conferencia de prensa, inauguración, ceremonia cívica o cualquier actividad cultural que así lo requiera.

Su finalidad es contextualizar la información periodística que se genere en el evento.

El material de apoyo se realiza con base en la información previa que recibe el área de prensa a través de los representantes de la coordinación o departamento de la Secretaría de Cultura responsable del evento que se llevará a cabo y que se le conoce como insumos.

Diagrama del procedimiento



Procedimiento elaboración Material de Apoyo

Paso	Actividad	Descripción
1	Revisión de notas previas e información enviada por el artista	El reportero revisa la información con la que cuenta, aquella que ha sido enviada por los artistas o coordinaciones encargadas de la realización del evento.
2	Entrevistas para profundizar información cuando los datos no son suficientes	El reportero realiza entrevistas vía telefónica o personal con los involucrados de la realización del evento.
3	Redacción del Material de Apoyo, datos duros, información precisa, contextual	El reportero redacta el material de apoyo en el que incluye información de contexto con la que los reporteros de los medios de comunicación puedan conocer de qué se trata el evento.
4	Información adicional de entrevistas o Internet	El reportero retoma información contextual de Internet, generalmente notas informativas que contienen datos sobre el artista o evento. También se revisa el sitio oficial de la compañía de (teatro o danza) o del artista en cuestión. El reportero realiza entrevistas (que posteriormente utilizará para la elaboración de otros materiales informativos) de las que obtiene la descripción del evento.
5	Recopilación de datos	El reportero unifica la información en el cuerpo del material de apoyo.
6	Propuesta de material de apoyo	El reportero finaliza el material de apoyo.
7	Revisión y corrección del material de apoyo	El jefe de prensa revisa y en su caso corrige la propuesta de material de apoyo entregada por el reportero.
8	Decisión	Sí , continúa el procedimiento. No , Se regresa al paso tres (redacción del Material de Apoyo, datos duros, información precisa, contextual).
9	Propuesta aprobada	Continúa el procedimiento.
10	Autorización	El jefe de información autoriza el contenido y redacción de la invitación para su envío a medios.
11	Impresión del material (15 a 30 juegos según el evento)	El reportero o personas de apoyo (servicio social o prácticas profesionales) imprimen y arman los juegos con el Material de Apoyo que se entregará a los medios de comunicación en el evento.
12	Entrega del material de apoyo en: Conferencias de prensa, inauguraciones y otros eventos.	El reportero o personas de apoyo (servicio social o prácticas profesionales) entregan el material de apoyo a los representantes de los medios de comunicación al tiempo que registran su asistencia al evento.
13	Fin de la elaboración del material de apoyo	

Formato

México, DF, a 01 enero de 2010

Homenaje a Helen Escobedo

- La Secretaría de Cultura del Distrito Federal, a través de la Coordinación de Vinculación Cultural Comunitaria y la Coordinación de Patrimonio Histórico, Artístico y Cultural, mediante el Circuito de Galerías Abiertas y Peatonal, presentan Éxodos, instalación de Helen Escobedo, la cual será inaugurada el lunes 26 de Octubre a las 17:00 horas en la Plaza Juárez, Avenida Juárez no. 144, frente a la Alameda Central.
- Esta instalación se presenta en el marco del homenaje que la Secretaría de Cultura realiza a una de las artistas más importantes de las últimas décadas. Por ello, el Gobierno de la Ciudad de México le otorgará la Medalla al Mérito Ciudadano, en reconocimiento por su aportación al paisaje urbano de la ciudad, y el incalculable trabajo y promoción cultural llevada a cabo en museos públicos y recintos universitarios por cerca de 20 años.
- El mismo lunes 26, a las 18:00 horas, se llevará a cabo, en el antiguo templo de Corpus Christi, la mesa redonda Helen y la Ciudad: charla con Escobedo, donde participará la reconocida crítica de arte Raquel Tibol, el curador Edgardo Ganado Kim, y Graciela Schmilchuk, curadora de la instalación y biógrafa de la artista. Y el jueves 29 de octubre a las 12:00 horas, en el Salón de los Cabildos le entregarán el reconocimiento como Ciudadana Distinguida.

--0--

- 1) Al igual que en los boletines e invitaciones se utiliza un formato membretado con los logos del Gobierno del Distrito Federal, la Secretaría de Cultura y la Dirección de Divulgación Cultural.
- 2) Se coloca la fecha correspondiente al día en que se llevará a cabo el evento.
- 3) Se coloca el nombre del evento al que se citó a los medios de comunicación, no importa si es atractivo o no pues sólo se trata de información que no tiene tratamiento periodístico.
- 5) La información se redacta a partir de los documentos electrónicos que recibe el área de prensa o entrevistas que realizan los reporteros de la Secretaría de Cultura para profundizar en la información en párrafos de no más de seis líneas anteceditas por una viñeta.
- 6) Se cierra el documento con un signo.
- 7) al igual que los boletines de prensa e invitaciones cuentan con los datos de contacto en la hoja membretada.

La extensión del material de apoyo es variable pues depende de la información y tipo de evento del que se trate.

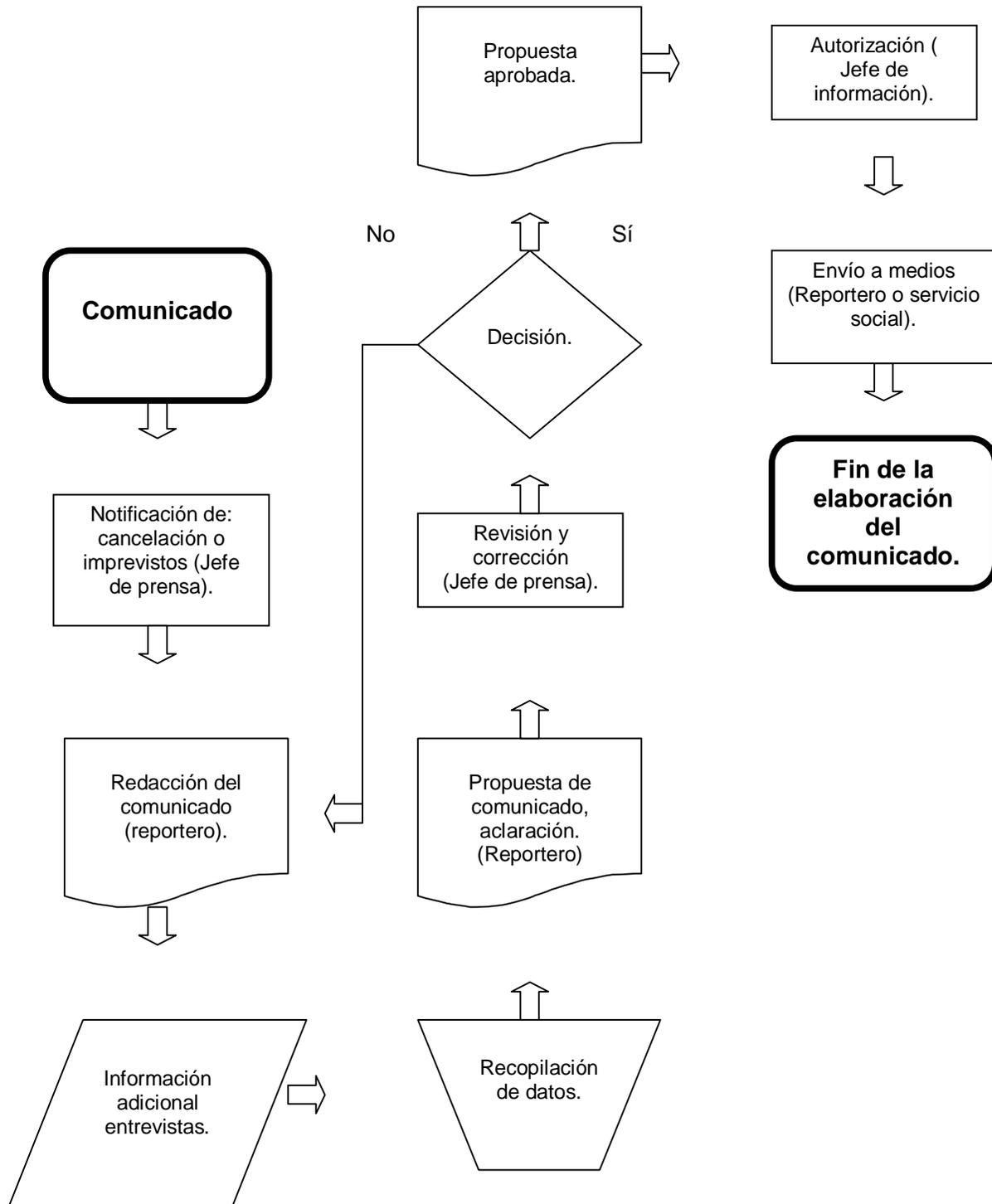
- 8) En este caso se propone eliminar la segunda dirección de correo electrónico (cultural.gdf2@gmail.com) para no generar confusión entre los representantes de los medios de comunicación en la manera en que deben ponerse en contacto con esta área.

Comunicados de prensa

Se propone la elaboración de un nuevo apartado en el área de prensa de **comunicados**, la diferencia de un **boletín de prensa** y un **comunicado** radica en que éste último tiene la finalidad informativa de aclarar algún dato o situación en favor o en contra de la institución.

Esto debido a que los datos aclaratorios actualmente como ya se mencionó en el capítulo anterior no se cuenta con una categorización de los mismos, lo cual contribuye a una falta de control de la información que se genera en el área de prensa.

Diagrama del procedimiento



Procedimiento para la elaboración de comunicados

Paso	Actividad	Descripción
1	Notificación de: cancelación o imprevistos	El jefe prensa es notificado de alguna modificación en las actividades a las que ya se había convocado a medios o que son del dominio público.
2	Redacción del comunicado	El reportero redacta el comunicado de acuerdo con la información proporcionada por el jefe de prensa en el que debe incluir datos generales, qué, dónde y por qué.
3	Información adicional	El subdirector de información brinda información adicional sobre la aclaración.
4	Recopilación de datos	El reportero unifica la información en el cuerpo del comunicado.
6	Propuesta de comunicado	El reportero finaliza el comunicado.
7	Revisión y corrección de comunicado	El jefe de prensa revisa y en su caso corrige la propuesta de comunicado entregada por el reportero.
8	Decisión	Sí , continúa el procedimiento. No , Se regresa al paso dos (redacción del comunicado).
9	Propuesta aprobada	Continúa el procedimiento.
10	Autorización	El jefe de información autoriza el contenido y redacción del comunicado para su envío a medios.
11	Envío a medios	El reportero o personas de apoyo (servicio social o prácticas profesionales) envían por correo electrónico a la base de datos del área el material informativo.
13	Fin de la elaboración del comunicado	

Formato

 Ciudad de México <i>Capital en Movimiento</i>	cultura DF	DIRECCIÓN DE DIVULGACIÓN CULTURAL COMUNICADO
		000-10
Atención: Jefe de Información y/o Reportero de la Fuente Cultural		
COMUNICADO		
<i>Novena Feria Internacional del Libro</i>		
Por causas de fuerza mayor se cancelan las siguientes actividades programadas para el miércoles 14 de octubre:		
Mesa redonda <i>Nuevas Políticas Culturales</i> <u>17:00 horas, en el Foro General Mario Benedetti</u> y Mesa Redonda <i>Sociedad del conocimiento e industrias culturales</i> <u>18:30 horas, en el Foro General Mario Benedetti</u>		
--0--		
MEDIOS CONSULTA DE BOLETINES Y FOTOGRAFÍAS		
www.cultura.df.gob.mx cultura.df@gmail.com cultura.gdf2@gmail.com T. 1719 3000 ext. 1120 y 1136		

1) Al igual que los demás documentos deberá contar con el formato de hoja membretada.

2) Como en el caso boletines de prensa deberán tener un número que los identifique.

Al ser el comunicado otro formato informativo su numeración deberá ser ascendente y diferente a la de los boletines. Aunque el formato deberá mantenerse y será el siguiente.

3) Para distinguirlo de la invitación y el boletín se propone el siguiente formato para el titular.

4) Después el evento del que se trate.

5) Se redactará el texto, ya sea en formato de nota informativa o invitación, eso dependerá del tipo de aclaración.

6) El documento se deberá cerrar con el mismo signo que las invitaciones, boletines de prensa y materiales de apoyo.

7) El formato de la hoja de membretada permanece, pues corresponde a la imagen de la dependencia.

8) En este caso se propone eliminar la segunda dirección de correo electrónico (cultural.gdf2@gmail.com) para no generar confusión entre los representantes de los medios de comunicación en la manera en que deben ponerse en contacto con esta área.

Agenda Cultural Semanal para prensa

Este es un formato que se propuso en enero de 2009 y que le permite al área incluir en una agenda todas las actividades culturales de todos los recintos con que cuenta la dependencia.

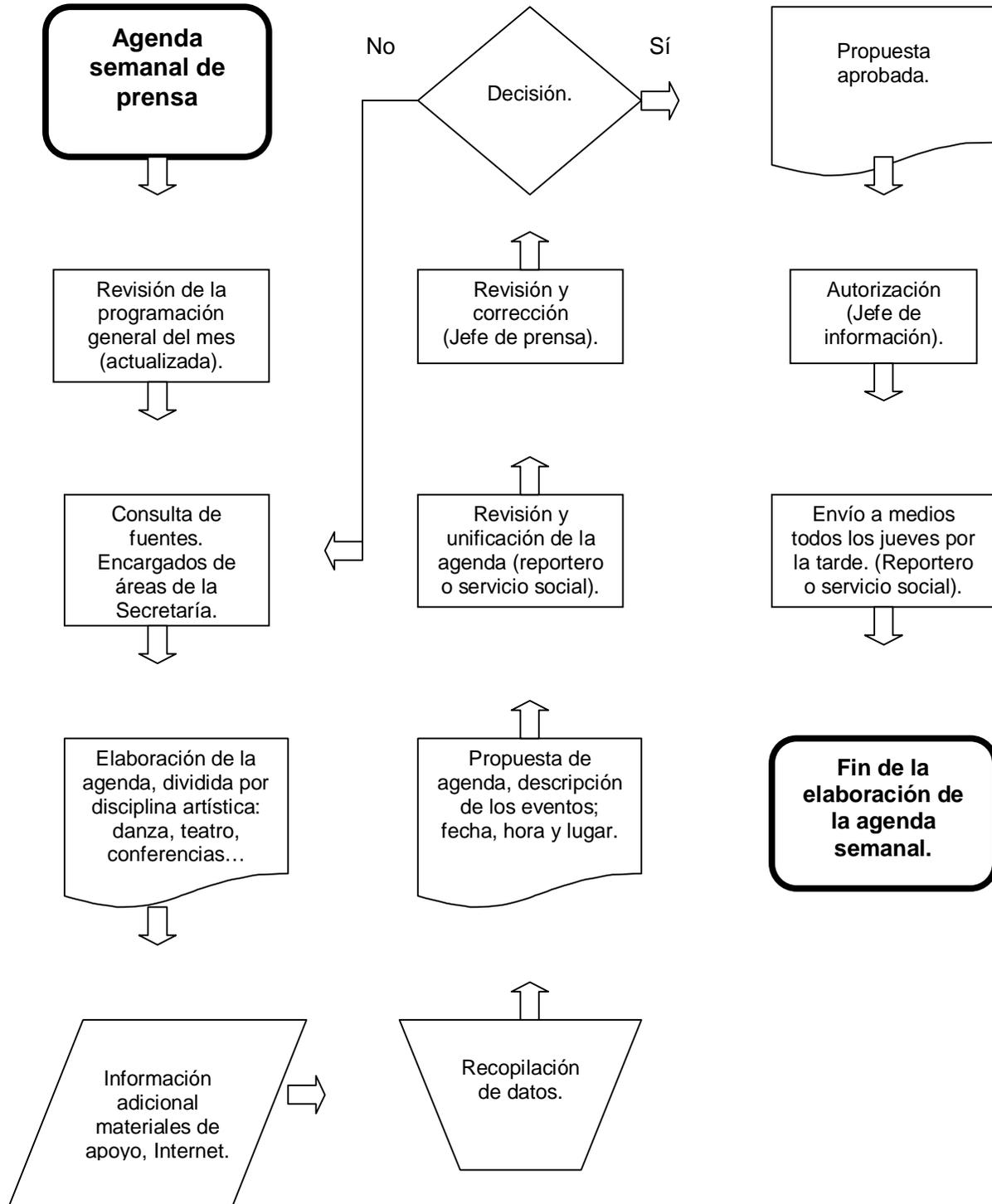
De acuerdo con Roberto Perea, jefe de información, esta agenda incluye toda la programación que no es posible boletinar, ni darles cobertura. “es una manera de subsanar y darle un espacio a las actividades que a lo mejor no son tan fuertes pero que también requieren presencia”.

Esta agenda se prepara cada semana con base en la división de fuentes que tienen los reporteros, pues en ocasiones les llega antes la información que al enlace de programación.

El día de cierre de esta agenda es el jueves de cada semana por la mañana, se somete a correcciones y se envía los representantes de los medios de comunicación en la tarde.

Esta agenda incluye las actividades de la semana siguiente de lunes a domingo; y de esta manera le permite a los medios de comunicación conocer la oferta general de la dependencia, si alguna de las actividades les interesa solicitan más información en el área de prensa así como material fotográfico, o bien acuden a su cobertura directa.

Diagrama del procedimiento



Procedimiento elaboración Agenda Semanal de Prensa

Paso	Actividad	Descripción
1	Revisión de la programación general del mes (actualizada)	El reportero revisa la los eventos e información que se tiene de estos en la programación general del mes. Cada reportero revisa únicamente aquellos datos que se tienen con base en la división de fuentes.
2	Consulta de fuentes. Encargados de las áreas de la Secretaría	El reportero realiza entrevistas vía telefónica o personal con los involucrados de la realización del evento. Compara los eventos de la programación general con la información que le dan los representantes de cada una de las coordinaciones de la Secretaría y en caso de encontrar vacíos en los datos u algunos eventos que no se hayan tomado en cuenta los incluye en la agenda semanal de prensa. Agrega la información necesaria a aquellos eventos de los que no se tiene descripción.
3	Elaboración de la agenda dividida por disciplinas artísticas: danza, teatro, conferencias...	El reportero redacta la agenda semanal de prensa con base en la información que reúne de los eventos.
4	Información adicional de entrevistas, materiales de apoyo o Internet	El reportero retoma información contextual de Internet, generalmente notas informativas que contienen datos sobre el artista o evento. También se revisa el sitio oficial de la compañía de (teatro o danza) o del artista en cuestión. El reportero realiza entrevistas (que posteriormente utilizará para la elaboración de otros materiales informativos) de las que obtiene la descripción del evento. El reportero revisa los materiales de apoyo para incluir datos extras que sirvan de referente.
5	Recopilación de datos	El reportero unifica la información en el cuerpo de la Agenda semanal de prensa.
6	Propuesta de Agenda Semanal de prensa	El reportero finaliza la redacción de la Agenda semanal de prensa. Describe los eventos, y agrega fecha, hora y lugar.
7	Revisión y unificación de la agenda	El reportero o personas de apoyo (servicio social o prácticas profesionales) revisan el orden y precisión de los datos de la agenda.
7	Revisión y corrección la agenda semanal de prensa	El jefe de prensa revisa y en su caso corrige la propuesta de la agenda semanal de prensa entregada por los reporteros.
8	Decisión	Sí , continúa el procedimiento. No , Se regresa al paso dos (consulta de fuentes. Encargados de las áreas de la Secretaría).
9	Propuesta aprobada	Continúa el procedimiento
10	Autorización	El jefe de información autoriza el contenido y redacción de la agenda semanal de prensa para su envío a medios.
11	Envío a medios todos los jueves por la tarde	El reportero o personas de apoyo (servicio social o prácticas profesionales) envían por correo electrónico a la base de datos del área el material informativo.
13	Fin de la elaboración de la agenda semanal de prensa	

Formato



Ciudad
México
Capital en Movimiento

culturaDF

DIRECCIÓN DE DIVULGACIÓN CULTURAL

AGENDA SEMANAL

PROGRAMACIÓN DEL 14 AL 20 DE JUNIO, 2010

-  CONFERENCIAS DE PRENSA
-  TEATRO
-  MÚSICA
-  CINE
-  LITERATURA
-  ARTES VISUALES
-  DANZA
-  CONFERENCIAS ACADÉMICAS
-  FERIAS Y EVENTOS POPULARES
-  FESTIVALES
-  CÍVICOS
-  INFANTILES
-  TALLERES
-  VISITAS GUIADAS
-  ESPECIALES
-  DIRECTORIO

 CONFERENCIAS DE PRENSA

 Conferencia de prensa *Una noche con Brian Eno*

Lunes 14, 11:00 horas

Se darán a conocer los detalles de esta conferencia magistral impartida por el músico, teórico y productor musical; pionero del *ambient* Brian Eno. Como parte de la premier de su instalación multimedia *77 Millones de pinturas*, Eno ofrecerá esta clase magistral sobre su trabajo como incansable creador artístico, dirigiéndose a estudiantes, académicos y profesionales de las artes visuales y la música de vanguardia, y demás disciplinas afines, así como al público en general.

Informes: 51 30 57 40 ext. 2003, 2007 y 2011

Teatro de la Ciudad *Esperanza Iris*, Donceles 36 Centro Histórico. Metro Allende.

 DIRECTORIO

Teatro de la Ciudad *Esperanza Iris*, Donceles 36, Centro Histórico

Metro cercano: Allende

Informes: 5130 5740 ext. 2003, 2007 y 2011

Nina Serratos Zavala

--0--

M E D I O S

CONSULTA DE BOLETINES Y FOTOGRAFÍAS

www.cultura.df.gob.mx cultura.df@gmail.com cultura.df2@gmail.com T. 1719 3000 ext. 1120 y 1136

1) Al igual que los demás documentos deberá contar con el formato de hoja membretada.

2) Se coloca el periodo en el que está vigente la agenda de prensa que se envía, así como los íconos representativos de cada disciplina artística con la finalidad de que sean fácilmente identificables a lo largo del cuerpo de la agenda, el orden del índice inicial se mantiene en todo el material informativo.

3) Se coloca en mayúsculas la categoría a la que pertenece el evento que se reporta.

Posteriormente el nombre del evento completo (negrita) seguido de el día de la semana, la fecha y la hora.

Después un párrafo explicativo que de cuenta de la actividad que se realizará, se incluyen datos generales y de contexto.

Se especifica el costo del evento, teléfonos dónde pedir informes y al finalizar el recinto y dirección de éste (negrita).

4) Al finalizar la agenda, que por lo general cuenta con más de 15 cuartillas de contenido, se incluye un directorio de los recintos en los que se presentan las actividades culturales.

5) El documento se deberá cerrar con el mismo signo que las invitaciones, boletines de prensa y materiales de apoyo.

6) El formato de la hoja de membretada permanece, pues corresponde a la imagen de la dependencia.

7) En este caso se propone eliminar la segunda dirección de correo electrónico (cultural.gdf2@gmail.com) para no generar confusión entre los representantes de los medios de comunicación en la manera en que deben ponerse en contacto con esta área.

Otros documentos

Día a Día

El *Día a Día* es una base de datos que contiene la información de cuántos boletines de prensa e invitaciones se han hecho para los medios de comunicación, esto con la finalidad de cumplir uno de los requisitos fundamentales que es enumerar los materiales informativos que las dependencias generan.

En este formato se enlistan los boletines de prensa, la cabeza (título) de cada uno de éstos y la persona que lo redactó. Este último dato con la finalidad de tener presente el número de coberturas individuales, así como la persona que escribió cada una de las notas en caso de que se tergiverse la información.

Este listado es realizado generalmente por las personas de apoyo en prácticas profesionales o servicio social.

Registros de medios

Los registros de medios son las listas que se generan en los eventos culturales tales como: conferencias de prensa y académicas, presentaciones de teatro e inauguraciones con la finalidad de conocer qué y cuántos medios de comunicación asistieron y saber por adelantado el impacto que tendrá entre la población la información que generó la dependencia.

Este registro sirve a las personas encargadas de realizar la síntesis informativa de la Secretaría de Cultura a conocer en qué medios de comunicación deben buscar detalles de las diversas actividades culturales que organiza la Secretaría.

Este tipo de controles sirve también para tener registro de los medios acreditados en la dependencia y conocer a los reporteros de cada uno de los medios de comunicación.

El registro de medios contiene datos esenciales, tales como: nombre del reportero, medio acreditado, teléfono (celular o de oficina) y correo electrónico.

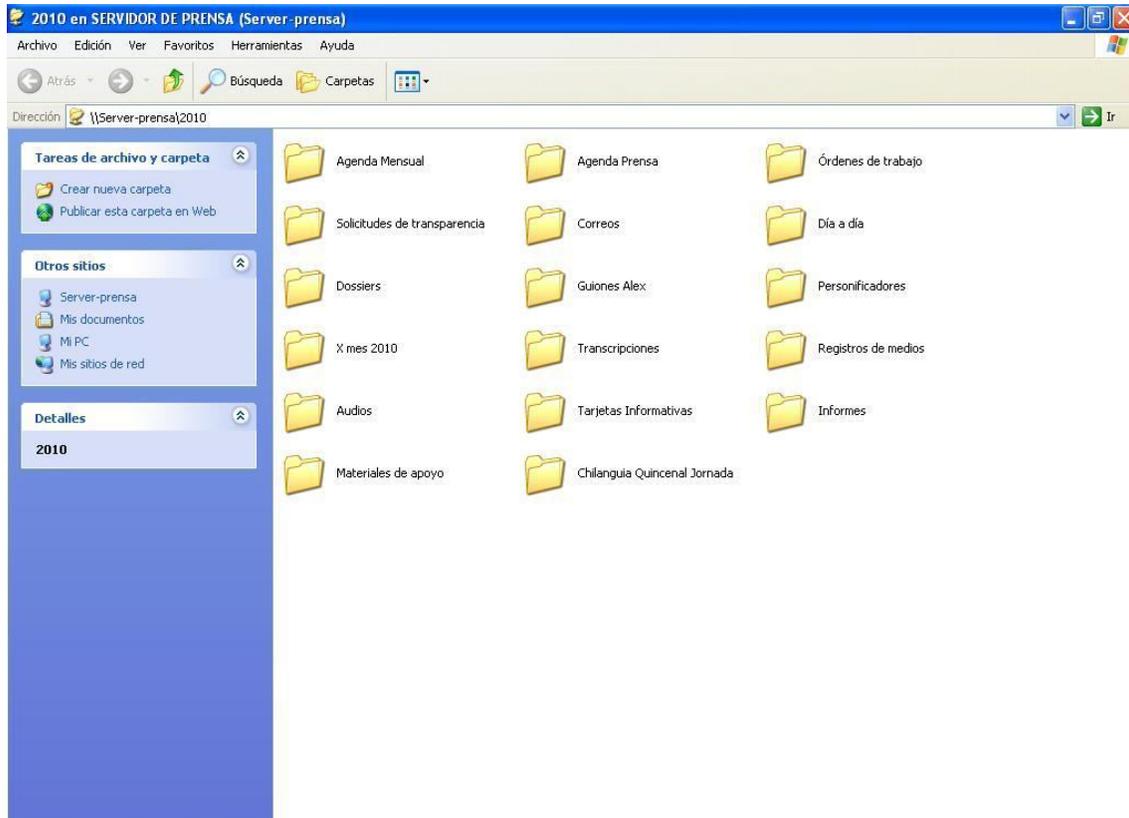
3.5 Intranet

El área de prensa trabaja en red interna lo que les permite a los reporteros que trabajan ahí tener acceso a los materiales que cada uno genera desde su computadora.

Las carpetas de información más importantes en el trabajo que realiza el área de prensa de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal son las siguientes:

- Agenda mensual.
- Agenda de prensa 2009.
- Materiales de apoyo.
- Día a día.
- Registro de medios.
- Personificadotes.
- X mes.

En el escritorio de cada una de las computadoras con que se cuenta en el área de prensa se encuentra una carpeta **Acceso directo a...** seguida del año lectivo (2008, 2009 ó 2010).



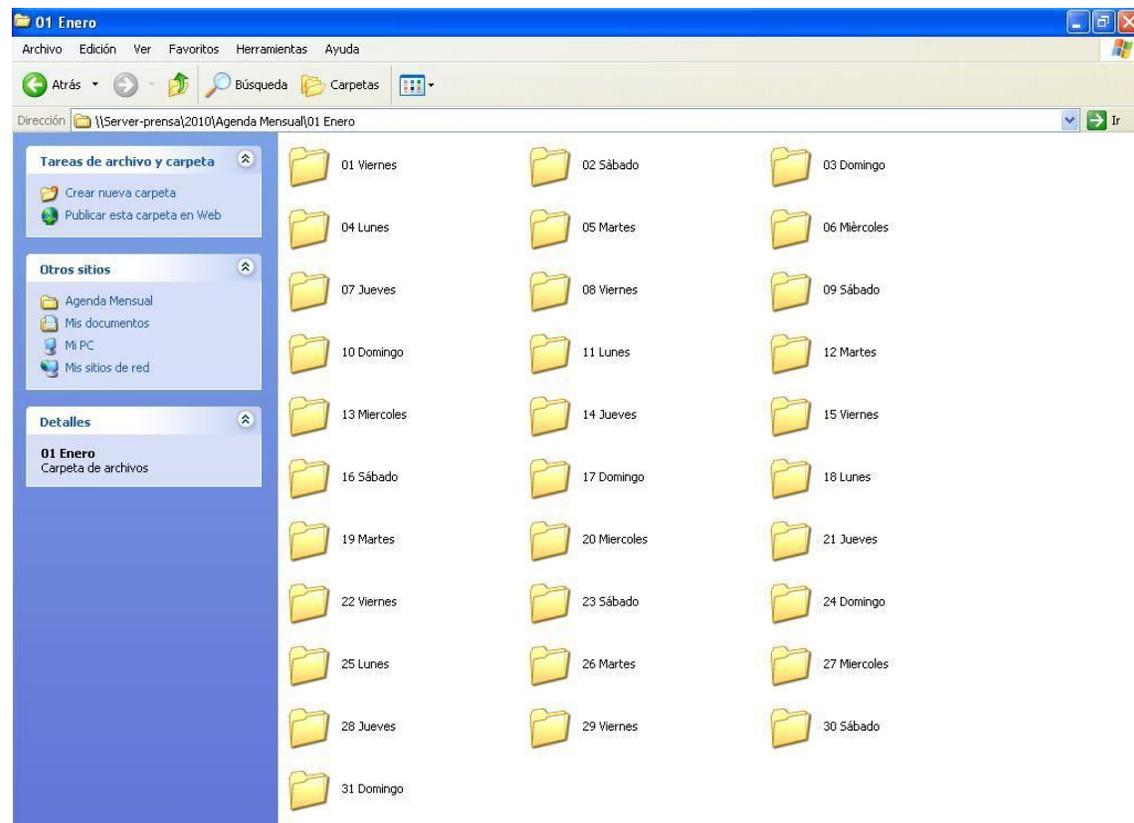
Vista de la carpeta

Agenda Mensual

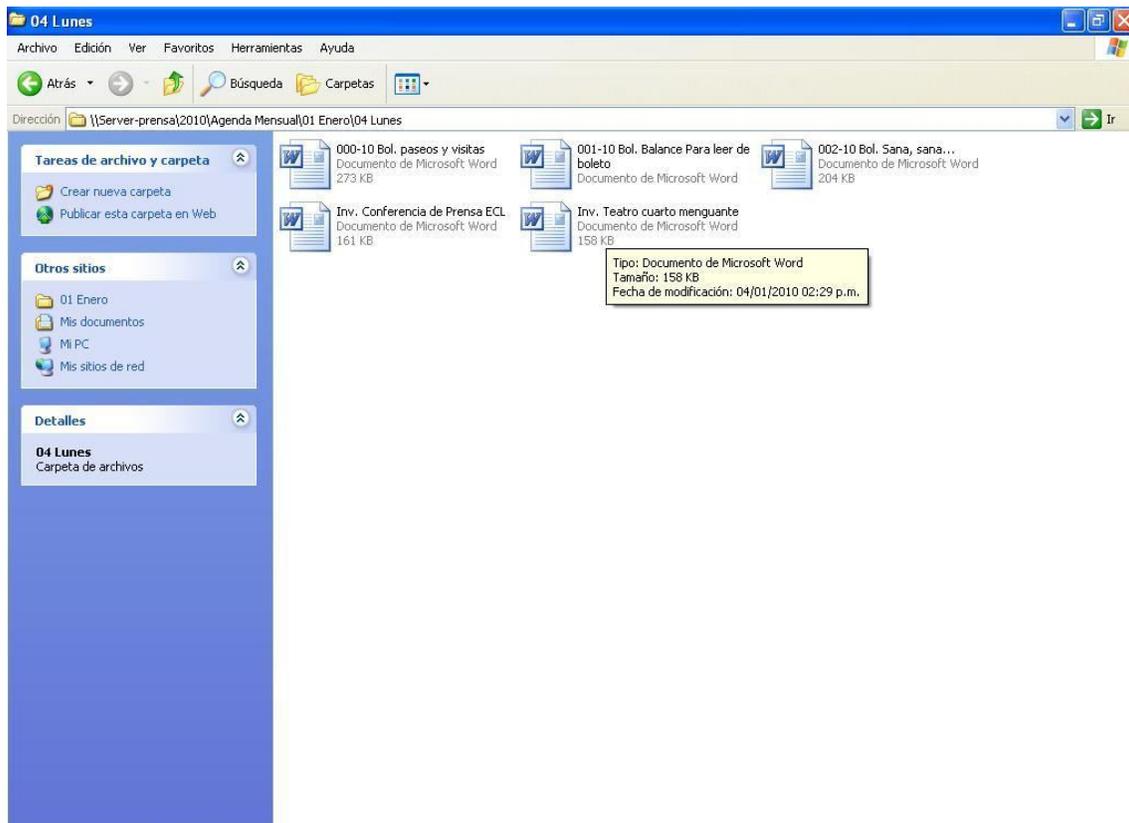
Esta carpeta contiene el trabajo que día a día se genera en el área de prensa. Se encuentra dividida en subcarpetas con los 12 meses del año que a su vez contienen una carpeta por día, con la fecha y el día de la semana al que corresponde.

En cada una de estas carpetas se colocan las invitaciones que se envían a los medios de comunicación en el día que corresponde, además de los boletines de prensa de los eventos que se cubrieron ese día y de los cuales se generó información para los medios de comunicación.

Se propone que también en esta carpeta se coloque el nuevo formato de comunicados de prensa.



Vista de la carpeta

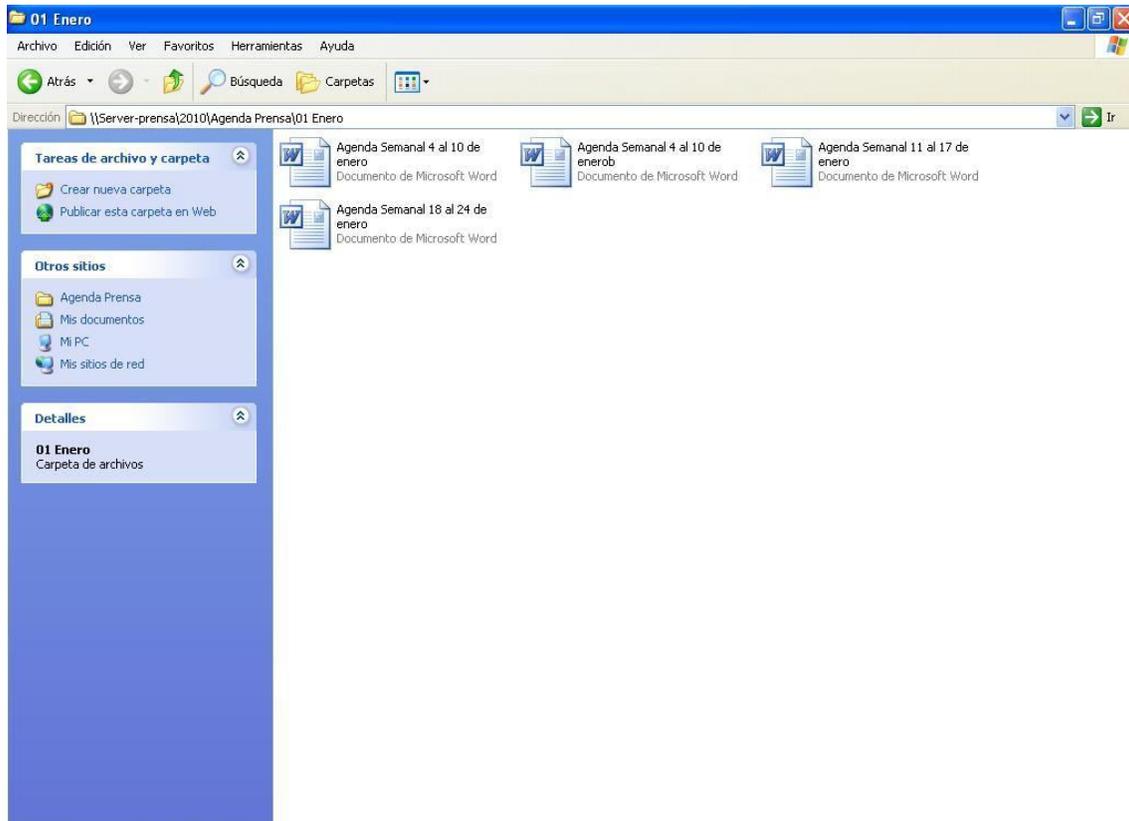


Vista de la carpeta

Agenda de prensa 2010

Esta carpeta de información se encuentra a su vez subcarpetas que contienen cada uno de los meses del año.

En su interior se encuentran las agendas semanales que los reporteros del área de prensa crean con base en la división de fuentes.



Vista de la carpeta

Correos

En esta carpeta se localiza un documento con el título **para envíos diarios**, el cual enlista las direcciones de correo electrónico a las que se les hace llegar los boletines de prensa e invitaciones a los eventos.

Cuando un nuevo medio de comunicación se integra a la lista de medios acreditados se incluye su dirección de correo electrónico en este documento.

El documento tiene una subdivisión en la que se indica el tipo de documentos que se deben de enviar.

Materiales de apoyo

En esta carpeta se encuentran subcarpetas que corresponden a los 12 meses del año.

En cada una de las carpetas correspondiente al mes en curso se encuentran los materiales de apoyo redactados de acuerdo con la lista de eventos que se cubren y de los cuales se encarga de la organización total el área de prensa.

Día a Día

Al igual que las anteriores se encuentra dividida en los 12 meses del año y en ella se encuentra el listado de boletines de prensa que se emiten mes por mes de los eventos de la Secretaría de Cultura que preparó el área.

Estos documentos tienen la finalidad de llevar control de los boletines emitidos para su correcta numeración, requisito fundamental para la redacción de los boletines de prensa.

Al igual que los boletines de prensa, la creación de comunicados implicará su correcta relación en un formato similar al de los boletines.

Registro de medios

Dividida en subcarpetas con los 12 meses del año, en ella se encuentran los registros de medios de los eventos que cubrió y organizó el área de prensa.

Tiene la finalidad de controlar la cantidad de medios de comunicación que asisten a los eventos culturales y saber en qué medios de comunicación principalmente escritos buscar información en primera instancia para la realización de la síntesis informativa que se entrega los funcionarios de la dependencia.

Personificadores

Esta carpeta se encuentra dividida en los meses del año y se localiza el documento que se pasa al departamento de diseño para la realización de los personificadores que se utilizan en las conferencias de prensa y demás actividades que así lo requieran como: conferencias académicas o inauguraciones.

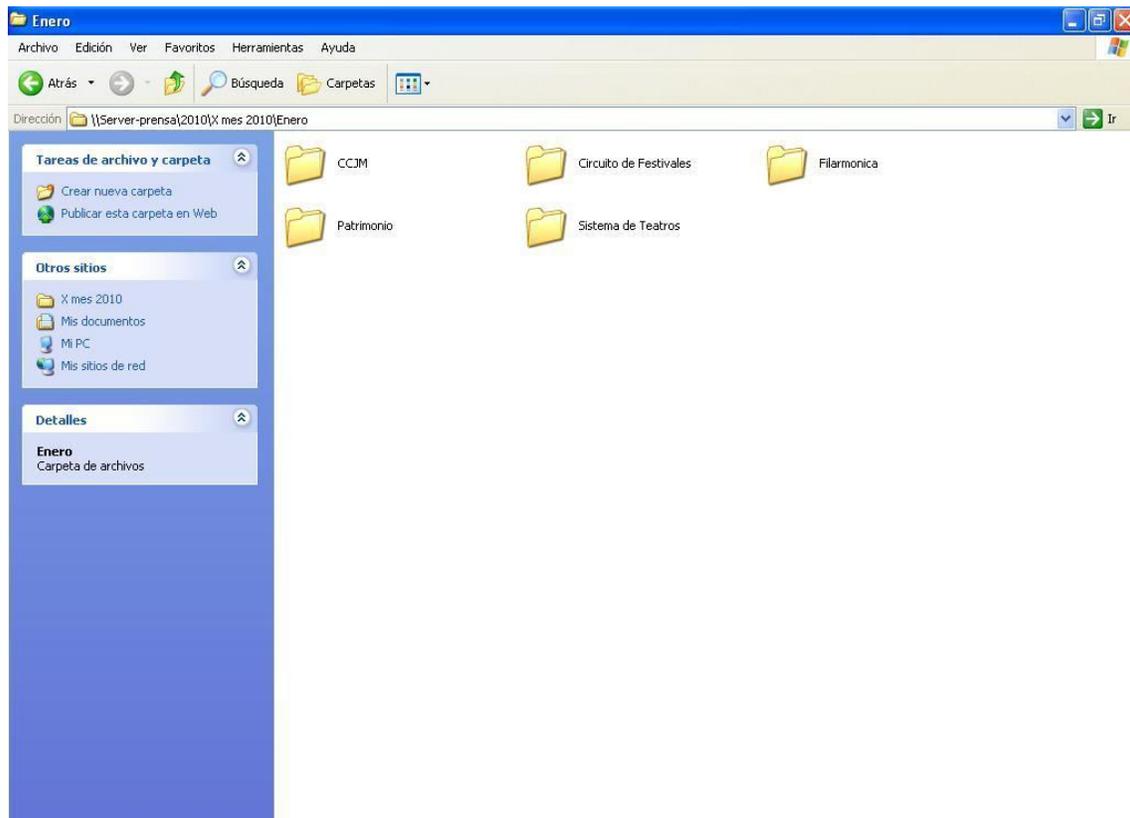
Los personificadores se realizan con la finalidad de dar a los medios de comunicación el nombre y cargo de los funcionarios y artistas que participan en los eventos culturales que organiza o apoya la dependencia.

El registro y control en esta carpeta tiene la finalidad de deslindar a el área de algún error en el nombre o cargo pues se toma del documento que los encargados del evento envían y sobre quienes cae la responsabilidad de enviar la información oportuna y veraz.

X mes

Esta carpeta se encuentra dividida en subcarpetas que corresponden a los meses del año, que a su vez se divide en carpetas que corresponden a cada una de las coordinaciones en las que se divide la Secretaría de Cultura, esto con la finalidad de facilitar la búsqueda de la información.

Es en estas carpetas electrónicas que se encuentra la información referente a cada uno de los eventos de los cuales se han de preparar boletines de prensa, invitaciones, materiales de apoyo o la redacción de los textos que aparecen publicados en la *Chilanguía quincenal* del periódico *La Jornada*.



Vista de la carpeta

Envío de boletines e invitaciones por correo electrónico

Debido a los cambios tecnológicos actuales, ha dejado de utilizarse el correo certificado y el fax para informar a los medios de comunicación sobre los eventos que se realizan.

Por esta razón el área de prensa lo hace por medio del correo electrónico.

- 1) Se utilizan las direcciones de correo electrónico³⁴.
- 2) Una vez abierto el formato de redacción normal de un correo electrónico se adjunta el documento de la invitación o el boletín de prensa que se envía.
- 3) El documento del boletín de prensa o invitación se copia y pega en el documento en blanco del correo electrónico.
- 4) Asunto.
 - a) Invitación: Se coloca la palabra Invitación, el evento del que se trate, ya sea conferencia de prensa, Inauguración, Ceremonia Cívica, entre otras.
 - b) Recordatorio: Se coloca la palabra Recordatorio el evento del que se trate, ya sea conferencia de prensa, Inauguración, Ceremonia Cívica, entre otras.
 - c) Boletín. Se coloca la abreviatura (Bol.) Seguido del número de boletín y la cabeza del mismo.
- 5) En el destinatario, se abre el documento de **para envíos diarios** de la carpeta **correos** y se colocan en el espacio destinado a la copia oculta, esto con la finalidad de hacer personalizado el envío y evitar que otras dependencias utilicen el listado de correos.
- 6) Se da clic en la opción enviar.

³⁴ Para efectos de este trabajo se han omitido las direcciones y contraseñas pues corresponden a información reservada de la institución.

Proponer un manual de procedimientos del área de prensa es fundamental para su trabajo eficaz, pues en el se establecen los lineamientos mínimos para la realización de materiales informativos y el funcionamiento de ésta, así se facilitará la capacitación de las personas que se integren a la planta laboral del área ya sea para realizar su servicio social o practicas profesionales o bien por medio de un contrato administrativo.

En este capítulo se presentan los principales materiales informativos que se elaboran ahí para dar difusión a las actividades culturales de la Secretaría; así como la filosofía del área, y su estructura organizacional.

Conclusiones

Una vez que se conocen los objetivos de una organización, así como su estructura organizacional interna es como pueden establecerse los objetivos del área de prensa acordes con la visión y objetivos estratégicos de la institución en cuestión.

Además de que el área de comunicación de una empresa o institución resulta fundamental para que el público interno y externo pueda conocer sus acciones y al mismo tiempo el cumplimiento eficaz de los objetivos para los cuales fue creada.

Las principales actividades del área de prensa de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal se concentran en la elaboración de materiales informativos que se distribuye entre los representantes de los medios de comunicación.

Esta información se les proporciona en las conferencias de prensa y vía correo electrónico para su uso en la redacción ya sea de notas informativas, entrevistas, reportajes u otros géneros periodísticos; sin embargo, a su vez los medios únicamente mencionan aquella información noticiosa que creen pertinente limitando así el acceso de la población a la información sobre el acceso a los bienes culturales que se ofrecen.

La realización de esta *Propuesta de manual de procedimientos del área de prensa de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal* es fundamental para su trabajo eficaz. En éste se establecen los lineamientos para quienes se integran o desconocen la manera en que funciona esta área que resulta fundamental para que la población conozca las acciones de la dependencia.

Se propuso un manual de procedimientos, que explica a los elementos que ahí desempeñan su labor periodística la manera y procedimientos para desempeñar sus funciones. Este manual permitirá tener uniformidad en el trabajo que se realiza, para evitar las dificultades en el funcionamiento de la misma y formato para realizar los boletines de prensa, invitaciones y otros materiales informativos.

El trabajo del área de prensa resulta de vital importancia en la promoción de las actividades que ésta realiza, debido a la estrecha relación con los medios de comunicación, pues es la encargada garantizar la difusión eficaz y oportuna de las actividades culturales a todos los representantes de los medios de comunicación, que son el intermediario próximo de los habitantes con el entorno.

Es importante decir que redactar y hacer llegar a los representantes de los medios de comunicación no quiere decir que lo vayan a retomar o publicar.

Existen muchos elementos que pueden desembocar en la disminución del interés de la gente sobre la información que se está emitiendo, por lo que es importante reforzar los mensajes con la repetición de los mismos, para lo que el comunicólogo debe ingeniárselas para no tener tono de cantaleta que disminuya aún más la atención, sino mediante la utilización de mecanismos alternos. “La clave está en encontrar aun otra manera de decirlo”.³⁵

Debido a la revolución tecnológica de la que ya hemos hablado, para integrar a los empleados en ésta es importante armonizar su convivencia con las innovaciones tecnológicas mediante el desarrollo de un plan de **comunicación interna** que satisfaga las necesidades de información que les permitan utilizarlas, dentro de este plan resulta importante el manual.

Para poder tener una **comunicación organizada**, como se planteó al inicio, se debe establecer un análisis de las necesidades a partir de las cuales se hará el planteamiento de los objetivos para finalmente llevar a cabo acciones coherentes.

El empleado como ya se dijo es fuente de información, para lo cual debe saber, sobre la empresa y querer hablar sobre ella. Para aquellos que se dedican única y exclusivamente a la difusión de información en la organización debe tener se en cuenta el tipo de discurso que maneja con base en la identidad, personalidad, para el posicionamiento de la organización; y la cultura, en el que entran la misión, visión y valores. Esto resulta no sólo importante, sino fundamental en los elementos que laboran en el área de prensa, pues son sus principales herramientas de trabajo para poder transmitir en los materiales informativos que generan estos elementos.

Para que cualquier organización pueda ejercer una comunicación adecuada es importante reconocer e identificar estos elementos antes mencionados con la finalidad de emprender acciones en favor de la organización basadas en la comunicación organizada y bien encaminada, no a la emisión desordenada de los mensajes como única acción viable para entrar en la supuesta comunicación.

Esto es importante tomarlo en cuenta ya que si se difunde la información primero al exterior, los boletines serán del conocimiento de un gran número de personas, pero no de las que se ven afectadas directamente por las acciones de la Secretaría de Cultura, como: los diarios locales, los análisis que hacen los expertos, la denuncia por parte de los empleados ante la ausencia de información, -debido a

³⁵ Bartoli, *Op. Cit.* p. 47.

que ellos también son fuentes de información para periodistas y ante el desconocimiento pueden tergiversar los datos.

La comunicación no debe basarse únicamente en el bombardeo de datos, sino en la contextualización de éstos, en términos periodísticos, sería no conformarse con el boletín de prensa, sino ir más allá incluso de lo que ya se sabe, contextualizar para así orientar al correcto entendimiento del contexto. Aspectos que se pretende alcanzar con la propuesta de manual.

“La gente se desempeñaba de mejor manera cuando estaba plenamente informada acerca de la situación de la empresa”³⁶, dar explicaciones de lo que sucede no sólo narrarlo. Todo esto con la finalidad de evitar que se genere el desinterés de las personas hacia sus labores cotidianas.

La propuesta de éste permitirá tener una sistematización específica, aunque es importante recordar que las áreas de comunicación no son estáticas. De acuerdo con el jefe de información, Roberto Perea, esta propuesta servirá para consultar dudas que pudieran suscitarse en los procesos y formatos en la realización de los materiales informativos; mientras que Nery Anaya, reportera, aseguró que un manual de procedimientos permitirá unificar su formato.

Al respecto, José Luis Flores, jefe de prensa, aseguró que sí usaría el manual; sin embargo, éste debe ser perfectible para no quedar rezagado ni estático pues, como ya se mencionó la evolución es una constante.

De esa manera la *Propuesta de manual de procedimientos del área de prensa de la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal* permitirá, tal como lo establece Fernando Martín Martín en el libro, *Comunicación en Empresas e Instituciones, de la Consultoría a la Dirección de Comunicación*:

- Dar primacía a la información y evitar las ideas básicas.
- Ser breve, conciso y claro.
- Ir directamente al hecho.

Sin lugar a dudas aspectos básicos para la redacción de cualquier material informativo.

“Es necesario elaborar un preciso y riguroso *manual de funciones* para cada dirección o jefatura de la empresa o institución, en la que se especifiquen los

³⁶ *Idem.* p. 84.

siguientes apartados: título del puesto, categoría jerárquico laboral: relaciones jerárquicas; sustituciones, fines del puesto, funciones directivas y ejecutivas, funciones ante su personal; facultades hacia su personal, organización del mismo, gastos, planificación de objetivos.... Y responsabilidades ante la presidencia y dirección general".³⁷ Aspectos que se incluyen en esta propuesta.

³⁷ Fernando Martín Martín, *Comunicación en empresas e instituciones, de la consultaría a la Dirección de comunicación*; Salamanca: Universidad de Salamanca, 1995, p. 64.

Referencias

Bibliográficas

- Andrade Rodríguez de San Miguel Horacio, "Hacia una definición de la Comunicación Organizacional" en: *La comunicación en las organizaciones*, Fernández, Collado Carlos, México: Trillas, 1991, 368 pp.
- Bartolí, Annie, (traducción de Stella Maris García) *Comunicación y organización, La organización comunicante y la comunicación organizada*, Buenos Aires; México: Paidós, 1992, 121 pp.
- Berganza Conde María Rosa, *Periodismo especializado*, Madrid: Ediciones internacionales universitarias 2005, 180 pp.
- D'Aprix, Roger, *Comunicación para el cambio, como conectar el lugar de trabajo con las cambiantes demandas del mercado*, Barcelona; México: Granica, 1999, 205 pp.
- Franklin, Fincowsky, Enrique Benjamín, *Organización de empresas*, segunda edición, Mc Graw Hill, México 2004, 367pp.
- Martín, Martín Fernando, *Comunicación en empresas e instituciones, de la consultaría a la Dirección de comunicación*, Salamanca: Universidad de Salamanca, 1995, 162 pp.
- Molina Martínez, Rubén, *Gobierno y comunicación social*, México: Instituto Politécnico Nacional, 2002, 187 pp.
- Quesada Pérez Montserrat, *Periodismo especializado*, España, Ediciones Internacionales Universitarias, 1998, 136 pp.
- Seijas, Candelas Leopoldo, *Estructura y fundamentos del periodismo especializado*, Madrid: Universitas, 2003, 276 pp.

Legislativas

- Ley Orgánica de Administración Pública del Distrito Federal.
- Ley de Filmaciones del Distrito Federal.
- Ley de Fomento y Desarrollo Cultural del Distrito Federal.

Documentos

- *Líneas Estratégicas y Programas Específicos 2007.*
- Manual Administrativo de procedimientos de la Dirección de Divulgación Cultura.
- *De todo... Cultura... Para todos, Servicios, programas, apoyos y actividades de la Secretaría de cultura y cómo participar en ellos.*
- *Programa de Fomento y Desarrollo Cultural del Distrito Federal 2004-2006*
- *Informe de actividades de la Secretaría de Cultura de 2007.*
- *Informe de actividades de la secretaría de cultura del distrito Federal 2008.*
- Tercer informe de actividades de la Secretaría de Cultura del Distrito Federal 2009.
- Nuestra Ciudad en la Cultura, Memoria de la Secretaría de Cultura, mayo 2001-diciembre 2002.
- Políticas Culturales en la Ciudad de México 1997-2005.

Entrevistas

- Anaya Monroy Ana Nery, 2 junio 2010.
- Cerrillo Limón Guadalupe, 3 junio 2010.
- Cruz Herrera Alejandro, 2 junio 2010.
- Flores Beltrán José Luis, 3 junio 2010.
- Juárez Sánchez José Martín, 7 junio 2010.
- Perea Cortes Roberto, 3 junio 2010.

Consulta

- Pérez Ceja Ainoa, subdirección de información.
- Barragán Vara Alejandro, jefe de fotografía.
- Mejía Moreno Carolina, encargada de desarrollo Web.
- Sobrevilla Deny, Prospectiva.

Electrónicas

- “De la Unidad de Comunicación Social”
<http://www.guerrero.gob.mx/pics/art/articles/685/file.comuni1.pdf> (consulta 20 de octubre de 2009, 18:45 horas).
- Alfredo Ortiz Santos, “Elena Cepeda quiere que esta ciudad sea el centro cultural del país”, La crónica, Martes 5 de diciembre 2006, http://www.cronica.com.mx/nota.php?id_nota=275936 (consulta 24 de mayo de 2009, 16:52 horas).
- Arroyo María Teresa, El boletín o comunicado de prensa, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Veracruzana, 2010, <http://facico.infocomonline.net/facico/descargas> (consultado 13 de febrero 2011, 20:49 horas).
- Gaceta Oficial del Distrito Federal, Décima Séptima Época, No. 200, 26 de octubre de 2007
http://www.paot.org.mx/centro/leyes/df/pdf/GODF/GODF_26_10_2007.pdf
(consulta 18 de junio de 2009, 20:34 horas).
- <http://www.codigoradio.cultura.df.gob.mx>
- <http://www.cultura.df.gob.mx>

Anexos



Museo de la Ciudad



Museo de los Ferrocarrileros



Museo Nacional de la Revolución



Museo Archivo de la
Fotografía



Salón de Cabildos del
Antiguo Palacio del
Ayuntamiento

Museo Panteón San
Fernando



Centro Cultural José Martí

Centro Cultural Xavier
Villaurrutia



Centro Cultural Olin
Yoliztli



Faro de Tláhuac

Faro Milpa Alta



Faro de Oriente



Teatro Benito Juárez



Teatro de la Ciudad *Esperanza Iris*



Teatro Sergio Magaña



Presentación de la OFCM en el Zócalo de la Ciudad

Guardia de Honor por el
245 Aniversario del
Natalicio de Morelos



Paseos Culturales, Noche
de Museos

Cierre del Festival de
México (Fmx)



Décimo Aniversario del
Faro de Oriente



Para leer de boleto en el metro

Remate de libros en el Auditorio Nacional



Expo Fotoperiodismo

Obra de Teatro *Incendios*





Peatonal en la Facultad de Arquitectura UNAM



Galerías Abiertas

Feria de las Culturas Amigas

