



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**PROPUESTA DE GUÍA DE INDUCCIÓN
Y DE MANUAL DE PRODUCTOS INFORMATIVOS
DE UNA OFICINA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL**

**T E S I N A
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PRESENTA:**

RICHARD JIMÉNEZ ALVAREZ

ASESORA: DRA. FRANCISCA ROBLES

CIUDAD UNIVERSITARIA, NOVIEMBRE 2014





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	4
CAPÍTULO 1 LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA FEDERAL	
1.1 Concepto de Administración Pública Federal	7
1.2 Organización de la Administración Pública Federal	9
1.3 La Comunicación Social en la Administración Pública Federal	21
1.3.1 Áreas / Funciones de una Oficina de Comunicación Social	21
1.3.2. Productos informativos de una Oficina de Comunicación Social de la Administración Pública Federal	28
CAPÍTULO 2 HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	
2.1 Planeación Estratégica	33
2.2 Los Manuales en la Planeación Estratégica	35
2.3 Las Guías en la Planeación Estratégica	39
2.4 Modelos de Herramientas de Comunicación Social en la Administración Pública Federal	43
CAPÍTULO 3. PROPUESTA DE HERRAMIENTAS DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.	

3.1 Propuesta de Guía de Inducción	64
3.2 Propuesta manual de calidad de productos informativos	86
Conclusiones	104
Bibliografía	106

INTRODUCCIÓN

Mi experiencia profesional se ha desarrollado principalmente en la Administración Pública Federal (APF), en el área de Comunicación Social de Dependencias como la Presidencia de la República, la Secretaría de Turismo federal, la Secretaría del Trabajo y Previsión Social federal y el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM), entidad sectorizada de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes del Gobierno federal.

Esta experiencia la plasmo en esta Tesina aportando de manera general una Guía de Inducción de las principales áreas y funciones que encontramos en una Oficina de Comunicación Social de la Administración Pública Federal, así como un Manual de Productos Informativos.

El capítulo 1 “La Administración Pública Federal” es una visión general de la Administración Pública Federal conociendo su concepto y su integración dentro del Estado y del Gobierno y cómo la Administración Pública Federal sirve de soporte para asumir las responsabilidades designadas al Presidente de la República.

Este capítulo muestra la manera de organización de la Administración Pública Federal, su marco jurídico que determina los principios básicos de su planeación y estructura, así como los principales órganos que la componen y como se encuentra dividida.

De manera particular este capítulo da a conocer las áreas y las funciones de una Oficina de Comunicación Social dentro de la Administración Pública Federal que de manera general deben estar incorporadas para su adecuado funcionamiento, recordando que la estructura orgánica de cada Dependencia o Entidad es muy variable, tan es así que la Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia

de la República cuenta con 73 funcionarios y por otro lado, encontramos estructuras muy pequeñas como la del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México que tiene solo siete elementos para realizar todas sus actividades.

Además, plasma los Productos Informativos de una Oficina de Comunicación Social como son: Conferencia de Prensa, Boletín de Prensa, Comunicados de Prensa y Síntesis Informativa.

En el Capítulo 2 “Herramientas de Planeación Estratégica” está plasmado de manera general, lo que es la Planeación Estratégica y como es una herramienta fundamental en permite materializar la Misión y la Visión indispensables para la realización de un Manual que es una de las propuestas de esta tesina.

Sin bien las manuales y las guías son herramientas con ciertas similitudes no son lo mismo, ya que el manual nos proporciona de manera detallada lo que debemos hacer en comparación con la guía que sólo nos da un acercamiento de lo que es la Dependencia o Entidad y en nuestro caso las Oficinas de Comunicación Social de Administración Pública Federal.

Para la realización de un Manual existen componentes generales que deben de estar presentes invariablemente como son: Carátula del manual, Contenido del manual, Documento de aprobación técnica y registro del manual, Documento de actualización de procedimientos, Introducción del manual, Objetivo del manual, Procedimientos, Glosario, Participantes en la elaboración del manual y Directorio.

Por otro lado, la finalidad de contar con Guías en las dependencias o entidades de la Administración Pública Federal consiste en familiarizar a los nuevos elementos con la estructura de la dependencia o entidad, con su Misión, así como de la Visión institucional, de manera que se garantice su compromiso para lograrla.

De manera básica, una guía debe contener los siguientes elementos: Carátula de la guía, Índice, Bienvenida, ¿Quiénes somos?, Organigrama, ¿Qué hacemos?, Antecedentes, Código de conducta, Documentos de consulta, Directorio, Despedida y Grupo de trabajo

Este capítulo contiene tres modelos de Herramientas de Comunicación Social en la Administración Pública Federal que contiene las principales funciones, puestos y responsabilidades, así como el organigrama de las áreas de Comunicación Social de la Secretaría de Turismo federal, Secretaría del Trabajo y Previsión Social y Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México.

El capítulo 3 “Propuesta de herramientas de planeación estratégica” contiene la propuesta realizada de Guía de Inducción para una Oficina de Comunicación Social y una propuesta Manual de Calidad de Productos Informativos.

Estas propuestas están realizadas con base a la experiencia personal y a la investigación que muestran de manera más vivencial el ámbito laboral.

Capítulo 1. La Administración Pública Federal

El objetivo de este capítulo es dar una visión general de lo que es la Administración Pública Federal, la manera en que se encuentra organizada, las leyes por las cuales se rige y cómo se encuentra integrada, teniendo como principal visión las Dependencias y Entidad en las que he laborado como son la Presidencia de la República, la Secretaría de Turismo federal, la Secretaría del Trabajo y Previsión Social federal y el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM), entidad sectorizada de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes del Gobierno federal.

1.1. Concepto de Administración Pública

Para entender lo que es la Administración Pública es necesario decir en primer lugar que es el Estado y el Gobierno, ya el papel de la Administración Pública es la de ser garante de los fines del Estado.

“El Estado es toda organización social capaz de establecer un Gobierno legal y legítimo para una población en un territorio cuya soberanía esté reconocida por el Derecho Internacional.”¹

“El Gobierno es la organización que representa al Estado para el cumplimiento de sus aspiraciones y metas.”²

El Gobierno se sirve de la Administración Pública Federal para realizar las funciones asignadas al Poder Ejecutivo de la Federación. La Administración Pública Federal, en consecuencia, sirve de soporte para asumir las

¹ CASTELAZO, José R. *Administración Pública: Una Visión de Estado*, Instituto Nacional de Administración Pública, México, 2010, p. 39

² Ibidem

responsabilidades designadas al Presidente de la República, quien se apoya para ello directamente en las Secretarías y Dependencias del Estado. Al sistema de administración del Gobierno Federal se le denomina Administración Pública Federal, y opera a través de dependencias y entidades que dependen del poder ejecutivo.

Como cualquier sistema de administración, la Administración Pública Federal desarrolla procesos relacionados con la planeación, organización, administración de personal, dirección y control. Algunas definiciones en torno a este concepto son:

Definición etimológica. “Administración (del latín *administratio*), significa la acción de administrar.”³

Definición constitucional. “Será centralizada y paraestatal conforme a la Ley Orgánica que expida el Congreso. Distribuirá los negocios del orden administrativo de la Federación, que estarán a cargo de las Secretarías de Estado y Departamentos Administrativos y definirá las bases generales de creación de las Entidades Paraestatales y la intervención del Ejecutivo Federal en su operación (artículo 90)”.⁴

Definición operativa. “Es la acción encauzada a lograr los propósitos de la comunidad, que determina cómo se distribuye y ejerce la autoridad política y la económica. Esta acción compromete a las instituciones, autoridades, servidores y

³ Página electrónica de la Secretaría de la Función Pública.
http://imt.mx/images/files/SPC/Curso%20Nociones/contenidos/modulo3/mod_3_3.htm

⁴ Página electrónica de la Secretaría de la Función Pública.
http://imt.mx/images/files/SPC/Curso%20Nociones/contenidos/modulo3/mod_3_3.htm

particulares a asumir y ejecutar las funciones, atribuciones o competencias propias del Estado, para satisfacer el interés general o comunitario.⁵

Definición funcional. “Es un instrumento de acción del Estado, que dicta y aplica las disposiciones necesarias para el cumplimiento de las leyes para la conservación y fomento de los intereses públicos. Es un elemento estratégico para el desarrollo de la sociedad, que responde a un modelo que propicia los cambios políticos, económicos, sociales y culturales.”⁶

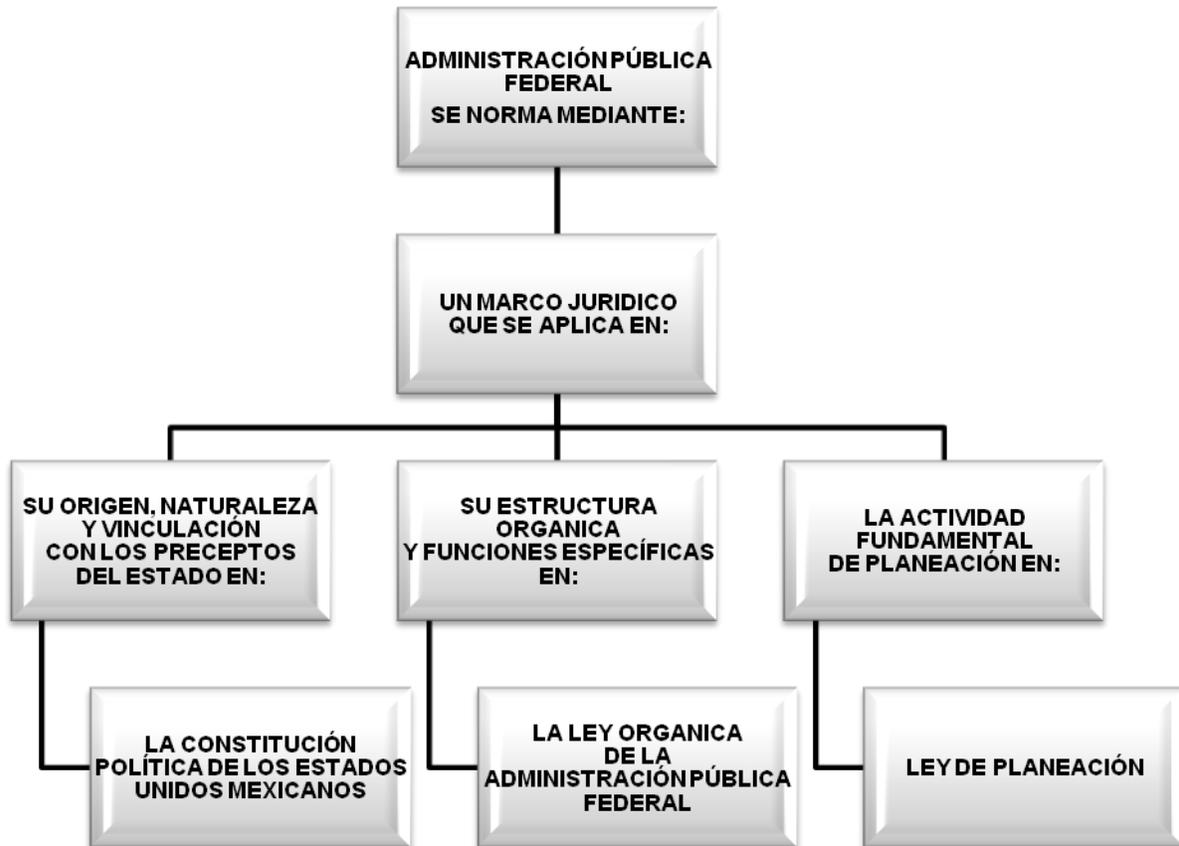
1.2. Organización de la Administración Pública Federal

Para concretar los fines del Estado, la Administración Pública funciona de acuerdo con un marco jurídico que determina los principios básicos de su planeación y estructura. La Ley de Planeación y la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal que emanan de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, son los ordenamientos jurídicos fundamentales.

⁵ Ibidem

⁶ Ibid

**Esquema conceptual sobre el marco jurídico
de la Administración Pública Federal:**



Fuente: ⁷

La Administración Pública Federal debe ser concebida como parte integrante del órgano ejecutivo del Gobierno del Estado y no como un ente aislado, según señalan ciertos autores. No podemos concebir la Administración Pública fuera del marco jurídico-estatal. “Este importante órgano gubernamental forma parte del

⁷ Página electrónica de la Secretaría de la Función Pública.
http://imt.mx/images/files/SPC/Curso%20Nociones/contenidos/modulo3/mod_3_3.htm

Ejecutivo, mas no lo integra totalmente ni ejerce todas las funciones que a él corresponden.”⁸

Las atribuciones gubernamentales constituyen el conjunto de actos y tareas que el Gobierno debe realizar para la consecución de los fines del Estado. La amplitud de las atribuciones gubernamentales depende del régimen político concreto de un país.

La Administración Pública Federal es reestructurada cada sexenio, ya sea en el simple cambio de denominación de ciertas secretarías de Estado, así como en la fusión o separación de las funciones de dos o más de éstas, por ejemplo.

La expresión “Gabinete Ampliado” se utiliza cuando el Presidente incluye determinadas oficinas y/o unidades administrativas que no están contempladas expresamente en la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, situación que se ha considerado ocasiona ciertas repeticiones en la actividad burocrática e impide la continuidad de algunos programas o actividades que han resultado beneficiosas para el correcto funcionamiento gubernamental.

Münch Galindo Lourdes y García Martínez José proponen la siguiente definición de administración:

“Proceso cuyo objeto es la coordinación eficaz y eficiente de los recursos de un grupo social para lograr sus objetivos con la máxima productividad”.⁹

Miguel Acosta Romero señala como Administración Pública a:

⁸ MORENO Rodríguez, Rodrigo, *La Administración Pública Federal en México*, Primera edición, 1980, p.92

⁹ MÜNCH Galindo, Lourdes y García Martínez, José. *Fundamentos de administración*. 5ª. Edición. México, Trillas, 1995. P. 23 y 24

“La parte de los órganos del Estado que dependen directa, o indirectamente, del Poder Ejecutivo, tiene a su cargo toda la actividad estatal que no desarrollan los otros poderes (Legislativo y Judicial), su acción es continua y permanente, siempre persigue el interés público, adopta una forma de organización jerarquizada y cuenta con: a) elementos personales; b) elementos patrimoniales; c) estructura jurídica, y d) procedimientos técnicos.”¹⁰

De acuerdo a la Enciclopedia Jurídica Mexicana:

“Por Administración Pública se entiende, generalmente, aquella parte del Poder Ejecutivo a cuyo cargo está la responsabilidad de desarrollar la función administrativa. De esta manera, la Administración Pública puede entenderse desde dos puntos de vista: uno orgánico, que se refiere al órgano o conjunto de órganos estatales que desarrollan la función administrativa, y desde el punto de vista formal o material, según el cual debe entenderse como la actividad que desempeñan este órgano o conjunto de órganos. Con frecuencia, suele identificarse a la función administrativa, como la actividad de prestación de servicios públicos tendientes a satisfacer necesidades de la colectividad.”¹¹

Las definiciones de Administración Pública tienen elementos en común, como el de constituirse por distintas áreas, mismas que dependen directamente del Poder Ejecutivo, y las cuales tienen a su cargo la actividad de la administración de una colectividad determinada.

¹⁰ ACOSTA Romero, Miguel. *Teoría General del Derecho Administrativo*. Primer curso. Decimosexta edición actualizada. Editorial Porrúa. México, 2002, p. 263

¹¹ INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS. *Enciclopedia Jurídica Mexicana*, Volumen I, Letras A-B, Editorial Porrúa. UNAM. México, 2002. Págs. 168 y 169.

La Administración Pública Federal es regulada por la Ley Orgánica de la APF en la cual se indica que la Secretaría de Gobernación, entre otras funciones, será la encargada de

“XXXIX. Formular, regular y conducir la política de comunicación social del Gobierno Federal y las relaciones con los medios masivos de información, así como orientar, autorizar, coordinar, supervisar y evaluar los programas de comunicación social de las dependencias del Sector Público Federal”.¹²

“XL. Vigilar que las publicaciones impresas y las transmisiones de radio y televisión, así como las películas cinematográficas, se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la paz y moral pública y a la dignidad personal, y no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden público”.¹³

A su vez, cada ente de la Administración Pública tendrá sus propios Manuales de Organización en los que se indicarán las tareas y actividades de cada área de Comunicación Social.

Ley Orgánica de la Administración Pública Federal

El 29 de diciembre de 1976 fue publicada la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal en el Diario Oficial de la Federación. Dicha Ley representa el primer paso del derecho administrativo mexicano y se encarga de regular la organización y funcionamiento de la Administración Pública Federal en su conjunto; establece las partes que la integran (administración pública centralizada y paraestatal); determina las secretarías de Estado y los departamentos

¹² Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, p. 10

¹³ Ibidem

administrativos, asignándoles competencia específica, y establece la base de regulación de los organismos descentralizados y empresas de participación estatal. Asimismo, contiene las principales funciones de apoyo global que la Administración debe realizar en todo su ámbito competencial de manera horizontal.

Los principales órganos que integran la Administración Pública de nuestro país, a nivel federal es la siguiente:

Presidencia

De acuerdo con lo que establece el artículo 80 de la Constitución, el Poder Ejecutivo de la Unión se deposita en un solo individuo, que se denomina Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, consagrado así el carácter unipersonal de dicho poder.

El Presidente de la República tiene así un doble carácter: funge como Jefe de Estado, representando a la Nación, protocolariamente se le rinden los honores que corresponden a esa investidura, y tiene todas las funciones inherentes a la misma.

Como Jefe de Gobierno, encabeza la Administración Pública Federal, da contenido político a su estructura, señala las líneas fundamentales de la actividad política y administrativa del Estado.

La Presidencia de la República actualmente está conformada por Unidades Administrativas, mismas que auxilian directa e inmediatamente al Jefe del Ejecutivo, estas unidades administrativas que integran el órgano denominado Presidencia de la República, aunque ya no constituyen una Secretaría de Estado,

tienen una estructura y una organización, que se ha ido integrando por Acuerdos del Presidente, que está en el cargo. ¹⁴

En cada sexenio, a través de decretos, van cambiando las denominaciones y funciones de dichas unidades administrativas, así por ejemplo en la actual administración, que relativamente tiene poco tiempo, de acuerdo al Diario Oficial del 2 de Abril de 2013 ¹⁵, se cuenta con las siguientes unidades:

Artículo 3. El Presidente contará con el apoyo directo de la Oficina de la Presidencia, la cual se integra por las unidades siguientes:

- I. Jefatura de la Oficina de la Presidencia;
- II. Secretaría Particular del Presidente;
- III. Coordinación de Asesores del Presidente;
- IV. Coordinación de Comunicación Social, y
- V. Secretaría Técnica del Consejo de Seguridad Nacional.

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

Secretarías de Estado

El Presidente de la República se auxilia en la función administrativa de las Secretarías de Estado, las cuales tienen su fundamento Constitucional en los artículos 90 a 93, así como en el 89 fracción II, todos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

¹⁴ SERRA Rojas, Andrés. *Derecho Administrativo, doctrina, legislación y jurisprudencia*, Primer curso, Editorial Porrúa, México, 1997 P.307

¹⁵ Diario Oficial de la Federación, 2 de Abril de 2013, Primera Sección, p2.

Estas Secretarías pueden definirse como: “el órgano superior político administrativo compuesto por la estructura jurídica y el conjunto de personas y elementos materiales a su disposición, para ejercitar su competencia, bajo la autoridad del titular, quien a su vez, depende del Ejecutivo”.¹⁶

El número de Secretarías de Estado en nuestro país se han ido incrementando en la misma forma en que han aumentando las atribuciones de la Administración Pública Federal, la Ley de Administración Pública Federal¹⁷ vigente en su artículo 26 dispone que para el despacho de los asuntos del orden administrativo, el Poder Ejecutivo de la Unión contará con las siguientes dependencias agrupadas en cuatro rubros:

Gabinete Económico

- Secretaría de Hacienda y Crédito Público
- Secretaría de Energía
- Secretaría de Economía
- Secretaría del Trabajo y Previsión Social
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes
- Secretaría de Turismo

Gabinete Social

- Secretaría de Educación Pública
- Secretaría de Desarrollo Social
- Secretaría de Salud
- Secretaría de la Reforma Agraria

¹⁶ ACOSTA Romero, Miguel. Ob. Cit. P. 372

¹⁷ Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, p. 6

- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación

Gabinete Político

- Jefe de la Oficina de la Presidencia
- Secretaría de Gobernación
- Secretaría de Relaciones Exteriores
- Secretaría de la Función Pública

Gabinete de Seguridad

- Procuraduría General de la República
- Secretaría de la Defensa Nacional
- Secretaría de Marina
- Secretaría de Seguridad Pública

Por lo que respecta a cada Secretaría, ésta debe tener un titular denominado Secretario, que es definido como:

“Un funcionario político-administrativo, nombrado y removido por el Presidente de la República, acuerda con este último y es subordinado jerárquicamente del mismo, teniendo a su cargo y encabezado una Secretaría de Estado. Forma parte del Cuerpo Colegiado previsto en el artículo 29 de la Constitución (texto reformado en 1981), para suspender las garantías individuales; informa anualmente al Congreso de la Unión, refrenda a los actos del Presidente de la República relativos a la Secretaría de su ramo, puede ser llamado a informar por cualquiera de las Cámaras del Congreso, cuando se trate algún asunto

relativo a la Secretaría que encabeza o se discuta una ley de la misma”.

18

Por otra parte y de acuerdo a lo que dispone el artículo 92 constitucional, los Secretarios de Estado y Jefes de los Departamentos Administrativos tienen un requisito fundamental, la firma, la cual debe aparecer en todos los reglamentos, decretos, acuerdos y ordenes del Presidente, a que el asunto corresponda, y sin este requisito no serán obedecidos.

La estructura de la Administración Pública Federal es muy amplia y compleja. Nos centraremos en dos secretarías y una entidad en las cuales laboré y que abordaremos sus objetivos y funciones de manera general para llegar a las funciones de las Unidades de Comunicación Social, objeto de estudio de esta Tesina.

Secretaría de Turismo federal

Las atribuciones de la Secretaría de Turismo federal se encuentran en el Artículo 42 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, las principales que les mencionaré son:

- Formular y conducir la política de desarrollo de la actividad turística nacional.
- Promover, en coordinación con las entidades federativas, las zonas de desarrollo turístico nacional y formular en forma conjunta con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales la declaratoria respectiva.

¹⁸ Ibidem

- Determinar con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público los criterios generales para el establecimiento de los estímulos fiscales necesarios para el fomento a la actividad turística, y administrar su aplicación, así como vigilar y evaluar sus resultados.
- Regular, orientar y estimular las medidas de protección al turismo, y vigilar su cumplimiento, en coordinación con las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y con las autoridades estatales y municipales.
- Promover, coordinar, y en su caso, organizar los espectáculos, congresos, excursiones, audiciones, representaciones y otros eventos tradicionales y folklóricos de carácter oficial, para atracción turística, ente otros.

Secretaría del Trabajo y Previsión Social

Las atribuciones de la Secretaría de Turismo federal se encuentran en el Artículo 40 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, las principales que les mencionaré son:

- Vigilar la aplicación de las disposiciones contenidas en el artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en la Ley Federal del Trabajo y en sus reglamentos.
- Intervenir en los contratos de trabajo de los nacionales que vayan a presentar sus servicios en el extranjero, en cooperación con las secretarías de Gobernación, de Economía y de Relaciones Exteriores.
- Coordinar la formulación y promulgación de los contratos-ley de trabajo.

- Promover la capacitación, prestar servicios de asesoría e impartir cursos de capacitación para incrementar la productividad en el trabajo, entre otros.

Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México

El Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México es una entidad dependiente de la Secretaría de Comunicaciones y Transporte que tiene el objetivo de promover y acrecentar procesos efectivos de operación, gestión y apoyo para brindar un servicio de calidad y eficiente a los usuarios, clientes y público en general del Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México S.A. de C.V., dando seguimiento a los lineamientos, estatutos y actas constitutivas de las empresas que conforman el grupo.

Sus atribuciones son:

- Fijar, conducir y evaluar, la administración de los procesos de operación, gestión y apoyo para otorgar un servicio de calidad y efectivo a los usuarios, clientes y público en general del Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México S.A. de C.V.
- Establecer y conducir las políticas, estrategias, normas y alcances para controlar la operación segura y eficiente del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México.
- Patrocinar las reuniones con los clientes para intercambiar información sobre las políticas de las empresas, marcos de acción, reglas de operación, características de los diversos contratos, así como de propuestas para mejoras internas y atención al cliente, o en su caso de la coparticipación en los nuevos proyectos.

- Participar en todos aquellos proyectos de alcance externo y cuyo ámbito de influencia, se encuentre en la prestación de los servicios aeroportuarios.¹⁹

1.3. La Comunicación Social en la Administración Pública Federal

De manera general veremos algunos de los contrastes que tienen las Oficinas de Comunicación Social en la Administración Pública Federal, su estructura y sus funciones en las cuales no importa el tamaño de la Dependencia o Entidad deben de estar presentes en una Oficina de Comunicación.

1.3.1. Áreas / Funciones de una Oficina de Comunicación Social

La estructura orgánica de las distintas Oficinas de Comunicación Social es muy variable y depende de la dependencia o entidad. De acuerdo con el Portal de Transparencia, la Coordinación de Comunicación Social de la Presidencia de la República cuenta con 73 funcionarios desde Jefes de Departamento, Subdirectores de Área, Directores de Área, Directores Generales Adjuntos, Directores Generales hasta llegar al Coordinador de Comunicación Social.²⁰

Por otro lado, encontramos estructuras muy pequeñas como la del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México que tiene solo siete elementos para realizar todas sus actividades.

Por supuesto que este contraste atiende a la importancia que recibe cada dependencia o entidad pero hay funciones que sin duda deben realizarse en cualquier Oficina de Comunicación Social.

¹⁹ AEROPUERTO INTERNACIONAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO, Manual General de Organización, México 2013, p 25

²⁰ Portal de Obligaciones de Transparencia.
http://portaltransparencia.gob.mx/pot/estructura/showOrganigrama.do?method=showOrganigrama&_idDependencia=02100

Toda área debe tener un titular del área, ya sea una Dirección General, Jefe de Unidad o Gerencia dependiendo de si se trata de una dependencia, una sectorizada o una entidad.

Titular del área de Comunicación Social

El Titular del área de Comunicación Social es y será el único responsable de implementar, elaborar y difundir las líneas de acción en los medios de información y debe realizar las siguientes funciones:

- Elaborar el Programa Anual de Comunicación Social que defina la estrategia de comunicación y los programas a desarrollar durante el año, así como la supervisión de sus entidades sectorizadas en caso de que las tengan para presentarlo en tiempo y forma ante la Dirección General de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación.
- Difundir en medios de comunicación las actividades del Titular de la dependencia o entidad que sean de importancia para la ciudadanía sin promoción personal.
- Promover y difundir las actividades y programas de mayor relevancia de la dependencia o entidad, a través de las campañas de difusión autorizadas por la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, en los diversos medios de comunicación y a través de la utilización de tiempo oficial que le corresponde al Estado en radio y televisión y en caso de ser necesario en tiempos comerciales pagados.
- Analizar la información relacionada con la actividad de la dependencia, del Titular y demás funcionarios de la institución que se publica en los medios

de comunicación e informar de ella a los interesados para que les ayude a la toma de decisiones y a la reorientación de la estrategia de comunicación social en caso de ser necesario.

- Coordinar las relaciones institucionales con los representantes de los medios de comunicación.
- Elaborar la información de las tarjetas de apoyo que se le elaboran al Titular de la dependencia para sus encuentros con la prensa, así como la elaboración o supervisión de los discursos encaminados a una adecuada estrategia de comunicación.
- Planear y coordinar entrevistas y conferencias de prensa del Titular de la entidad o dependencia, así como de los demás funcionarios.

Encargado de Prensa

El Encargado de Prensa de manera general es la mano derecha del Titular del área de Comunicación Social y su función primordial es el manejo de la información, generarla, administrarla y darla a conocer a los medios de información, específicamente debe:

- Coordinar la elaboración y envío de boletines y/o comunicados de prensa sobre la información que generan las diferentes áreas de la dependencia a fin de mantener informada a la ciudadanía.
- Coordinar la cobertura periodística en los eventos institucionales con la finalidad de promover la imagen institucional y mantener una estrecha relación con los reporteros de la fuente de la dependencia o entidad, a fin

de que cuenten con la información generada continuamente para su difusión.

- Coordinar junto con el Encargado de Difusión el levantamiento de video, audio y fotografía de los eventos de la dependencia y proporcionar el material generado a los diferentes medios de comunicación y al Encargado de Internet y Redes Sociales para su difusión.

Encargado de Difusión

El Encargado de Difusión planea, diseña y tramita ante la autoridad correspondiente las campañas institucionales y maneja el material audiográfico de la institución, específicamente debe:

- Planear, organizar y evaluar las estrategias de difusión de la dependencia o entidad en los medios de comunicación para dar cumplimiento al Programa Anual de Comunicación Social.
- Gestionar autorizaciones y el cumplimiento de la normatividad ante la Dirección General de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación en lo relativo al Programa Anual de Comunicación Social. Y orientar a los órganos sectorizados, si es que los tiene, en la entrega de sus materiales de comunicación a fin de que cumplan con el Manual de Identidad Gráfica vigente.
- Gestionar los trámites de las campañas de difusión ante la Dirección General de Normatividad en Comunicación y la Dirección General de RTC de la Secretaría de Gobernación, para difundir los mensajes hacia la ciudadanía.

- Proponer el diseño de publicaciones y material gráfico para campañas institucionales para su difusión en medios impresos y electrónicos.
- Realizar un oportuno seguimiento de los mensajes difundidos en medios, para vigilar el estricto apego a lo previamente establecido con el medio.
- Coordinar junto con el Encargado de Prensa el levantamiento de video, audio y fotografía de los eventos de la dependencia y llevar un oportuno archivo audiográfico del material generado.
- Facilitar, en coordinación con el Encargado de Prensa, a los representantes de los medios de comunicación, el material audiográfico necesario para el desempeño de sus labores, previa solicitud y autorización del Titular del área de Comunicación Social.

Encargado Administrativo

El Encargado Administrativo maneja los recursos del área, además es el enlace con el área financiera de la dependencia y con los medios de comunicación para la contratación de espacios comerciales para la difusión de campañas institucionales, específicamente debe:

- Coordinar la administración de los recursos humanos, financieros, materiales y de servicios a solicitud del Titular del área y realizar los trámites correspondientes ante la Unidad Administrativa de la dependencia o entidad.
- Coordinar la contratación de espacios en los medios de comunicación junto con el Encargado de Difusión y validar facturas por concepto de publicidad,

a través de las órdenes de inserción, así como tramitar el pago correspondiente.

- Apoyar en la coordinación logística de eventos a cargo del Titular del área que tengan fines informativos.

Encargado de Monitoreo de Medios

El Encargado de Monitoreo de Medios es el responsable de ser los ojos y los oídos de lo que se publica y difunde en medios electrónicos sobre la dependencia, del Titular y demás funcionarios, específicamente debe:

- Coordinar la integración de la información nacional e internacional difundida por los medios de comunicación masiva relacionada con la dependencia, su Titular y demás funcionarios para la elaboración de Síntesis Informativa.
- Proporcionar con eficiencia y oportunidad la información obtenida monitoreo de los noticieros a los funcionarios de la dependencia o entidad.
- Realizar puntual seguimiento de la información generada por el área de Comunicación Social a través de boletines, comunicados, conferencias de prensa e inserción de desplegados en los diferentes medios de comunicación.
- Elaborar un análisis semanal y mensual sobre el posicionamiento de la información difundida en los medios de comunicación sobre dependencia o entidad.

- Realizar el seguimiento de las Redes Sociales de la dependencia o entidad y de su titular y demás funcionarios, así como de lo que se dice al respecto de estos.

Encargado de Internet y Redes Sociales

El Encargado de Internet y Redes Sociales es el responsable del manejo del Portal Institucional, así como de las Redes Sociales de la dependencia, específicamente debe:

- Realizar la recopilación y selección de la información suministrada por las diferentes Unidades Administrativas de la dependencia para su publicación y ofrecer a los usuarios del Portal Institucional información de interés.
- Mantener el Portal Institucional actualizado en coordinación con las áreas responsables para que la información publicada sea veraz y oportuna para aprobar la evaluación anual que realiza la Presidencia de la República.
- Diseñar estrategias en internet que promuevan la actividad y los programas de la institución, a través de redes sociales y otras alternativas digitales.
- Realizar el seguimiento de las Redes Sociales de la dependencia o entidad y de su titular y demás funcionarios, así como de lo que se dice al respecto de estos.
- Desde mi experiencia, estas son las áreas o funciones que primordialmente deben realizarse en un Oficina de Comunicación Social, por supuesto que dependiendo del tamaño, estructura, importancia y presupuesto podrían crecer las funciones y el elemento humano dentro de la estructura.

1.3.2. Productos informativos de una Oficina de Comunicación Social de la Administración Pública Federal

Es muy importante no perder de vista que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos garantiza en su Artículo 6º el Derecho a la Información:

La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado.²¹

Por esta razón las oficinas de Comunicación Social deben de tener la tarea de informar a los ciudadanos sobre los propósitos, las políticas, las acciones gubernamentales, los resultados de las políticas públicas sin la promoción de sus titulares.

Para lograr la comunicación con la ciudadanía, las áreas de Comunicación Social cuentan con distintas herramientas para llegar a todos los niveles y al público objetivo utilizando los medios de comunicación de la manera más efectiva posible.

Conferencia de Prensa

De las herramientas con las que cuentan las oficinas de Comunicación Social tenemos a la Conferencia de Prensa que es un instrumento informativo que consiste en realizar una convocatoria a los medios de comunicación para que designen un representante que asista a cubrir el evento informativo.

²¹ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 07 de julio de 2014, p. 10

Encontramos dos tipos de conferencias de prensa, la abierta y la condicionada. La abierta garantiza la participación libre de los representantes de los medios de comunicación y les permite realizar las preguntas que deseen. Además, la dependencia o la entidad desconocen las preguntas que les van a realizar.

Y las conferencias de prensa condicionadas en las cuales la dependencia o entidad eligen a los medios y a los periodistas que considera se adecuan a sus fines para entregar las preguntas y respuestas seleccionadas para el fin que se busca.

“Las conferencia de prensa han sufrido desquiciamiento de su naturaleza, desde que las fuentes de información abusan de este procedimiento y porque aplican reglas rígidas al modus operandi del contacto entre la fuente y los periodistas; unas veces las conferencias de prensa pecan de innecesarias; otras, de incompletas.”²²

Las áreas de Comunicación Social elaboran material informativo para los medios de comunicación tras seleccionar los temas de mayor importancia que buscan hacer llegar a la ciudadanía.

Boletín de Prensa

El boletín de prensa es la publicación en la que más se apoyan las áreas de Comunicación Social ya que “selecciona los incidentes más importantes y convenientes, a la vez omite los comprometedores, con este material elabora un mensaje que es entregado a las redacciones de los medios de masivos con el nombre de boletín”.²³

²² RIVADENEIRA Parada, Raúl, Periodismo: La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación, Edit. Trillas, México 1991, p. 85.

²³ Ibidem, p. 86.

De esta manera el boletín se convierte en una nota informativa mediante la cual se difunden las actividades políticas, hechos relevantes y programas que la dependencia o entidad llevan a cabo.

Comunicados de Prensa

Las áreas de Comunicación Social también cuentan con los Comunicados de Prensa que consisten en la información institucional emitida por las dependencias o entidades con algún particular.

El comunicado de prensa es “una declaración específica y ocasional (...) es unilateral y subjetivo, que emplea en exceso adjetivaciones, es exagerado y puede relegar el dato noticioso en cualquier parte del texto, sin orden ni método”.²⁴

Es pertinente señalar que pese a que las oficinas de Comunicación Social cuentan con estas herramientas básicas para transmitir su información a los medios y hacerla llegar a la ciudadanía estas no sustituyen el acercamiento respetuoso y cordial que debe existir con los reporteros, periodistas, Jefes de Información y demás representantes de los medios ya que en la actualidad no siempre el reportero de la fuente es experto o conocedor del tema pues en la actualidad el reportero no sólo cubre un tema en particular y las áreas Comunicación Social deben llevar de la mano al representante de los medios para transmitirle de manera correcta lo que quieren expresar.

²⁴ Ibid, p. 87.

Síntesis Informativa

Además de los productos o herramientas noticiosas, las Oficinas de Comunicación Social cuentan con una herramienta para conocer lo que se dice de la dependencia, del Titular y demás funcionarios que están expuestos a los medios información.

La Síntesis Informativa es la recopilación de la información publicada a primera hora del día y que permite medir la percepción y ver el camino que toma la información difundida, la adecuada imagen de la dependencia y de sus funcionarios, así como de los programas y acciones implementados por la institución.

Esta herramienta permite tomar decisiones para implementar, en caso de ser necesario, una adecuada estrategia de comunicación.

Durante mi experiencia profesional he desempeñado distintas funciones en las dependencias y entidades en las que he laborado y plasmó en este capítulo un acercamiento a las funciones que se realizan en particular en la Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría de Turismo Federal, de la Secretaría del Trabajo y en la Gerencia de Comunicación Social del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México.

En estas tres dependencias o entidades hay similitudes en cuanto funciones y son las que plasmé para dar un acercamiento real de las funciones, puestos y acciones que no deben faltar en ninguna Oficina de Comunicación Social de la Administración Pública Federal.

Capítulo 2 Herramientas de Planeación Estratégica

Las Oficinas de Comunicación Social de cualquier dependencia o entidad requieren de manuales y de guías para garantizar el adecuado funcionamiento de la misma.

Estos manuales y guías ayudarán a que cualquier elemento de nuevo ingreso conozca de manera conceptual el funcionamiento, los procesos y los productos realizados en esa oficina pues constituyen una herramienta eficaz para la capacitación del personal contribuyendo de manera sustantiva a que la transmisión del conocimiento sea homogénea.

Los procedimientos, con sus actividades, tareas y responsabilidades por puesto, asentadas en el manual, deben proporcionarle al personal todo el soporte necesario, considerando que dicho personal no contará con el respaldo de un supervisor o asesor durante todo el tiempo en que realice sus actividades.

En este capítulo veremos de manera general lo que es un manual y una guía como parte de las herramientas de Planeación Estratégica, además de tres modelos estructurales de Comunicación Social en la Administración Pública Federal como son: Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría de Turismo federal, Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social federal y de la Gerencia de Comunicación Social del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México entidad sectorizada de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Estos modelos de Comunicación Social que veremos son parte de mi experiencia profesional y tienen tantas similitudes como diferencias y son buenos ejemplos de cómo se puede trabajar en algunos casos y las similitudes mostrarán como se

debe trabajar de manera general en cualquier Oficina de Comunicación Social de la Administración Pública Federal.

2.1. Planeación Estratégica

Primero veremos los conceptos y definiciones de lo que es Planeación, Estrategia y Planeación Estratégica.

Planeación

La planeación es definida como “la función administrativa que determina anticipadamente cuáles son los objetivos que deben alcanzarse y qué debe hacerse para conseguirlos alcanzarlos, se trata de un modelo teórico para la acción futura (...) La planeación determina a donde se pretende llegar, que debe hacerse, cuando, cómo y en qué orden.”²⁵

Estrategia

La palabra Estrategia deriva tanto de los conceptos griegos Strategike episteme (la visión del general) y strategon sophia (la sabiduría del general). Posteriormente, a partir de éstos, aparecieron el francés stratégie y el italiano strategia este concepto está claramente asociado al desarrollo de la guerra.

Por ello las primeras definiciones de estrategia se asocian al arte de la guerra y señalan que “la táctica constituye la enseñanza del uso de las fuerzas armadas en los encuentros, y la estrategia, la del uso de los encuentros para alcanzar el objetivo de la guerra”.²⁶

²⁵ CHIAVENATO, Idalberto. *Introducción a la teoría General de la Administración*. Mc Graw Hill. Bogotá, 1986, p, 143

²⁶ GOTTLIEB von Clausewitz, Carl Philipp, *De la guerra, 2002* – Copyright <http://www.librodot.com>, Libro II, Capitulo I p. 54

Al pasar de la guerra a la vida política, social y administrativa la estrategia es definida como “un modelo de cambio mediante la ideación del conjunto de pasos, acciones y vías que en un sistema posibilitan el tránsito del estado actual al futuro requerido y deseado”.²⁷

La Planeación Estratégica

La Planeación Estratégica es “el proceso por el que una organización, una vez analizado el entorno en el que se desenvuelve y ha fijado sus objetivos a medio y largo plazo selecciona las estrategias más adecuadas para lograr esos objetivos y define los proyectos a ejecutar para el desarrollo de estrategias. Todo ello estableciendo un sistema de seguimiento y actualización permanente que adapte los objetivos, estrategias y programas a los posibles cambios externos e internos que afectan a una organización.”²⁸

El uso de este proceso en el ámbito público se concibe como una herramienta imprescindible para la identificación de prioridades y asignación de recursos en un contexto de cambios y altas exigencias por avanzar hacia una gestión comprometida con los resultados.

La planificación estratégica antecede al control de gestión, el cual permite hacer el seguimiento de los objetivos establecidos para el cumplimiento de la misión y nos referimos a las grandes decisiones, al establecimiento de los Objetivos Estratégicos que permiten materializar la Misión y la Visión. Por lo tanto la planificación estratégica es la base o el marco para el establecimiento de mecanismos de seguimiento y evaluación de dichos objetivos, es decir, el control

²⁷ OJEDA, Jorge, *La matriz FODA como fuente de estrategias*, Editorial Inspiración, Santiago de Cuba, 2008 (EN LÍNEA)
http://manuelgross.bligoo.com/content/view/282387/La_matriz_FODA_como_fuente_de_estrategias.html

²⁸ PARIS Roche, Fernando, *La Planificación Estratégica en las Organizaciones Deportivas*, Editorial Paidotribo, España 2005, p, 23.

de la gestión no se puede realizar sin un proceso previo de planificación estratégica.

“La Misión es la descripción concisa y clara de la razón de ser de la Entidad, propósito fundamental”.²⁹

“La Visión son los valores de la organización, como espera ser reconocida, futuro deseado de la organización”.³⁰

2.2. Los Manuales en la Planeación Estratégica

De acuerdo con el portal www.definicion.org la definición de manual dice:

Instrumento administrativo que contiene en forma explícita, ordenada y sistemática información sobre objetivos, políticas, atribuciones, organización y procedimientos de los órganos de una institución; así como las instrucciones o acuerdos que se consideren necesarios para la ejecución del trabajo asignado al personal, teniendo como marco de referencia los objetivos de la institución.³¹

Los manuales son fundamentales para la comunicación, coordinación, dirección y evaluación administrativa, además sirven de apoyo para la capacitación del personal, ya que facilitan al interior de cada área, la integración de las distintas Unidades Administrativas, a través del flujo de información, asimismo, permiten a cualquier usuario/a interno y externo, el conocimiento preciso de las operaciones, trámites y servicios que realizan.

²⁹ ARMIJO, Marianela. *Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público*. Área de Políticas Presupuestarias y Gestión Pública ILPES/CEPAL 2009, p. 12

³⁰ Ibidem

³¹ Portal www.definicion.org Consultado en Noviembre de 2014

La importancia de los manuales constituye una fuente formal y permanente de información y orientación acerca de la manera de ejecutar un trabajo determinado y establece los lineamientos y mecanismos para la correcta ejecución de un trabajo determinado para dar continuidad y coherencia a las actividades que describen delimitando las responsabilidades que evita desviaciones arbitrarias y malos entendidos en la ejecución de un trabajo determinado.

“Un manual debe contestar las preguntas sobre lo que se hace (políticas) el área, departamento, dirección, gerencia u organización y cómo hace (procedimientos) para administrar el área, departamento, dirección, gerencia u organización y para controlar los procesos asociados a la calidad del producto o servicio ofrecido (este control incluye desde la determinación de las necesidades del cliente hasta la entrega del producto o realización del servicio, evaluando el nivel de servicio de post-venta)”³²

Los manuales, en general, deben contener:

- **Carátula del manual**

Es la primera hoja del documento, cuya finalidad es identificar al manual.

- **Contenido del manual**

Es la parte del documento cuya finalidad es listar secuencialmente los apartados que constituyen el manual.

- **Documento de aprobación técnica y registro del manual**

Es la hoja del manual donde se da formalidad a los procedimientos que lo integran, para lo cual son indispensables las firmas de aprobación del

³² ÁLVAREZ Torres, *Martín G. Manual para elaborar Manuales de Políticas y Procedimientos*, Panorama Editorial, México 1996, p 24

personal involucrado en su elaboración, revisión y autorización dentro de la dependencia o entidad.

- **Documento de actualización de procedimientos**

Es la hoja en la que se debe asentar cada una de las actualizaciones que se realizan al manual, las cuales entre otras, pueden ser cambios en los formatos que se utilizan en el procedimiento, inclusión o derogación de normas de operación, modificación de requisitos de trámite, eliminación de actividades innecesarias, establecimiento o modificación de actividades de registro y control, etcétera.

- **Introducción del manual**

Debe contener estos puntos fundamentales:

- Las funciones de la dependencia () área responsable.
- La importancia de contar con un manual de procedimientos.
- El propósito que se pretende alcanzar a través de él.
- A quiénes está dirigido (usuarios).
- Los temas o apartados que lo integran.
- Las recomendaciones sobre el uso y consulta del manual.

- **Objetivo del manual**

El objetivo deberá especificar claramente los resultados que se pretenden alcanzar al contar con el manual de la dependencia o entidad

- **Procedimientos**

Este apartado constituye la parte fundamental del manual, ya que agrupa los procedimientos previamente elaborados, ya sea por área de responsabilidad o por la naturaleza de un trabajo.

- **Glosario**

Está compuesto por la definición o explicación de palabras o términos poco usuales o con diferentes acepciones utilizados en el manual y que se considera requieren ser definidos en este apartado para facilitar su comprensión y unificar el lenguaje utilizado.

- **Participantes en la elaboración del manual**

Es la última hoja, en la que se relacionan los nombres, puesto y el papel desempeñado por cada una de las personas que intervienen en la elaboración y actualización del manual de procedimientos de la dependencia o entidad.

- **Directorio**

En el reverso de la portada se debe incluir el Directorio Institucional de la dependencia o entidad debiéndose anotar los nombres completos y cargos de los diferentes funcionarios del primer y segundo nivel jerárquico.

Es importante señalar que si bien estos son los elementos básicos que debe tener una manual dentro de la Administración Pública Federal es necesario revisar las normas, leyes vigentes del ramo en el que nos encontramos.

Una recomendación básica al elaborar un manual es utilizar un lenguaje simple, claro y directo, el cual permitirá mejorar la redacción, la comunicación y el grado de instrucción que se desea establecer, por ello se recomienda consultar el Manual de lenguaje claro emitido por la Secretaría de la Función Pública (SFP). Así mismo, se deberá utilizar un lenguaje no sexista en la elaboración de los

documentos normativos, en cumplimiento a la “Norma Mexicana para la Igualdad Laboral entre Mujeres y Hombres NMX-R-025-20121”.³³

Y para ser claros este tipo de documentos constituyen una herramienta eficaz para la capacitación del personal contribuyendo de manera sustantiva a que la transmisión del conocimiento sea homogénea.

Los procedimientos, con sus actividades, tareas y responsabilidades asentadas en el manual, deben proporcionarle al personal todo el soporte necesario, considerando que dicho personal no contará con el respaldo de un supervisor o asesor durante todo el tiempo en que realice sus actividades.

Un manual debe garantizar el cumplimiento de los procedimientos, además de proporcionar una guía sobre lo que hay que hacer en caso de que se presenten contingencias.

2.3. Las Guías en la Planeación Estratégica

Sin bien las manuales y las guías son herramientas con ciertas similitudes no son lo mismo, ya que el manual nos proporciona de manera detallada lo que debemos hacer en comparación con la guía que sólo nos da un acercamiento de lo que es la Dependencia o Entidad y en nuestro caso la Oficinas de Comunicación Social de Administración Pública Federal.

Tal como lo vimos en los manuales, veremos de manera general los elementos que deben conformar una guía.

³³

Norma Mexicana NMX-R-025-SCFI-2012
http://direcciondesarrollo.ceti.mx/equidad/equidad_trabajo_ceti/NORMA_files/NMX-R-025-SCFI-2012%20Certificacion%20de%20Igualdad%20Laboral.pdf

En primer lugar quiero dar una definición de guía: “Tratado en que se dan preceptos para encaminar o dirigir en cosas, ya espirituales o abstractas, ya puramente mecánicas.”³⁴

La finalidad de contar con Guías en las dependencias o entidades de la Administración Pública Federal consiste en:

Familiarizar a los nuevos elementos con la estructura de la dependencia o entidad, con su Misión, así como de la Visión institucional, de manera que se garantice su compromiso para lograrla.

También debe de apoyar la integración de los servidores al sistema de valores de la Dependencia o Entidad a la que pertenezcan (para lo cual es necesario que los tenga identificados claramente), crear sentido de pertenencia y comenzar a fortalecer su formación ética.

Además, las guías deben servir para instruir a los nuevos elementos sobre asuntos relacionados con sus dependencias, al igual que sobre sus responsabilidades individuales, sus deberes y sus derechos.

Me parece indispensable que es necesario aclarar perfectamente con los nuevos elementos sus expectativas, redefinir y precisar con el jefe inmediato sus conocimientos y habilidades, evaluar su potencial, e iniciar el acercamiento a los compañeros con miras a que se integren a los equipos de trabajo.

³⁴ Portal de la Real Academia Española <http://lema.rae.es/drae/?val=GUIA> Consultado en Noviembre de 2014

Por otro lado, es necesario informar a los nuevos elementos acerca de las normas y las decisiones a prevenir y a reprimir la corrupción, así como sobre las inhabilidades e incompatibilidades relativas a los servidores públicos.

De manera básica, una guía debe contener los siguientes elementos:

- **Carátula de la guía**

Es la primera hoja del documento, cuya finalidad es identificar la guía

- **Índice**

Es la relación de los apartados que integran el documento y su ubicación en el mismo

- **Bienvenida**

Es un mensaje de recibimiento, que debe causar una impresión positiva al empleado de nuevo ingreso incentivándolo a cumplir con los objetivos de la Oficina de Comunicación Social de la dependencia o entidad

- **¿Quiénes somos?**

En este apartado se hará mención de la Misión y Visión de la Oficina de Comunicación Social de la dependencia o entidad

- **Organigrama**

En este apartado se reflejara el Organigrama de la Oficina de Comunicación Social de la dependencia o entidad

- **¿Qué hacemos?**

Es una mención breve y general de las funciones sustantivas de la Oficina de Comunicación Social de la dependencia o entidad

- **Antecedentes**

Es un registro de la evolución organizacional de la Oficina de Comunicación Social de la dependencia o entidad, a través de una breve descripción, únicamente de los cambios significativos que ha tenido

- **Código de conducta**

Es un texto redactado por el Marco Jurídico de la dependencia o entidad, donde se exponen una serie de principios que sus titulares y empleados se comprometen a seguir

- **Documentos de consulta**

En este apartado se hará mención de los documentos jurídico-administrativos con que cuenta la dependencia o entidad y que son importantes para el conocimiento de sus atribuciones y funciones

- **Directorio**

Relación de las oficinas o departamentos en orden jerárquico de la Oficina de Comunicación Social de la dependencia o entidad

- **Despedida**

Es un mensaje en el que se recomienda al personal de nuevo ingreso tener a su alcance la información contenida en la guía y consultar los documentos administrativos que tengan relación con la Oficina de Comunicación Social de la dependencia o entidad

- **Grupo de trabajo**

En este apartado se hará mención del personal que intervino en la realización del documento

De manera general, estos son muestras de cómo elaborar un manual y una guía para las Oficinas de Comunicación Social de la Administración Pública Federal.

2.4. Modelos de Herramientas de Comunicación Social en la Administración Pública Federal

Veremos las principales funciones de las áreas de Comunicación Social de la Secretaría de Turismo federal, Secretaría del Trabajo y Previsión Social y Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México.

Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría de Turismo federal

El objetivo de la Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría de Turismo es contribuir al fortalecimiento de la imagen de la Secretaría de Turismo como institución, a través de la estrategia de comunicación social dictada por el o la titular de la Dependencia. Asimismo, propicia la participación de los diversos sectores de la población y de los servidores públicos de la Secretaría en la consecución de los objetivos nacionales.

Dentro de sus funciones están la de elaborar el Programa Anual de Comunicación Social en que se define la estrategia de comunicación que vamos a desarrollar durante el año. Este programa debe estar avalado por el Secretario o Secretaria de Turismo ya que en este documento que se envía a la Dirección General de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación, contiene los gastos en publicidad y gastos de campañas publicitarias que se proponen realizar con base al presupuesto autorizado para este rubro por la Secretaría de Hacienda.

También la DGCS de la Sectur coordina la elaboración y presenta los programas de Comunicación Social del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) y el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur), es necesario mencionar que tanto el CPTM y el Fonatur son entidades sectorizadas de la Sectur federal y en su calidad de cabeza de sector es quién lleva a cabo los trámites de autorización de dichos programas.

Además realiza la Síntesis Informativa para lo cual analiza la información relacionada con la actividad turística del país que se publica en los medios de comunicación e informa de ella a los Funcionarios de la Sectur, para que apoyen en la toma de decisiones, y en la reorientación de la estrategia de comunicación social.

Algo fundamental que realiza la DGCS es coordinar las relaciones institucionales con representantes de los medios de comunicación y la difusión de los programas implementados por la Secretaría de Turismo.

La línea directa que tiene la Dirección General de Comunicación Social con titular de la Sectur le obliga a coordinar la información de las tarjetas de apoyo que se le elaboran para sus encuentros con la prensa, además planea y coordina las entrevistas y conferencia de prensa del o de la Titular y de los funcionarios de la Secretaría de Turismo.

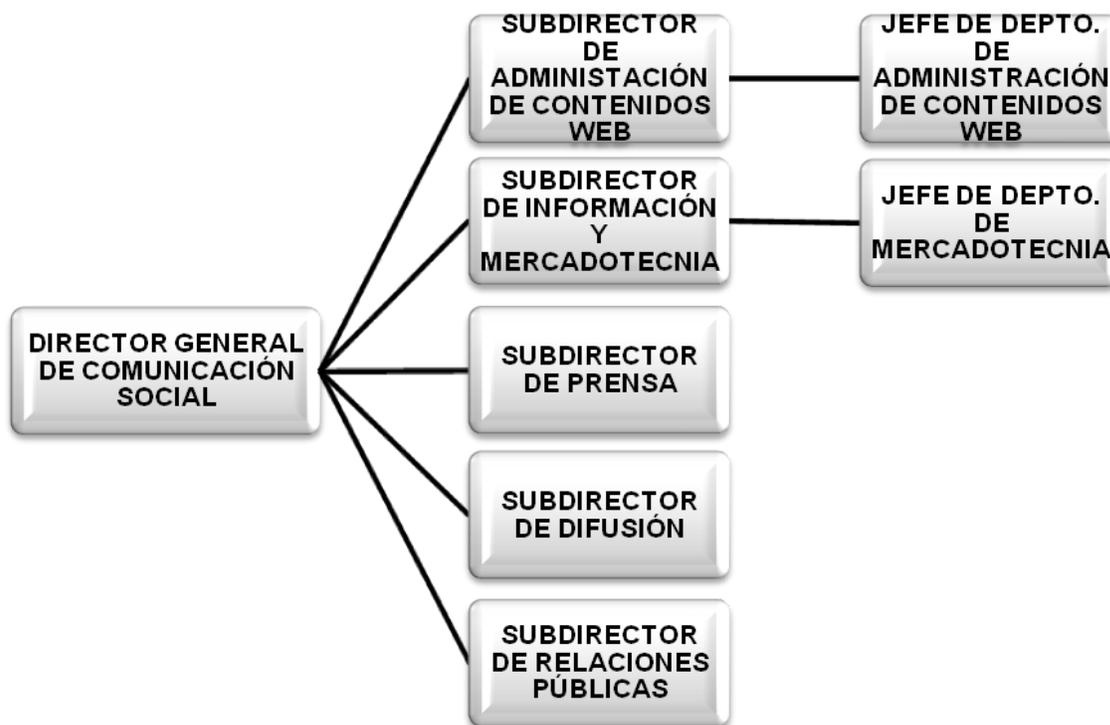
Además la DGCS elabora los discursos del Titular del Ramo orientados al fortalecimiento de la imagen de la actividad turística del País y de la importancia que tiene ésta en el desarrollo económico del mismo.

La Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría de Turismo promueve las Entidades Federativas dentro de los tiempos fiscales con duración de 20 a 30 segundos, en transmisión de programación abierta de las 6 de la

mañana a las 10 de la noche, y tiempos de Estado que por derecho tiene el Gobierno Mexicano y con duración de 5 a 30 minutos;

Dentro de la estructura de la DGCS está la de administrar y realizar la edición del portal de la Secretaría de Turismo, excepto lo referente a la página de Intranet y las obligaciones de transparencia.³⁵

ESTRUCTURA ORGÁNICA OPERATIVA DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA SECRETARÍA DE TURISMO FEDERAL



³⁵ Manual de Organización General de la Secretaría de Turismo, p 52.

Director General de Comunicación Social

El Director General de Comunicación Social es quien formula, propone y lleva a cabo los programas de Comunicación Social e Imagen Institucional, coordina las Relaciones Públicas con los medios de comunicación, que permitan posicionar a la Secretaría de Turismo como una dependencia responsable, transparente y comprometida con la ciudadanía.

Subdirector de Administración de Contenidos Web

Es el responsable de la actualización y adecuada publicación de contenidos en el Portal Institucional de la Secretaría de Turismo a través del diseño de estrategias en coordinación con las Unidades Administrativas a fin de ofrecer a los usuarios información de interés por medio de la recopilación y selección de la información suministrada por las diferentes áreas para su publicación.

Además, diseña estrategias en internet que promuevan la actividad y los programas de la institución, a través de redes sociales y otras alternativas digitales.

Jefe de Departamento de Administración de Contenidos Web

Tiene a su cargo supervisar la estructura del Portal Institucional de la dependencia y que ésta esté apegada a los lineamientos de los sitios oficiales del Gobierno federal, a fin de mostrar una imagen institucional;

Además, clasifica la información suministrada por las diferentes áreas de la SECTUR, a fin de revisarla y que cumpla los lineamientos específicos del Portal Institucional para ser publicada.

Subdirector de Información y Mercadotecnia

Sus funciones son las de coordinar la administración de los recursos humanos, financieros, materiales y de servicios a solicitud de la Dirección General, y realizar los trámites correspondientes vía la Coordinación Administrativa de las Oficinas del Secretario o Secretaria.

Además, coordina la contratación de espacios en los medios de comunicación y valida las facturas por concepto de publicidad, a través de las órdenes de inserción

Da seguimiento a los trámites que se llevan ante la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, de los programas de comunicación social de la SECTUR, del Consejo de Promoción Turística de México y del Fondo Nacional de Fomento al Turismo y envía a dicha Dirección General el programa anual de comunicación social, para su registro y obtención de claves de las campañas previstas, así como darle seguimiento hasta su autorización.

Jefe de Departamento de Mercadotecnia

Es el responsable de coordinar el diseño de publicaciones y material gráfico a solicitud de las diferentes Unidades Administrativas de la Secretaría de Turismo y selecciona el material de audio y video que utilizará la dependencia para la realización de las campañas de Comunicación Social.

También coordina la elaboración de escenarios, ciclорamas, stands y proscenios, así como el montaje para las reuniones públicas que realizan las diferentes Unidades Administrativas de la Secretaría de Turismo;

Dentro de sus funciones también está la de facilitar a los representantes de los medios de comunicación, el material gráfico necesario para el desempeño de sus labores, previa solicitud y autorización de la Dirección General de Comunicación Social;

Subdirector de Prensa

Junto con el Director General coordina la elaboración de boletines y/o comunicados de prensa sobre la información que generan las diferentes áreas de la dependencia, coordina el envío de estos boletines de prensa a los diferentes medios de comunicación como una estrategia de difusión de la información relevante de la dependencia.

También, mantiene una estrecha relación con los reporteros de la fuente turística, a fin de que cuenten con la información generada continuamente por la dependencia y propone estrategias para el manejo de crisis periodísticas que puedan dañar la imagen institucional de la dependencia, analizando el impacto de la información negativa presentando alternativas de solución que contrarresten los efectos negativos que se pudieran generar.

Asimismo, es el responsable de coordinar la cobertura fotográfica de los eventos de la dependencia y proporcionar el material gráfico generado a los diferentes medios de comunicación y al administrador del portal para su difusión.

Subdirector de Difusión

Se encarga de coordinar la integración de la información nacional e internacional difundida por los medios de comunicación relacionada con el Sector Turístico y proporciona dicha información a los funcionarios de la Secretaría de Turismo.

Además, da seguimiento a la información generada por la Dirección General de Comunicación Social a través de boletines, comunicados, conferencias de prensa e inserción de desplegados en los diferentes medios de comunicación.

Subdirector de Relaciones Públicas

Determina la planeación y los programas de relaciones públicas acordes a las necesidades actuales de la dependencia y de sus funcionarios y promueve reuniones de trabajo con los representantes de los medios de comunicación, con la finalidad de fortalecer la relación institucional, escuchar sus inquietudes y resolver sus dudas con relación a la información generada por la dependencia.

Tiene, además, la responsabilidad de convocar a los representantes de los medios de comunicación a reuniones establecidas para proporcionarles información relevante del Sector Turístico para su difusión y promueve entrevistas, reportajes, programas especiales, comentarios y notas positivas de la dependencia y sus funcionarios en los diversos medios de comunicación.

Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social

El objetivo de la Dirección General de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social es promover las campañas nacionales de imagen institucional, así como de los programas anuales de la Secretaría y vigilar la observancia de los criterios normativos de comunicación social; reforzar el posicionamiento de los instrumentos a favor del empleo, la capacitación, la defensa del trabajador y apoyar con créditos y becas.

Dentro de sus funciones están la de elaborar el Programa Anual de Comunicación Social en que se define la estrategia de comunicación que vamos a desarrollar durante el año. Este programa debe estar avalado por el Secretario o Secretaria del Trabajo y Previsión Social ya que en este documento que se envía a la Dirección General de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación, contiene los gastos en publicidad y gastos de campañas publicitarias que se proponen realizar con base al presupuesto autorizado para este rubro por la Secretaría de Hacienda.

También propone al Secretario o Secretaria los programas de relaciones públicas de la dependencia y somete a su consideración los estudios y análisis sobre la imagen de la Secretaría y el impacto informativo de las políticas y programas en el sector, así como las propuestas para fortalecer su conocimiento por parte de la población.

La DGCS de la STPS realiza la Síntesis Informativa de medios y coordina el registro, procesamiento y análisis de la información en los medios de comunicación, sus tendencias y flujos, y proporciona oportunamente al Titular de la Secretaría, a los mandos superiores y a los Delegados Federales del trabajo, los elementos necesarios sobre la materia.

Además, la DGCS planea, organiza y evaluar las estrategias informativas y de difusión de la Secretaría y establece los lineamientos para el diseño y ejecución de sus programas y campañas de difusión.

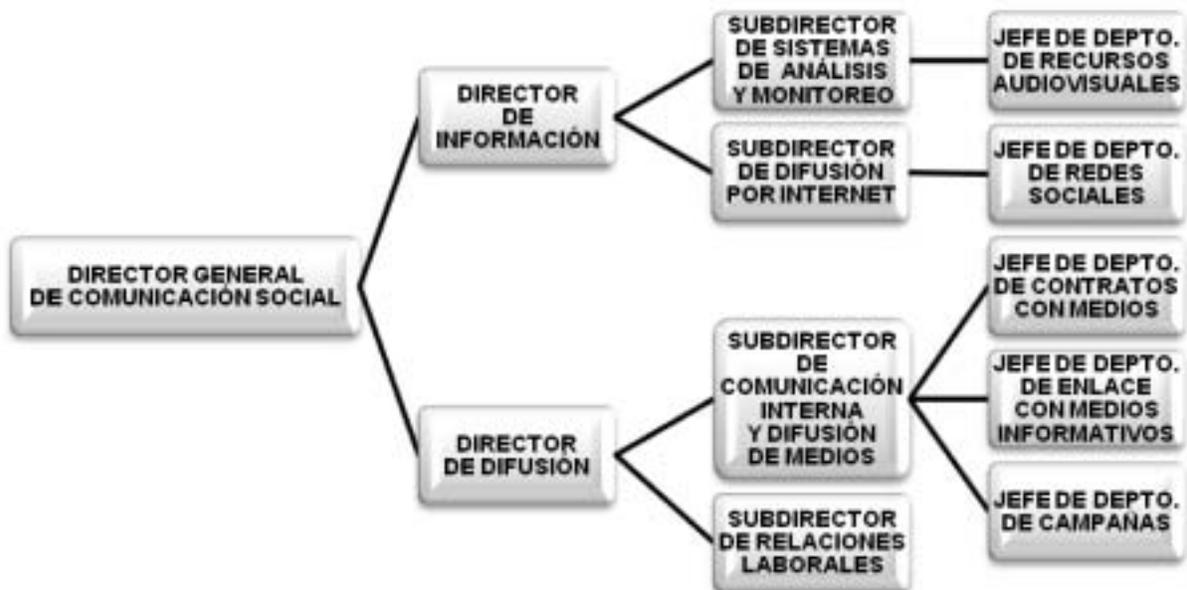
Dentro de sus funciones también está la de apoyar a las unidades administrativas, órganos desconcentrados y entidades sectorizadas de la Secretaría como son LA Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo (PROFEDET), Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (FONACOT), Junta Federal de Conciliación y Arbitraje (JFCA), Comisión Nacional de los Salarios Mínimos (CONASAMI) y Comité Nacional Mixto de Protección al Salario (CONAMPROS) en la planeación y realización de sus proyectos de difusión.

De manera trascendental propicia la relación institucional con los medios de comunicación y es el enlace de la Secretaría ante sus representantes.

Adicionalmente, representa al Secretario o Secretaria ante los medios de comunicación, y en los actos que el Titular determine; desempeñando las comisiones que le encomiende, y busca mantenerlo oportunamente informado de estas actividades.³⁶

³⁶ Manual de Organización General de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, p. 28

ESTRUCTURA ORGÁNICA OPERATIVA DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA SECRETARÍA DEL TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL



Director General de Comunicación Social

El Director General de Comunicación Social es quien formula, propone y lleva a cabo los programas de Comunicación Social e Imagen Institucional, coordina las Relaciones Públicas con los medios de comunicación, que permitan posicionar a la Secretaría del Trabajo y Previsión Social como una dependencia responsable, transparente y comprometida con la ciudadanía.

Director de Información

Depende directamente del Director General de Comunicación Social y gestiona una buena relación con los representantes de los medios de comunicación, prensa, radio y televisión, así como con los reporteros de la fuente laboral y líderes de opinión.

Además, coordina la elaboración de los boletines, sobre las actividades de la STPS y verifica que la información que se publique. También coordina la logística de eventos con la prensa y de ser necesario, en coordinación con la Presidencia de la República o alguna otra dependencia, así como es el encargado de coordinar el levantamiento de video, audio y fotografía, de los eventos donde participen el Secretario o Secretaria y demás funcionarios de la STPS.

Subdirector de Síntesis, Análisis y Monitoreo

Es el responsable de monitorear los medios de comunicación impresos, radio, televisión y portales de Internet para obtener información relevante para el sector y así informar de manera inmediata cualquier información relevante, mediante el envío de alertas a dispositivos móviles y vía correo electrónico a los principales funcionarios de la STPS.

Jefe de Departamento de Recursos Audiovisuales

Cubrir de manera oportuna el levantamiento de video, audio y fotografía, de los eventos donde participen el Secretario o Secretaria y demás funcionarios de la STPS y mantiene de manera adecuada un archivo audiográfico con el material necesario la ilustración de boletines, presentaciones, página de Internet y otros usos para su difusión.

Subdirector de Difusión por Internet

Depende directamente del Director de Información y coordina la inserción de materiales audiográficos y textuales de manera adecuada en la página Web, verificando que la información esté validada por el área responsable de cada proceso en particular.

Jefe de Departamento de Redes Sociales

Encargado de de realizar la inserción, interacción y monitoreo de las Redes Sociales de la institución y del Secretario o Secretaria y demás funcionarios de la STPS. Así como personajes y temas relacionados con el sector laboral

Director de Difusión

Depende directamente del Director General de Comunicación Social y planea, organiza y evalúa las estrategias de difusión de la STPS en los medios de comunicación.

Además, gestiona autorizaciones y el cumplimiento de la normatividad ante la Dirección General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación en lo relativo al Programa Anual de Comunicación Social y revisa las

publicaciones de las unidades administrativas y órganos sectorizados de la STPS a fin de que cumplan con el Manual de Identidad Gráfica vigente.

Subdirector de Comunicación Interna y Difusión de Medios

Su jefe inmediato es el Director de Difusión y revisa que la realización de las campañas institucionales, contenidas en el Programa Anual de Comunicación Social, cumplan con los estándares de calidad y que reflejen la imagen institucional de la dependencia y procura la adecuada comunicación entre STPS y los medios de comunicación contratados para la difusión de las campañas.

Jefe de Departamento de Contratos con Medios

Realiza las gestiones de inserción en medios impresos, audiovisuales y medios alternativos de los mensajes mediante la contratación de los espacios y auxilia en la solicitud de la contratación de espacios ante la Dirección de Adquisiciones y Almacenes de la STPS para garantizar el apego a la normatividad y los requerimientos del área.

Jefe de Departamento de Enlace con Medios Informativos

Coordinar la adecuada comunicación con los medios orientada a la negociación de espacios publicitarios y revisa que los materiales de las campañas institucionales se hayan publicado de manera adecuada en los medios de comunicación seleccionados, lo anterior con el fin de vigilar la correcta aplicación de la estrategia de campaña.

Jefe de Departamento de Campañas

Gestiona los trámites de las campañas de difusión ante la Dirección General de Normatividad en Comunicación y la Dirección General de RTC de la Secretaría de Gobernación, para difundir los mensajes de la dependencia hacia la población.

Coadyuva en la planeación estratégica de las campañas de comunicación social de la STPS y realiza el oportuno seguimiento de los mensajes difundidos en medios, para vigilar el estricto apego a lo previamente establecido con el medio.

Gerencia de Comunicación Social del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México

El objetivo de la Gerencia de Comunicación Social del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México es contribuir al fortalecimiento de la imagen del AICM como entidad y como la puerta más importante del país, a través de la estrategia de Comunicación Social dictada por el o la Titular de la Entidad. Es necesario señalar, que el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México es una Entidad con capital prioritariamente del Gobierno y un porcentaje privado y que es dependiente de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes quién funge como Cabeza de sector dentro de la Administración Pública Federal.

Dentro de sus funciones están la de elaborar el Programa Anual de Comunicación Social en que se define la estrategia de comunicación que vamos a desarrollar durante el año. Este programa debe estar avalado por el Director General del AICM y por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes que en su calidad de cabeza de sector envía este documento a la Dirección General de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación, ya que contiene los gastos en publicidad y gastos de campañas publicitarias que se proponen realizar con base al presupuesto autorizado para este rubro por la Secretaría de Hacienda.

La Gerencia de Comunicación es el área de AICM encargada de la emisión de comunicados e información a los medios de comunicación. Esta Gerencia unge como vocero institucional ante los medios de comunicación.

La GCS brinda el apoyo requerido por las autoridades que convergen en el Aeropuerto Internacional Ciudad de México, para atender a los medios de comunicación y colaborar en la logística de eventos, como conferencias de prensa, entrevistas y, en general, todos los eventos institucionales que se desarrollen en las instalaciones aeroportuarias.

La Gerencia de Comunicación Social acredita ante el Salón de Usos Múltiples de y demás áreas del AICM a los reporteros, fotógrafos y camarógrafos para realizar entrevistas de personajes y funcionarios de la entidad sin menoscabo de las normas de seguridad del Aeropuerto.

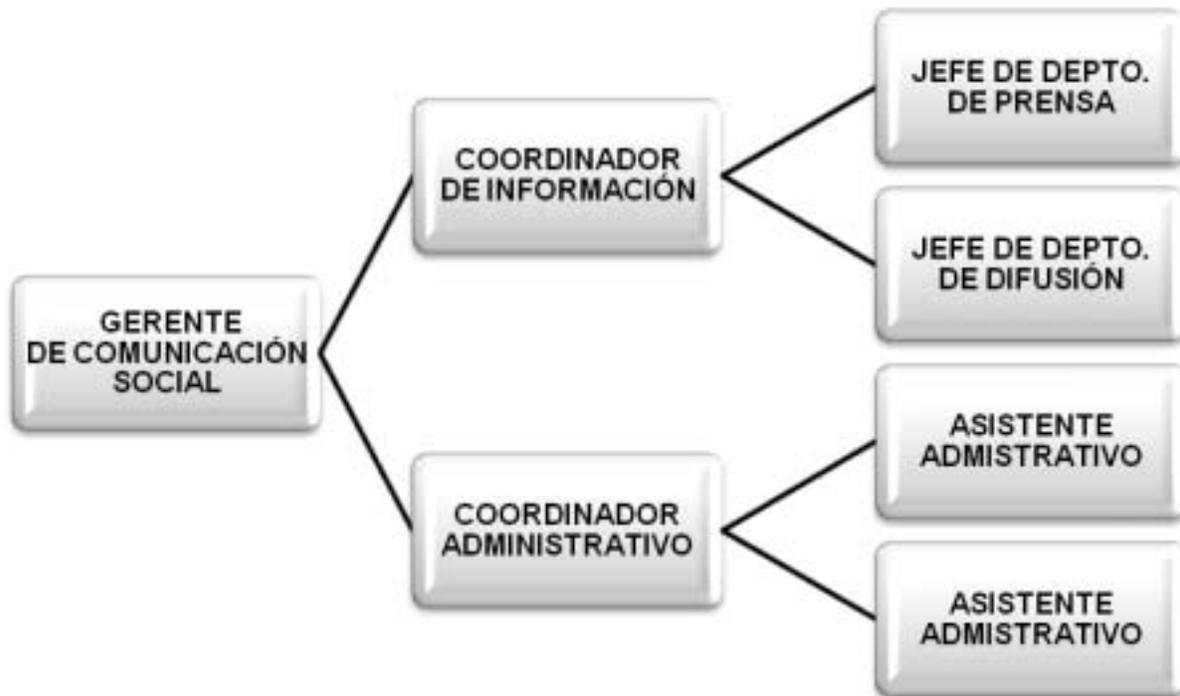
También, la Gerencia de Comunicación Social atiende las solicitudes de información, reportajes especiales y, en general, brinda apoyo a los medios de comunicación para que lleven a cabo su trabajo en las instalaciones del Aeropuerto.

Los medios de comunicación que realizan recorridos o trabajos especiales en el Aeropuerto, sean zonas estériles o públicas, son escoltados por personal de la Gerencia de Comunicación Social, ya que al ser el AICM considerada como una zona estratégica para el país.

La línea directa que tiene la Gerencia de Comunicación Social con el Director General del AICM le obliga a coordinar la información de las tarjetas de apoyo que se le elaboran para sus encuentros con la prensa, además planea y coordina las entrevistas y conferencia de prensa del Director General y demás funcionarios del AICM.

Además la GCS realiza la Síntesis Informativa para lo cual analiza la información relacionada con la Entidad que se publica en los medios de comunicación e informa de ella a los Funcionarios del AICM, para que apoyen en la toma de decisiones, y en la reorientación de la estrategia de comunicación social.

ESTRUCTURA ORGÁNICA OPERATIVA DE LA GERENCIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO



Gerente de Comunicación Social

Depende directamente del Director General del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México y diseña el Programa Anual de Comunicación Social y verifica su cumplimiento.

Además, gestiona la permanente coordinación de la Gerencia de Comunicación Social del AICM con la cabeza del sector: la Dirección General de Comunicación Social de la SCT, así como con otras instancias federales como Aeropuertos y Servicios Auxiliares, a fin de mantener una sinergia con la política de Comunicación Social del Gobierno federal.

Cuando así es requerido funge como Vocero del AICM en las emergencias en las que la información que se proporciona a los medios tiene un rol fundamental y acompaña al Director General del AICM y demás funcionarios del aeropuerto en sus entrevistas de prensa

Coordinador de Información

Construye la agenda informativa de Comunicación Social del AICM; identificando permanentemente tanto los temas de oportunidad como los focos rojos y realiza la planeación para la cobertura de eventos informativos de la Entidad, desde la invitación y la logística, hasta la emisión y colocación activa de la información.

Además es el responsable de la operación de las Redes Sociales del AICM.

Jefe de Departamento de Prensa

Prioritariamente atiende a los periodistas que requieren información y/o entrevistas y funge como responsable de la Sala de Prensa del AICM, verificando el correcto

funcionamiento del equipo de cómputo, telefonía y mobiliario. También procesa la información disponible para la elaboración de boletines y comunicados de prensa.

Jefe de Departamento de Difusión

Opera las campañas publicitarias previstas en el Programa Anual de Comunicación, realiza los ajustes necesarios a las diferentes versiones de dichas campañas y planea el diseño de: Carteles, Desplegados, Folletos, Spots y otras herramientas publicitarias.

Realiza la cobertura con fotografía y video los eventos que se requieran, mantiene en orden el acopio y registro de archivos en el banco de imágenes de la Gerencia y selecciona las imágenes que son necesarias para incluirse en las campañas de difusión en el Programa de Comunicación.

Coordinador Administrativo

Mantiene el orden administrativo para el buen desempeño de la Gerencia de Comunicación Social, gestiona los recursos e insumos necesarios y verifica el óptimo aprovechamiento de los recursos e insumos provistos a la Gerencia.

Además, lleva puntual registro del COMSOC (herramienta de registro de gastos ante la Secretaría de la Función Pública).

Asistente Administrativo

Realiza labores administrativas y gestiona las inserciones necesarias ante el Diario Oficial de la Federación.

Asistente Administrativo

Apoya en la permanente actualización de las bases de datos informativas, así como los directorios y agendas periodísticas y asiste a las diferentes áreas de la Gerencia en las tareas que requieran su apoyo.

Estas son las herramientas de planeación estratégica y ejemplos de estas aplicadas a las funciones de tres Oficinas de Comunicación Social de la Administración Pública Federal en las que he trabajado.

Como vemos son muy diversas en sus estructuras pero en general hay coincidencias en sus funciones sustantivas.

En el siguiente capítulo voy presentarles una propuesta de Guía y un Manual de Calidad de Productos Comunicativos en donde está reflejado lo que he presentado a en los capítulos uno y dos.

Capítulo 3. Propuesta de herramientas de planeación estratégica.

Después del recorrido de los dos capítulos anteriores es momento de plasmar la experiencia de estos años y la investigación realizada para tener una base que permita dar una propuesta de los que es una Guía de Inducción que sirva de manera general para adentrarse a las Oficinas de Comunicación Social de la Administración Pública Federal, así como una propuesta de Manual de Calidad de Productos Informativos.

3.1 Propuesta de Guía de Inducción

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



PROPUESTA GUÍA DE INDUCCION

CIUDAD UNIVERSITARIA, NOVIEMBRE 2014



Guía de Inducción

Índice

Contenido	Página
Bienvenida	1
¿Quiénes Somos?	2
Misión	3
Visión	3
Organigrama General	4
¿Qué Hacemos?	5
Antecedentes	6
Documentos y Páginas de Internet de Consulta	9
Directorio	13
Despedida	14
Grupo de Trabajo	15



MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



Bienvenida

Es un gusto darte la más cordial bienvenida al equipo de trabajo de la Oficina de Comunicación Social de la Dependencia o Entidad. El día de hoy, formas parte del capital humano que tiene esta Dependencia o Entidad por lo que tu capacidad, conocimientos, espíritu de colaboración y de servicio son parte esencial para el buen funcionamiento de la misma, a través, de la realización en las actividades encomendadas a tu puesto.

Las acciones de la Dependencia o Entidad trascenderán gracias al compromiso para hacer nuestras tareas diariamente con profesionalismo y entrega.

Atentamente

Titular de la Oficina de Comunicación Social



MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



¿Quiénes Somos?

La Oficina de Comunicación Social de la Dependencia o Entidad tiene por objetivo primordial establecer y dirigir las políticas en materia de Comunicación Social de conformidad con los objetivos, metas y lineamientos establecidos para la Dependencia o Entidad como parte de la Administración Pública Federal.

Misión

Informar a la sociedad de manera clara y oportuna, a través de los medios masivos de comunicación y otros medios de difusión, acerca de las actividades, políticas, objetivos, metas y alcances de los programas de la Dependencia o entidad

Visión

Mantener informada a la ciudadanía de las actividades realizadas por la Dependencia o Entidad para posicionarla como una Dependencia o Entidad responsable dentro de la Administración Pública Federal.

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



Organigrama





MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



¿Qué hacemos?

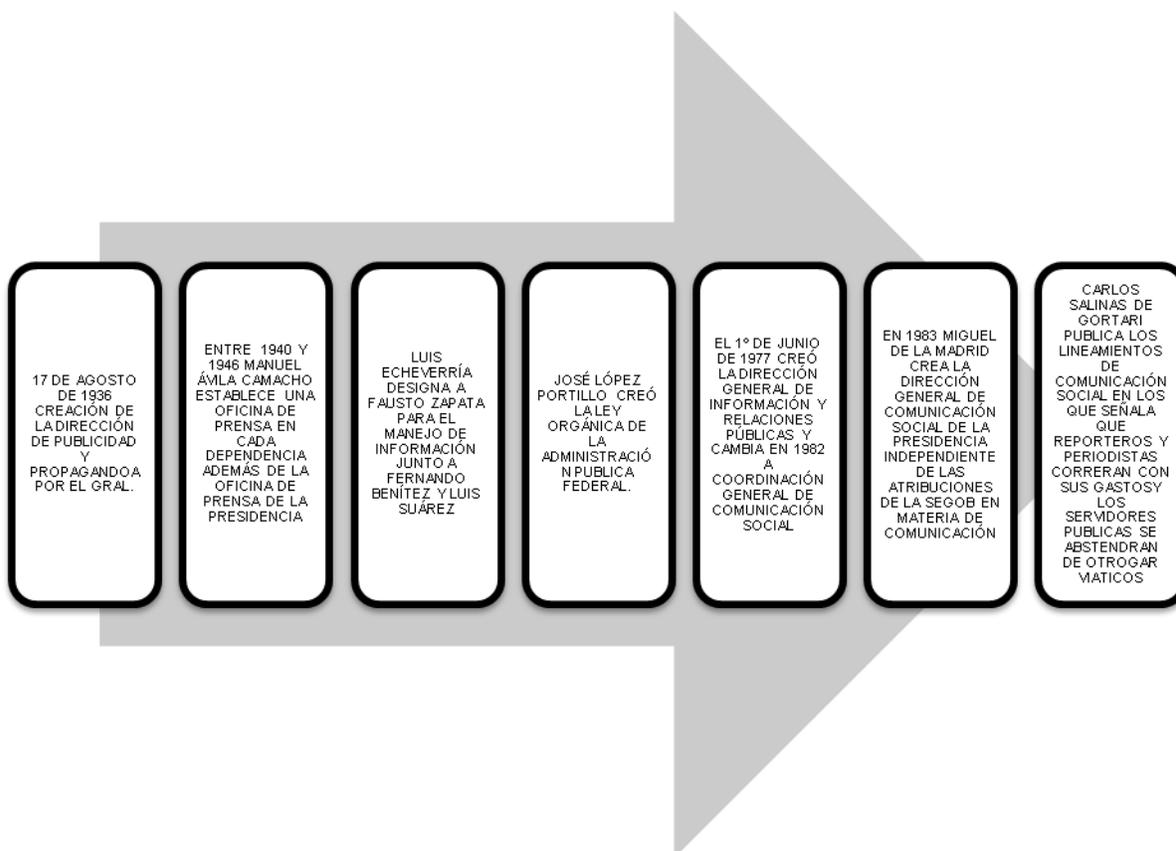
La Oficina de Comunicación Social es la encargada de llevar a cabo, todas y cada una de las acciones en materia de comunicación social para difundir los programas, acciones políticas y sociales de la Dependencia o Entidad proporcionando a los medios de comunicación nacionales e internacionales información oficial, veraz y oportuna.

La Oficina de Comunicación Social de la Dependencia o Entidad es la única instancia facultada y autorizada para difundir boletines, comunicados, mensajes y contratar espacios publicitarios en los medios de comunicación impresos, electrónicos y en Internet.

Antecedentes

NOTA: Los Antecedentes son un registro de la evolución organizacional de la Oficina de Comunicación Social de la dependencia o entidad. No obstante al tratarse de una propuesta aplicable a cualquier Oficina de Comunicación Social tomaré en cuenta los antecedentes que existen de estas oficinas en la Administración Pública Federal.

Línea de tiempo de Oficinas de Comunicación Social





MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



1936. El General Lázaro Cárdenas publicó en el Diario Oficial de la Federación la creación de la Dirección de Publicidad y Propaganda, con lo que el gobierno mexicano inició formalmente el primer sistema de comunicación e información oficial de las oficinas de gobierno de nuestro país.

1937. Se fundó el Departamento Autónomo de Prensa y Propaganda, conocido como DAPP. En este departamento se centralizó toda la información oficial y fungió como un auténtico intermediario entre el Presidente de la República y los grandes diarios mexicanos y los corresponsales extranjeros.

1940 – 1946. Manuel Ávila Camacho en cada institución del Gobierno federal se estableció una Oficina de Prensa, incluso algunos estados de la República comenzaron a designar Jefes de Prensa.

1946 – 1952. El Presidente Miguel Ávila Camacho creó la Oficina de Prensa de la Presidencia de la República dependiente de la Secretaría Privada y funcionó de forma independiente a la existente a la Secretaría de Gobernación creada por el mismo Ávila Camacho.

1964 – 1970. El Presidente Gustavo Días Ordaz incorporó a la Oficina de Comunicación Social las actividades de Relaciones Públicas para el desempeño de sus funciones.

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



1977 El Presidente José López Portillo creó la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal en la que asigna a la Secretaría de Gobernación la función de formular, regular y conducir la política de la Comunicación Social del Gobierno federal y las relaciones con los medios de información. En esta Ley se utilizan por primera vez los conceptos de Comunicación Social y servicio al público.

1982. La Dirección General de Información y Relaciones Públicas cambió su nombre a Coordinación General de Comunicación Social y así las antiguas oficinas de prensa se transformaron en Direcciones Generales de Comunicación Social.

1983. El Presidente Miguel de la Madrid Hurtado publicó en el Diario Oficial de la Federación la creación de la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia.

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



1992. El Presidente Carlos Salinas de Gortari publicó los Lineamientos para la aplicación de los recursos federales destinados a la publicidad y difusión, y en general a las actividades de Comunicación Social.

2013. Se publica el acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2014.



Código de Conducta

Bienestar Colectivo: El servicio público tiene como fin el bienestar colectivo, se legitima y justifica cuando se procura por encima de los intereses particulares.

Consciente de que la gestión gubernamental se debe a la sociedad, el servidor público debe asumir el compromiso de servir a la ciudadanía mediante una conducta legal, transparente, responsable y congruente con los principios contenidos en este documento.

Honradez: El servidor público no debe utilizar el cargo que ocupa para obtener beneficios personales de tipo económico, privilegios y favores de cualquier índole o para beneficiar o perjudicar a terceros, ni buscar o aceptar compensaciones o prestaciones de cualquier persona u organización que puedan comprometer su desempeño.

Vocación de Servicio: Ser servidor público es un privilegio, por ello, debe tener el compromiso de orientar y atender con eficiencia, cortesía y espíritu de servicio a los ciudadanos en sus requerimientos y trámites, eliminando toda actitud de prepotencia e insensibilidad. Dar seguimiento y respuesta oportuna e imparcial a todas las peticiones de los ciudadanos que acudan a solicitar un servicio, brindándoles información necesaria, cuando la soliciten, apegándose en todo momento a los principios de integridad.



Legalidad: El servidor público obligadamente debe conocer, respetar y cumplir los mandatos de la constitución, leyes y reglamentos que regulan su trabajo; realizando sus acciones con estricto apego al marco jurídico, evitando que las interpretaciones afecten el desempeño de las instituciones públicas o a los intereses de la sociedad.

Transparencia: El Servidor público utilizará de manera responsable y clara los recursos públicos, eliminando cualquier discrecionalidad indebida en su aplicación; ofrecerá a la sociedad el acceso a la información, siempre que no se encuentre restringida por razones legales o por respeto a la privacidad de terceros.

Rendición de Cuentas: El servidor público rendirá cuentas claras de sus acciones. Utilizará los recursos públicos, únicamente para cumplir la misión institucional, adoptando criterios de racionalidad, asignándolos de manera transparente e imparcial.

Respeto: El servidor público deberá tratar con dignidad y respeto a sus compañeros de trabajo y al público en general, sin distinguir sexo, edad, raza, religión o preferencia política, evitando conductas y actitudes ofensivas, lenguaje grosero, prepotente o abusivo.

No hacer uso indebido de una posición de jerarquía para faltar el respeto, hostigar, amenazar, acosar u ofrecer un trato preferencial a sus colaboradores, compañeros o usuarios del servicio público.

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



Lealtad: En todo momento el servidor público será leal a la institución de la que forma parte y a la sociedad en su conjunto; desempeñará su cargo con decisión inquebrantable de servicio a la ciudadanía.

Imparcialidad: En el ejercicio del cargo que desempeña el servidor público, no concederá preferencias o privilegios indebidos a organización o persona alguna; ejercerá sus funciones de manera objetiva y sin prejuicios; evitará que influya en sus juicios y conducta, intereses que perjudiquen o beneficien a personas o grupos en detrimento del bienestar de la sociedad.



Documentos de consulta

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

D.O.F. 5 febrero 1917.

LEYES

Ley Federal de Radio y Televisión

D.O.F. 19-I-1960 y sus reformas

Ley Federal de los Trabajadores al Servicio del Estado, Reglamentaria del apartado "B" del artículo 123

D.O.F. 28-XII-1963 y sus reformas

Ley Orgánica de la Administración Pública Federal

D.O.F. 29-XII-1976 y sus reformas

Ley de Información, Estadística y Geográfica

D.O.F. 30-XII-1980 y sus reformas

Ley Federal de Derechos

D.O.F. 31-XII-1981 y sus reformas

Ley de Planeación

D.O.F. 05-I-1983 y sus reformas

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



Ley Federal de las Entidades Paraestatales

D.O.F. 14-V-1986 y sus reformas

Ley Federal de Procedimiento Administrativo

D.O.F. 04-VIII-1994 y sus reformas

Ley Federal del Derecho de Autor

D.O.F. 24-XII-1996 y sus reformas

Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos

D.O.F. 13-III-2002 y sus reformas

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental
D.O.F. 11-VI-2002

Ley del Servicio Profesional de Carrera en la Administración Pública Federal
D.O.F. 10-IV-2003 y sus reformas

Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria
D.O.F. 30-III-2006 y sus reformas

Ley del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado
D.O.F. 31-III-2007 y sus reformas

CODIGOS

Código Civil Federal
D.O.F. 26-V-1928 y sus reformas

Código Federal de Procedimientos Civiles
D.O.F. 24-II-1943 y sus reformas

Código Fiscal de la Federación
D.O.F. 31-XII-1981 y sus reformas



MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



REGLAMENTOS

Reglamento de la Ley de Información, Estadística y Geográfica

D.O.F. 03-XI-1982 y sus reformas

Reglamento del Código Fiscal de la Federación

D.O.F. 29-II-1984 y sus reformas

Reglamento de la Ley Federal de Derechos de Autor

D.O.F. 22-V-1998 y sus reformas

Reglamento de la Ley Federal de Radio y TV, en materia de concesiones, permisos y contenidos de las Transmisiones de Radio y TV

D.O.F. 10-X-2002

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



Reglamento de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental

D.O.F. 11-06-2003

Reglamento de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria

D.O.F. 28-VI-2006 y sus reformas

Reglamento de la Ley del Servicio Profesional de Carrera en la Administración Pública Federal

D.O.F. 06-IX-2007 y sus reformas

DECRETOS

Decreto por el que se crea el Organismo Público Descentralizado, denominado Instituto Mexicano de la Radio

D.O.F. 25-III-1983

Decreto del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal del año correspondiente

ACUERDOS

Acuerdo por el que se expide el Manual de Normas para el Ejercicio del Gasto de la Administración Pública Federal

D.O.F. 04-V-2000 y sus reformas

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



Acuerdo por el que se establece el Manual de Requerimientos de Información a dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y a la Procuraduría General de la Republica

D.O.F. 30-V-2001

Acuerdo por el que se establecen los lineamientos generales para las campañas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2012

D.O.F. 31-XII-2011

Acuerdo por el que se expide el Manual de Sueldos y Prestaciones para los Servidores Públicos de mando de la Administración Pública Federal de ejercicio fiscal correspondiente.

DOCUMENTOS NORMATIVOS-ADMINISTRATIVOS

Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal

D.O.F. 28-XII-2010

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



Directorio

RESPONSABLE	TELÉFONO Y EXTENSIÓN	CORREO ELECTRÓNICO
Titular del área de Comunicación Social		
Encargado de Prensa		
Encargado de Difusión		
Encargado Administrativo		
Encargado de Monitoreo de Medios		
Encargado de Internet y Redes Sociales		



MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



Despedida

Te recomendamos tener a tu alcance, esta información que te será de gran utilidad, ahora que estas iniciando tus actividades laborales y a lo largo de tu permanencia en la Secretaría.

Te invitamos a unir esfuerzos encaminados a mejorar aptitudes y actitudes, trabajando en equipo, a través de un desempeño responsable y comprometido con la Institución que eres parte integrante.



Grupo de Trabajo

Coordinación

Nombre del Jefe de la Unidad de Apoyo Administrativo ó equivalente

Desarrollo del documento

Nombre del personal que participo en la integración de la guía

Asesoría

Nombre del Asesor

3.2 Propuesta manual de calidad de productos informativos

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



PROPUESTA MANUAL DE CALIDAD DE PRODUCTOS INFORMATIVOS

CIUDAD UNIVERSITARIA, NOVIEMBRE 2014



Índice

Contenido	Página
Documento de aprobación técnica y registro del manual	1
Documento de actualización de procedimientos	2
Introducción	3
Objetivo del manual	4
Procedimientos	5
Glosario	6
Participantes en la elaboración del manual	7
Directorio	8
Elaboración de Conferencia de Prensa	9
Elaboración de Boletín o Comunicado de Prensa	12
Elaboración de Síntesis Informativa	14

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



Documento de aprobación técnica y registro del manual

El presente Manual constituido por un tomo, con fecha de implementación del 1º de septiembre de 2014.

Actualmente regula las actividades de las áreas de la Oficina de Comunicación Social denominadas Productos Informativos (Conferencia de Prensa, Boletín de Prensa, Comunicado y Síntesis Informativa).

Elaborado por la Oficina de Comunicación Social y revisado por el Titular de la Oficina de Comunicación Social y autorizado por el Titular de la Dependencia o Entidad registrado ante la Unidad Administrativa correspondiente y que da su aprobación en cuanto a la estructura de este Manual.

ELABORÓ

REVISÓ

AUTORIZÓ

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



Documento de actualización de procedimientos

ACTIVIDAD	BREVE DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
Elaboración de Conferencia de Prensa	
Elaboración de Boletín de Prensa	
Elaboración de Comunicados de Prensa	
Elaboración de Síntesis Informativa	
Elaboración de Conferencia de Prensa	



Introducción

La Oficina de Comunicación Social de la Dependencia o Entidad tiene por objetivo primordial establecer y dirigir las políticas en materia de Comunicación Social de conformidad con los objetivos, metas y lineamientos establecidos para la Dependencia o Entidad como parte de la Administración Pública Federal.

Los mecanismos que regulan el que hacer de esta Oficina de Comunicación Social en materia de productos informativos son los que se describen en el presente Manual dándose una visión amplia de estos productos para realizarlos a cabalidad.

El Presente Manual tiene como propósito fundamental, unificar criterios en la ejecución de los Productos Informativos y darlos a conocer al personal de las áreas que integran esta Oficina de Comunicación Social.

La estructura de este documento está integrada por los pasos y estructuras que hay que respetar para llevar a cabo los Productos Informativos elaborados en esta Oficina de Comunicación Social.

Cabe aclarar que el contenido de este Manual es reflejo de la forma de operación actual por lo que está sujeto a modificaciones que se deriven de la dinámica de cambio a consecuencia de las necesidades informativas de esta Oficina de Comunicación Social.



Objetivo del manual

El objetivo del presente Manual es brindar los lineamientos de los Productos Informativos elaborados en esta Oficina de Comunicación Social ha efecto de homologar los criterios que debe realizar el equipo de trabajo de esta oficina.

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



Procedimientos

Elaboración de Conferencia de Prensa

Elaboración de Boletín de Prensa

Elaboración de Comunicado de Prensa

Elaboración de Síntesis Informativa



Glosario

Dossier: Documento básico de toda campaña de relaciones públicas que contiene información que refuerza y complementa a una nota de prensa, que a diferencia de ésta tiene una importancia documental más que noticiosa, pero que también puede y debe tener valor periodístico en sí mismo.

Sumario o Bullet o Balazo: Son pequeñas noticias que van debajo de la cabeza de nuestro Boletín de Prensa



Participantes en la elaboración del manual

Grupo de Trabajo

Coordinación

Nombre del Jefe de la Unidad de Apoyo Administrativo ó equivalente

Desarrollo del documento

Nombre del personal que participo en la integración de la guía

Asesoría

Nombre del Asesor

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



Directorio

RESPONSABLE	TELÉFONO Y EXTENSIÓN	CORREO ELECTRÓNICO
Titular del área de Comunicación Social		
Encargado de Prensa		
Encargado de Difusión		
Encargado Administrativo		
Encargado de Monitoreo de Medios		
Encargado de Internet y Redes Sociales		



Conferencia de Prensa

Pasos que debe tomar en cuenta

1. La Oficina de Comunicación Social recibe la instrucción del Titular de la Dependencia o Entidad para convocar a los medios de comunicación a una Conferencia de prensa.
2. Realizará una lista medios de comunicación y de sus representantes para efectuar la invitación formal, ya sea por medio electrónico y/o vía telefónica.
3. Realizar la invitación para envío de manera electrónica, la cual debe incluir:
 - Logo de la dependencia de lado superior izquierdo
 - Fecha del día de envío del lado superior derecho
 - Saludar de manera cordial a los representantes de los medios
 - Notificar de manera inmediata ¿Quién invita? ¿para qué? ¿por qué? ¿En dónde? ¿a qué hora?
 - Despedirse de manera cordial agradeciendo la presencia del medio de comunicación
- 4 Realizar el envío electrónico de la invitación formal a la conferencia de prensa

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



- 5 Realizar las llamadas telefónicas, en su caso, para la invitación al o a los representantes de los medios de comunicación.

- 6 Realizar la confirmación de asistencia de los representantes de los medios de comunicación a la Conferencia de Prensa.

- 7 Adecuar el lugar en el que se va a realizar la Conferencia de Prensa, ya sea dentro de dependencia o fuera del recinto.
 - Instalar el lugar o lugares del expositor o expositores.
 - Debe estar visible la imagen institucional de la Dependencia o Entidad.
 - Verificar el adecuado funcionamiento del equipo de audio del expositor o expositores.

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



- Verificar, en su caso, el audio para posibles preguntas por parte de los representantes de los medios
- Instruir, en su caso, al personal de apoyo (edecanes, secretarios, etc) indicándoles el lugar de ubicación y sus funciones.
- Instalar una mesa de recepción y registro para tomar los datos de los representantes de los medios y se les entregará, en su caso, un Dossier de Prensa.

8 Preparar la Sala de Prensa para que sea utilizada por los representantes de los medios de comunicación al concluir la Conferencia de Prensa.

9 Elaborar tarjetas de apoyo para el Titular de la Dependencia o Entidad referente al tema o temas que se vayan a abordar en la Conferencia de Prensa.

10 Llegar con al lugar de la Conferencia de Prensa con la debida anticipación para verificar que el montaje del salón esté de acuerdo a las instrucciones previas.

11 Recibir al expositor o expositores e indicar el lugar designado para ofrecer la Conferencia de Prensa.

12 El Titular de la Oficina de Comunicación Social realizará el saludo inicial y presentará al expositor o expositores para dar inicio a la Conferencia de Prensa.

13 El equipo de la Oficina de Comunicación Social debe estar atento a cualquier requerimiento que solicite el Titular de la Dependencia o Entidad, el



14 Titular de la Oficina de Comunicación Social o cualquier representante de los medios de Comunicación Social para brindar el apoyo necesario.

15 En caso de existir sesión de preguntas y respuestas, al menos uno de los integrantes del equipo de la Oficina de Comunicación Social será el encargado de acercar el instrumento de audio a los representantes de los medios de comunicación para que su intervención sea escuchada.

16 Al concluir la Conferencia de Prensa el Titular de la Oficina de Comunicación Social dará las gracias al expositor o expositores y a los representantes de los medios de comunicación su presencia.

17 Invitar a los representantes de los medios de comunicación a utilizar la Sala de Prensa y dirigirlos al lugar.

18 El Titular de la Dependencia o Entidad instruirá el manejo o no de un Boletín o Comunicado de Prensa referente a los temas de interés de la Conferencia de Prensa. (En caso de manejar Boletín o Comunicado de Prensa remitirse al apartado conducente)



Boletín o Comunicado de Prensa

1. El Titular de la Dependencia o Entidad solicita la emisión de un boletín de prensa al Titular de área de Comunicación Social y solicita a todas las áreas aporten al área de Comunicación Social los documentos oficiales, cifras y demás insumos informativos para la elaboración de un Boletín o Comunicado de Prensa.

2 La Oficina de Comunicación Social recopila la información aportada por cada una de las áreas de la Dependencia o Entidad que consideraron que pueden aportar algún tipo de insumo informativo para la elaboración de un Boletín o Comunicado de Prensa.

3 El Titular de la Oficina de Comunicación turna la información al encargado de Prensa para la elaboración del Boletín o Comunicado de Prensa. y así realizar una revisión posterior.

4 La Oficina de Prensa recibe la información aportada y elabora una propuesta de boletín que pone a consideración del Titular de la Oficina de Comunicación Social.

El Boletín o Comunicado de Prensa debe contener:

- Logo o escudo de la Dependencia o Entidad en la parte superior izquierda del documento.
- Fecha del día de la emisión del boletín en la parte superior derecha del documento.

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



- Entre uno y tres sumarios con la información más importante a destacar del boletín de prensa.
- Al menos cuatro párrafos con la información a destacar.

5 El titular de Oficina de Comunicación Social recibe la propuesta de Boletín de Prensa. Una vez que apruebe la última versión la pondrá a consideración del Titular de la Dependencia o Entidad para realizar el envío a los medios de comunicación.

6 Al recibir la autorización del Titular de la Dependencia o Entidad para la emisión del Boletín de Prensa, la Oficina de Comunicación Social realiza el envío vía correo electrónico a los medios de comunicación, así como a sus representantes y columnistas.

7 Realizar la confirmación vía telefónica a los medios de comunicación y a sus representantes de la recepción del Boletín de Prensa

8 La Oficina de Comunicación Social publica el Boletín de Prensa en el sitio Web de la Dependencia o Entidad



Síntesis Informativa

- 1 Para la elaboración diaria de la Síntesis Informativa, la Oficina de Comunicación Social de la Dependencia o Entidad realizará la contratación de un proveedor de medios impresos (periódicos y revistas) al principio del año, de conformidad con lo establecido en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.
2. El proveedor de medios impresos hará la entrega de los insumos informativos de lunes a domingo, incluyendo días festivos, a primera hora del día
3. La Oficina de Comunicación Social recibe los periódicos y revistas de circulación nacional, clasifica por importancia para su revisión.
4. Revisa periódicos, revistas, Diario Oficial de la Federación, y monitorea Radio, Televisión y Portales de Internet.
5. Selecciona y recorta notas referentes al Titular de la Dependencia o Entidad, de la Dependencia o Entidad, relacionadas con el sector de la Dependencia o Entidad, información relevante nacional e internacional, columnas políticas y financieras y cartones.
6. Pega la información recortada en el formato aprobado por el Titular de la Oficina de Comunicación Social.



MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



7. Clasifica la información por importancia: Portada, Primeras Planas, Información del Titular y de la Dependencia o Entidad relacionadas con el sector de la Dependencia o Entidad, información relevante nacional e internacional, columnas políticas y financieras y cartones.

8. Fotocopia los juegos necesarios de las síntesis informativas y distribuye entre los servidores públicos de la Dependencia o Entidad.

Conclusiones

A lo largo de los años, la comunicación ha estado ligada a la política y al Gobierno, por ello periodistas siempre han ido de la mano con los gobernantes.

Actualmente, la comunicación es cada vez más especializada y requiere de diversos conocimientos y no sólo tener buena ortografía y redacción.

La Planeación Estratégica se ha convertido en una herramienta imprescindible que identifica prioridades y asigna recursos en un contexto de cambios que nos llevan hacia una gestión comprometida con los resultados y las Oficinas de Comunicación Social deben de dar resultados de manera planificada.

Por eso es necesario que existan guías y manuales actualizados para realizar consultas y procesos de inducción. Lo primero a lo que se enfrenta “el novato” de una Oficina de Comunicación Social es que el Manual del área es obsoleto (en el año 2007 me mostraban un manual de 1979) o está en revisión y nunca te lo facilitan o hay que pedirlo por oficio al archivo y para eso pasan meses y nunca lo ves. Por ello, el objetivo de esta Tesina es brindar un par de herramientas que permitan tener un acercamiento al mundo laboral de los estudiantes de Comunicación y Periodismo dentro de la Administración Pública Federal.

Las herramientas presentadas en esta Tesina son reales, las herramientas son vivenciales y cien por ciento prácticas con el respaldo de la investigación documental con lo que entrego un documento que aporte lo mínimo necesario a lo que nos enfrentamos los que ingresamos al campo laboral.

Es necesario precisar que cada Oficina de Comunicación Social tiene sus particularidades pero hay funciones que siempre están presentes y con el pasar del tiempo es necesario actualizarse pues se agregan funciones a la estructura de

la Dependencia o Entidad por el ejemplo, el día de hoy es impensable que la estructura gubernamental no esté inmersa en las Redes Sociales.

Los egresados de la licenciatura de Ciencia de la Comunicación tienen en esta Tesina la experiencia que siempre es requerida para ingresar al campo laboral y encamina a tener un conocimiento diverso tres modelos estructurales de Comunicación Social en la Administración Pública Federal como son: Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría de Turismo federal, Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social federal y de la Gerencia de Comunicación Social del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México entidad sectorizada de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Bibliografía

ACOSTA Romero, Miguel. *Teoría General del Derecho Administrativo*. Primer curso. Decimosexta edición actualizada. Editorial Porrúa. México, 2002.

ÁLVAREZ Torres, Martín G. *Manual para elaborar Manuales de Políticas y Procedimientos*, Panorama Editorial, México 1996.

ARMIJO, Marianela. *Manual de Planificación Estratégica e Indicadores de Desempeño en el Sector Público*. Área de Políticas Presupuestarias y Gestión Pública ILPES/CEPAL 2009.

CASTELAZO, José R. *Administración Pública: Una Visión de Estado*, Instituto Nacional de Administración Pública, México, 2010.

CHIAVENATO, Idalberto. *Introducción a la teoría General de la Administración*. Mc Graw Hill. Bogotá, 1986.

GOTTLIEB von Clausewitz, Carl Philipp, *De la guerra, 2002* – Copyright <http://www.librodot.com>, Libro II, Capítulo I.

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS. *Enciclopedia Jurídica Mexicana*, Volumen I, Letras A-B, Editorial Porrúa. UNAM. México, 2002.

MORENO Rodríguez, Rodrigo, *La Administración Pública Federal en México*, Primera edición, 1980.

MÜNCH Galindo, Lourdes y García Martínez, José. *Fundamentos de administración*. 5ª. Edición. México, Trillas, 1995.

PARIS Roche, Fernando, *La Planificación Estratégica en las Organizaciones Deportivas*, Editorial Paidotribo, España 2005.

RIVADENEIRA Parada, Raúl, *Periodismo: La teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*, Edit. Trillas, México 1991.

SERRA Rojas, Andrés. *Derecho Administrativo, doctrina, legislación y jurisprudencia*, Primer curso, Editorial Porrúa, México, 1997.

Documentos

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 07 de julio de 2014.

Diario Oficial de la Federación, 2 de Abril de 2013, Primera Sección.

Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

Manual General de Organización, Aeropuerto Internacional de la Ciudad De México, México 2013.

Manual de Organización General de la Secretaría de Turismo.

Manual de Organización General de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

Mesografía

OJEDA, Jorge, *La matriz FODA como fuente de estrategias*, Editorial Inspiración, Santiago de Cuba, 2008 (EN LÍNEA)

http://manuelgross.bligoo.com/content/view/282387/La_matriz_FODA_como_fuente_de_estrategias.html

Página electrónica de la Secretaría de la Función Pública.

http://imt.mx/images/files/SPC/Curso%20Nociones/contenidos/modulo3/mod_3_3.htm

Portal de Obligaciones de Transparencia.

http://portaltransparencia.gob.mx/pot/estructura/showOrganigrama.do?method=showOrganigrama&_idDependencia=02100

Portal www.definicion.org

Norma Mexicana NMX-R-025-SCFI-2012

http://direcciondesarrollo.ceti.mx/equidad/equidad_trabajo_ceti/NORMA_files/NMX-R-025-SCFI-2012%20Certificacion%20de%20Igualdad%20Laboral.pdf

Portal de la Real Academia Española <http://lema.rae.es/drae/?val=GUIA>