

Plan anual de Comunicación Social administración 2021-2024

“2021-2022”

Antecedentes

Bajo la premisa de dar a conocer acciones gubernamentales y coordinar eventualidades con demás dependencias, el departamento de comunicación social influye directamente en la visión y entendimiento colectivo de la sociedad romitense. De esta manera y tomando de referencia la administración saliente 2018-2021, se plantean antecedentes posibles del funcionamiento general del departamento de comunicación social.

Se generó contenido visual y audiovisual

Se generó contenido para campañas de difusión o cubrir eventualidades. *Aunque se desconoce el proceso previo, durante y después de cada proyecto.*

Uso de Redes Sociales

La producción de contenido destinado a redes sociales jugó un papel importante dentro de la comunicación social ya que es el medio más común y práctico de utilizar a la hora de comunicar acciones o todo lo que emane de la administración pública. De esta manera se trabajó con las distintas dependencias generando contenido visual o audiovisual. *Aunque se desconoce el proceso previo, durante y después de cada proyecto.*

Trabajo con medios externos

Se trabajó con medios independientes que “generaban”¹ contenido para su difusión.

Cobertura de eventualidades

Se trabajó con las distintas dependencias de la administración pública cubriendo las eventualidades protocolarias que se suscitaron. Generando así campañas de difusión, impresos y cobertura el día del evento, así como el seguimiento y coordinación a eventualidades del alcalde municipal. *Se desconoce el proceso previo, durante y después de cada eventualidad.*

Recursos Humanos

El recurso humano parte clave para la generación de proyectos y la creación de pre, pro y postproducción de contenido audiovisual. *Se desconoce el número de elemento con que se encontraba el área de comunicación social, la estructura interna y el roll que atendía cada elemento.*

Equipo técnico

Importante a la hora de generar contenido en la pre-producción, producción y post-producción de cualquier campaña visual o audiovisual destinada a “X” medio de difusión.

Se en lista las herramientas técnicas “útiles” que se dejaron para generar contenido visual y audiovisual

¹ *Se desconoce el acuerdo de “producción, difusión y control” de cada medio de comunicación externo.*

- Imac 27 Inch, modelo 2010. Estado/Medio-Bajo
- Imac 21.5 Inch, Modelo 2021. Estado/Medio-Bajo
- Cámara Reflex Canon 77D. Estado/Medio
- handyCam Canon XA10. Estado/Bajo
- Micrófono de condensador SAMSOM. Estado/Medio-Bajo
- Tripié Manffroto. Estado Bajo
- Rebotador de Luz. Estado Medio
- Laptop HACER. Estado Medio/Bajo

PLAN DE TRABAJO

OBJETIVOS

General

Dar a conocer las acciones, planes, estrategias y toda aquella información que contribuya al bienestar de la sociedad; utilizando aquellos medios de comunicación pertinentes para su difusión. Aquello llevado a la par por una comunicación interna eficaz y eficiente para un mejor rendimiento laboral, coordinando y cubriendo eventualidades de la administración pública municipal o coordinación.

Específico

Cubrir la totalidad de las necesidades visuales y audiovisuales de la administración pública y sus dependencias.

Interno

Laborar de manera coordinada con interés, esfuerzo, dedicación, creatividad y compromiso, reflejando la eficacia y eficiencia dando cumplimiento al objetivo **general y específico**.

El área de Comunicación Social de la administración municipal 2021-2024 muestra el plan anual de trabajo el cual está sujeto a cambios inesperados en tiempos y formas debido a su relación directa con el plan de trabajo de las diferentes áreas que conforman la administración municipal

La relación directa en los planes de trabajo de la Comunicación Social con las áreas, contribuye al cumplimiento de los objetivos, metas y la realización de la visión propuesta.

MISIÓN

Ser una dirección que con dedicación y profesionalismo, cumpla de manera eficaz y eficiente los proyectos entrantes y propuestos en el departamento de comunicación. Así como dar soluciones creativas en temas de comunicación interna y externa que se lleguen a presentar.

VISIÓN

Ser un referente de medio de comunicación profesional, veraz y dedicado, que a través de los medios pertinentes, den a conocer la información pertinente de la administración pública 2021-2024 de una forma creativa. Así como ser el referente de comunicación interna que contribuya en la solución comunicativa de las necesidades en las diferentes áreas.

MÍSTICA

Dar soluciones creativas, que con el mayor desempeño y profesionalismo, actúe y trabaje de manera eficaz, eficiente y así verlo reflejado en la sociedad.

VALORES

Responsabilidad, Profesionalismo, Eficacia, Eficiencia, Desempeño, Tolerancia, Respeto, Veracidad, Originalidad, Comunicación, Diversidad.

Comunicación Interna

La comunicación interna juega un papel importante dentro del desarrollo comunicativo de las diferentes áreas que conforman la administración, ya que a través de ella, se le da solución a las necesidades *internas que pueden ser: gráficas, audiovisuales, impresos, de eventualidades y coordinación de eventualidades de las diferentes áreas de la administración pública.*

Dentro de este plan se considera las necesidades de comunicación de las diferentes áreas que conforman la administración pública, es así que se en lista las siguientes estrategias que funcionan a la hora del desarrollo de la comunicación interna.

- **Primer acercamiento**
Con el propósito de atender de manera directa las necesidades comunicativas de la dependencia o institución, ya que este es el preámbulo para la generación de proyectos.
- **Oficio de petición**
Para el registro y control de trabajo que llegue a el área de comunicación social.
- Dentro del **área gráfica** de comunicación, se plantea las soluciones creativas para folletaje, pósters, anuncios y todo aquello impreso que demande las áreas.
- La coordinación de los **eventos especiales** internos que demande cada área.
- Dentro del **área audiovisual** de comunicación, se plantea las soluciones creativas para videos, spots de audio, animaciones y todo aquello que demande las áreas.
- **La incorporación del área de comunicación en proyectos** internos de difusión dirigido a usuarios o el mismo personal interno de trabajo.
- **Juntas periódica**
Con el propósito de atender de manera directa las necesidades comunicativas de las diferentes áreas de la administración.

Comunicación Externa

La comunicación externa va dirigida a la sociedad en general. Esta comunicación es de una manera abierta con el propósito de dar a conocer las acciones, planes, estrategias y toda aquella información que contribuya al bienestar de la sociedad; utilizando aquellos medios de comunicación pertinentes para su difusión.

Dentro de este plan se considera las necesidades comunicativas de las diferentes áreas de la administración, es así que se puntualiza el siguiente plan estratégico que funciona en el desarrollo de la comunicación externa.

Para la comunicación externa se plantean seis fases que distinguen el proceso en que se desarrolla algún proyecto.

Primer Fase o Preproducción

Esta fase comprende la recepción de proyectos ya sea de parte de la administración pública, alguna institución o coordinación. Es la etapa de conceptualización por parte del área de

comunicación y el *Primer acercamiento, Oficio petición y Llenado de formatos por parte del petionario.*

Segunda Fase o Producción

En esta fase se da producción a el materias visual o audiovisual acordado en la primera fase. Está relacionado directamente con el equipo técnico y recursos humanos con los que cuenta el departamento de comunicación. *En esta fase entre la cobertura de eventualidades.*

Tercera Fase o Postproducción

En esta fase se da lugar a la edición del material conceptualizado y producido en la fase dos o producción. Está relacionado directamente con el equipo técnico y recursos humanos con los que cuenta el departamento de comunicación.

Cuarta Fase o Difusión de proyectos

La difusión de proyectos corresponde al plan de medios de difusión que se genere y sea pertinente para cada proyecto. Por la naturaleza de cada proyecto el área de comunicación social propondrá los medios pertinentes para su difusión.

Quinta Fase o Seguimiento de proyectos

Esta fase comprende la vida útil de difusión de cada proyecto. En esta fase el área de comunicación atiende las necesidades que surjan para con el proyecto o proyectos que están en difusión.

Sexta Fase o Análisis del Proyectos

En esta fase se le da el análisis pertinente cuando ya terminó la vida útil de difusión de cada proyecto. Tiene como fin recabar analítica de los medios de difusión, analizarla junto con las dependencias que generaron el proyecto y ajustar *Difusión de Proyectos o Seguimiento de Proyectos* para proyectos futuros.

Primer Fase o Preproducción

- **Primer acercamiento**

Con el propósito de atender de manera directa las necesidades comunicativas de la dependencia o institución, ya que este es el preámbulo para la generación de proyectos.

- **Oficio de petición**

Para el registro y control de trabajo que llegue a el área de comunicación social. El oficio deberá incluir datos como: nombre del evento, día del evento, hora del evento, breve descripción del proyecto y antecedentes de este. A demás se debe especificar el trabajo que corresponda a el área de comunicación.

- **Llenado de formatos**

- 1.- *Ficha de Preagenda*

Este formato es indispensable para la coordinación de eventualidades ya que nos dan a conocer las necesidades técnicas, como nos introducen al concepto de la eventualidad.

2.- Ficha Informativa

Que nos permite guardar información sobre el tema a tratar, de manera organizada, jerarquizada y ampliada con respecto a la ficha de preagenda.

Segunda Fase o Producción

- **Producción de contenido visual o audiovisual**

La producción de contenido estará relacionada con las ideas y conceptos acordados en el **Primer Acercamiento**. Guarda relación directa con los recursos técnicos y humanos dentro del departamento.

- **Cobertura de eventos**

En esta parte el área de comunicación generará contenido visual o audiovisual de las *eventualidades*² agendadas.

Tercera Fase o Postproducción

- **Tiempo necesario**

El tiempo que comprende la postproducción tiene relación directa con la conceptualización del proyecto y su complejidad de este, así como también guarda la relación con el equipo técnico y el recurso humano. Puede ir desde una o dos horas hasta una semana o dos semanas dependiendo lo amplio del proyecto.

Cuarta Fase o Difusión de proyectos

- **Siguiente Fase**

Una vez que se ha trabajado con un proyecto hasta finalizar la tercera fase y ya se tiene el producto visual o audiovisual, se pasará a la siguiente fase que es la parte de la *Difusión*.

- **Plan de Medios**

En esta fase entrará en juego el plan de medios pertinente para cada proyecto, desde la difusión en **Redes Sociales, Radio local, Perifoneo, Tv Local o Impresos**.

- **Perifoneo fijo y móvil (Spots Informativos)**

El alcance de este medio estará orientado a transeúntes en el caso de perifoneo fijo, y en el caso de perifoneo móvil a personas cercanas al medio de difusión.

Sugerencia

A través del área de comunicación se sugiere este medio de difusión ya que se puede dar alcance en horas determinadas del día a personas de nuestro municipio. Se da mención de los medios a utilizar.

Camiones recolectores de basura (Perifoneo Móvil). Aprovechando Rutas de cabecera y comunidades.

Rutas de dependencias que cuenten³ con sistema de perifoneo (Perifoneo Móvil). Aprovechando Rutas de cabecera y comunidades.

² Ver a detalle Realización y Cobertura de Eventos Especiales

³ Si la dependencia tiene la facilidad de aprovechar el sistema de perifoneo se podrá utilizar.

Sistema de Perifoneo Fijo del Jardín Principal de ROMITA (Perifoneo Fijo).

Orientado a transeúntes y personas cerca a la fuente de sonido.

Sistema de Perifoneo Comunitario Fijo de Comunidades⁴ (Perifoneo Fijo).

Orientado a transeúntes y personas cerca a la fuente de sonido.

Modo de Implementación

Camiones recolectores. Alternar spots informativos en la totalidad de la ruta.

Rutas de dependencias. Alternar spots informativos en la totalidad de la ruta.

Perifoneo Fijo en el jardín principal. Alternar spots informativos en el transcurso del día, hasta horas pertinentes.

Sistema de Perifoneo Comunitario Fijo de Comunidades. Alternar spots informativos en el transcurso del día, en horarios pertinentes.

- **Radio Local**

Derivado de la aún gran audiencia de la radio por parte de la comunidad Romitense, el alcance de este medio es orientado a este importante sector de la población, abarcando en horas específicas del día, la totalidad de la cabecera municipal y parte de las comunidades del municipio.

Sugerencia

El área de comunicación sugiere este medio de difusión ya que se abarca el importante sector de audiencia que aun escucha este medio de comunicación, cubriendo la totalidad de cabecera y una importante parte de las comunidades.

Modo de Implementación

Llegar al sector mencionado en horas de mayor audiencia a través de la(s) estación(es)⁵ local(es) de mayor escucha en el municipio, con spots de interés social y menciones de conductores que den referencia a temas de actividades, iniciativas y gestiones de la administración.

- **Redes Sociales**

El alcance de este medio actual y popular, puede ir desde lo local hasta lo mundial dependiendo la forma y contenido del mensaje. Hoy en día es una herramienta indispensable para el flujo de información, dependerá mucho cómo se lleva a cabo el mensaje para que este, tenga por si solo transmisión sustentable.

Sugerencia

Evidentemente se recomienda este medio de difusión por el gran impacto que puede tener, abarcando la comunidad local y ramificaciones fuera de esta, hasta incluso el servicio de pago que puede abarcar la región, la Nación, llegando sí se desea mundialmente, con el término conocido como *viralidad en redes sociales*.

⁴ Si la comunidad cuenta con este sistema de perifoneo comunitario se podrá utilizar.

⁵ En este modo también entran las estaciones de radio que se escuchan por internet.

Modo de Implementación

Es necesario hacer un plan de trabajo que incluya una investigación propia o un *Scouting RRSS*⁶ para llevar una inclusión en redes sociales, optima favorable de una manera eficaz y eficiente. Todo esto para mantener una interacción fluida, favorable y agradable con la comunidad en redes sociales.

Dentro de las diferentes plataformas de redes sociales que puede utilizar el área de comunicación social el contenido es el siguiente:

1. *Publicaciones en redes sociales*
2. *Videos. Documentales, Reportajes, Sociales*
3. *Spots de audio*
4. *Memes*
5. *Transmisiones en vivo*

- **Impresos**

Periódico

El alcance de este medio en el municipio aunque no es el más usado, aún tiene su sector en la población. Hoy en día ha perdido fuerza por los periódicos digitales o portales web los cuales han ganado terreno en el campo de la difusión.

Sugerencia

Se sugiere este medio para cubrir el sector de la población que aún consume este medio, aunque se tendría en constante análisis el plan de difusión que se acuerde y el resultado esperado ya que su naturaleza de difusión es más lenta.

Modo de Implementación

Se acordaría el plan de difusión con el impreso y sacar información pertinente en tiempo y forma.

Póster, Folletaje, Flyer, Revistas

Este medio de difusión es uno de los más usados a la hora de generar contenido de difusión, ya que se entrega en puntos específicos como comercios, plazas, calles etc.

Modo de Implementación

Se acordaría los puntos de distribución pertinentes por proyecto.

- **Tv. Local**

Este medio de difusión en el municipio es de influencia baja por las pocas empresas de Televisión aunque en el colectivo imaginario de la sociedad generan mayor credibilidad.

Modo de Implementación

Se acordaría el plan de difusión pertinente a cada proyecto, generando proyectos audiovisuales para su difusión o menciones en programas y horas específicas.

⁶ Scouting RRSS es un servicio enfocado a entender lo que la comunidad en redes y el sector en Internet sobre un tema, una firma/marca o un profesional.

Quinta Fase o Seguimiento de proyectos

- Dentro del área de comunicación social llevará un seguimiento de la vida útil de difusión del proyecto, esto con el fin de atender cualquier demanda del proyecto en plena difusión.
- Es responsabilidad de la dependencia o institución responsable del proyecto que mantenga un seguimiento ya que se recabará información útiles para futuros proyectos de la misma naturaleza.

Sexta Fase o Análisis del Proyectos

- En esta fase se le da el análisis pertinente cuando ya terminó la vida útil de difusión de cada proyecto.
- Tiene como fin recabar analítica de los medios de difusión, analizarla junto con las dependencias que generaron el proyecto y ajustar *Difusión de Proyectos o Seguimiento de Proyectos* para proyectos futuros.

Realización y Cobertura de Eventos Especiales

Dentro de las labores de la comunicación social, se encuentra la realización y cobertura de Eventos Especiales, los cuales se llevan coordinados con las diferentes áreas de la administración pública, o de instituciones en coordinación. Esto conlleva una serie de pasos para su buena realización.

Cobertura de Eventos Especiales

- **Reunión previa con el área para abarcar el tópico**
Con la finalidad de conocer las necesidades de cada proyecto.
- **Agenda del proyecto**
Importantísimo analizar los tiempos y formas de entrega de cada proyecto.
- **Producción del Proyecto**
Una vez agendado el proyecto y analizar la forma de atenderlo de una manera creativa eficaz y eficiente, se lleva a cabo la producción que es la realización de aquél.
- **Post Producción del Proyecto**
Una vez producido o hecho el proyecto, dependiendo el tipo que sea, puede ser Audiovisual, fotográfico, gráfico, presentación, protocolario, etc. Se dispone a trabajar con él para su difusión.
- **Difusión del Proyecto**
Se trabaja en la forma adecuada de su difusión, ya planteada y aprobada previamente.

- **Seguimiento del Proyecto**
Se le debe dar seguimiento al proyecto para analizar la forma activa que genera y poder sacar conclusiones acerca del proyecto o de la difusión.
- **Análisis del Proyecto**
Una vez terminado la vida activa del proyecto se analizan los datos obtenidos para su conclusión y toma de decisiones futuras.

Desarrollo Íntegro de los Eventos Especiales

Para realizar y generar un Desarrollo Integral de los eventos masivos de la administración pública, se planteará propuestas previas al evento o situación, con la intención de generar un ambiente enriquecedor de aprendizaje, introspección, inclusión y sensibilización por tema o naturaleza del evento.

Plan de Promoción

Se planteará coordinadamente con las diferentes áreas las condiciones que generen mejor rendimiento en el área de comunicación, dando un giro activo y fresco para la cobertura, el levantamiento de imágenes, y la realización de toda aquella actividad que involucre la difusión de los programas o tópicos de cada área.

Todo aquello con la finalidad de facilitar la información necesaria para los informes anuales de la administración pública.