

OFICINAS DE COMUNICACIÓN

Las oficinas de comunicación son las encargadas de fomentar y coordinar las relaciones institucionales entre los diversos organismos culturales y los distintos medios de comunicación para potenciar la imagen y dar a conocer a toda la sociedad la labor de la instancia a la cual pertenecen. El objetivo de este texto es informar sobre las funciones y la estructura de estas oficinas, así como también de servir como nexo para la profundización en estos temas o contextualizar la información ya conocida sobre estos. Las organizaciones sobre las cuales hemos basado nuestra investigación son el Ministerio de Cultura, el Centro Cultural PUCP y el Museo de Arte de Lima.

1) Ministerio de Cultura



La Oficina de Comunicación e Imagen Institucional del Ministerio de Cultura forma parte de la Dirección de Promoción y Difusión Cultural, la cual se encarga de establecer los canales adecuados y coordinar las relaciones culturales a nivel nacional para poner al alcance de la sociedad la información cultural pertinente con el objetivo de reforzar el reconocimiento social de nuestro patrimonio y promover su uso; y de la Secretaría General, la cual se encarga de coordinar, diseñar y ejecutar proyectos relacionados con las relaciones institucionales para el fortalecimiento de la identidad y los valores del ministerio, así como también de fortalecer sus estrategias comunicacionales en función del cumplimiento de las estrategias nacionales e internacionales.

Según el Artículo 22 del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Cultura, la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional cumple las siguientes funciones:



- a) Diseñar y proponer la Estrategia y Política Comunicacional y de relaciones públicas del Ministerio, que fortalezca la imagen institucional, en coordinación con los órganos correspondientes.
- b) Elaborar y proponer el Plan Anual de Difusión de los servicios y programas del Ministerio.
- c) Gestionar estratégicamente la información del Ministerio, difundiendo y proyectando una imagen institucional acorde a los objetivos de política sectorial.
- d) Conducir y organizar las actividades y eventos institucionales periodísticos y ceremonias oficiales del Ministerio; así como apoyar en la organización de otras actividades y eventos institucionales.
- e) Administrar la utilización de los ambientes de la Sede Central.
- f) Coordinar con las oficinas de relaciones públicas y protocolo de las diferentes entidades públicas y privadas.
- g) Establecer y mantener relaciones permanentes con los medios de comunicación.
- h) Seguimiento y análisis de la información emitida por los medios sobre temas del Sector, en el ámbito de su competencia.
- i) Supervisar y aprobar todo tipo de impresos, campañas, avisos y spots publicitarios que se realicen por encargo del Ministerio.
- j) Planificar, ejecutar y supervisar la difusión de las actividades del Ministerio y coordinar las acciones correspondientes con los organismos del Sector.
- k) Fortalecer la identificación institucional y la comunicación interna.
- l) Proponer acciones para tener interactividad en la web y participación en las redes sociales.
- m) Supervisar el uso adecuado del logotipo institucional.
- n) Administrar y cautelar los archivos audiovisuales y físicos de la Oficina.

o) Las demás funciones que le encargue el Titular de la Secretaría General.

Dentro del desarrollo de la vinculación del Ministerio con la sociedad, el área de Comunicaciones (que es la que nos interesa) de la Secretaría General está estructurada de la siguiente manera:



Oficina de Prensa: Desarrolla acciones que ayudan a poner en conocimiento de la opinión pública y distintas instituciones las actividades del ministerio.

Oficina de fomento a las Industrias Culturales: Realiza una labor con énfasis en el fomento de la lectura y del libro como medio eficaz para impulsar el progreso y la educación, a través del Fondo Editorial del Ministerio de Cultura.

Oficina de Eventos: Desarrolla una serie de actividades con el fin de promover y ejecutar actividades en concordancia con el calendario de eventos en el ámbito local y universal.

A modo de ejemplo del funcionamiento de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional presentamos la siguiente noticia publicada por el diario El Comercio:



“Pese a las críticas de diversos sectores de la población, el Ministerio de Cultura emitió un comunicado defendiendo la construcción del “Cristo del Pacífico” en el Morro Solar y aseguró que no le resta valor al sitio histórico”.

COMUNICADO- PROYECTO CONMEMORATIVO “CRISTO DEL PACÍFICO”

En relación a las afirmaciones emitidas en algunos medios de comunicación, respecto a la construcción del monumento ‘Cristo del Pacífico’, el Ministerio de Cultura debe precisar lo siguiente:

- 1.- El Ministerio de Cultura considera que la construcción del referido monumento conmemorativo en una zona de uso restringido situada en el Morro Solar, es compatible con el carácter histórico y patrimonial del área. La escultura constituye un reconocimiento tangible en memoria de los caídos en las Batallas de San Juan y Chorrillos.
- 2.- Es importante señalar que la ubicación del denominado ‘Cristo del Pacífico’ es distante a la de la Cruz que actualmente se yergue sobre el lugar. La efigie estará ubicada en un punto estratégico que permitirá su visión desde distintos puntos de Lima, y no solo desde la Costa Verde.
- 3.- Para el Ministerio de Cultura, la construcción de un monumento conmemorativo, cualquiera sea su naturaleza, en zona de uso restringido, en este o en cualquier caso, no le resta valor al sitio histórico. El monumento ‘Cristo del Pacífico’ se perfila como una muestra de la puesta en valor social y económico de la zona, además de ser compatible con los valores religiosos de gran parte de nuestra sociedad.
- 4.- La autorización para la ejecución de las obras del Proyecto Conmemorativo “Cristo del Pacífico” ubicado en el distrito de Chorrillos, es una competencia municipal. Sin embargo, esta decisión se ejerce sobre la base de autorizaciones técnicas previas de las instancias correspondientes, entre ellas, la del Ministerio de Cultura.

Lima, 14 de junio de 2011

Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional Ministerio de Cultura

2) Centro Cultural PUCP



En el Centro Cultural PUCP se encuentra el departamento de Comunicaciones, el cual se encarga de la difusión y promoción de proyectos, a través de la organización de eventos, tanto en el ámbito del teatro, las artes visuales, la música y la danza; como una de las herramientas que el centro cultural pone a disposición de los estudiantes, profesores y de cualquiera que esté interesado.

Gracias a la preparación de proyectos es posible la realización de eventos (como conferencias, exposiciones, muestras pictóricas, audiovisuales, etc.) que son de gran interés público y que contribuyen a la promoción de la cultura peruana. Este proceso no es tan sencillo como parece, detrás de éste, se encuentra el trabajo del personal de Comunicaciones, que luego de revisar los informes y aprobar los eventos, se tienen también que encargar de difundirlos en la sociedad.



Un ejemplo puede ser la realización de un evento “x”. En primer lugar, se debe dar información acerca de la actividad, especificar la naturaleza del evento, fecha, lugar y hora en la que se realizará, nombre y cargo del responsable, y/o de la persona asignada al evento. Luego, este informe es revisado por el encargado para tener conocimiento a grandes rasgos de qué se tratará el evento “x”. Una vez aceptado, otro miembro del personal se encarga de hacer los avisos o volantes respectivos. Es aquí, donde entra la Oficina de Prensa, cuya función es la de velar por la buena imagen de la institución siendo creativos para la atracción de un público joven. Esta parte del trabajo está a cargo del equipo de publicidad. Una vez puesto en marcha el evento, estos se encargan de la recopilación de información como fotografías y videos del evento para su difusión. Luego, elaborarán los boletines para redactarlos como notas informativas y enviarlos a los medios de comunicación.

Otro ejemplo real es el de la reciente preparación de la función “Criadero. Instrucciones para (NO) crecer”. Este evento es de gran importancia; ya que, gracias al trabajo conjunto de la oficina de Prensa, los demás departamentos y principalmente a Mariana de Althau se realizan funciones con tres actrices muy conocidas y con gran expectativa para la promoción de la cultura y el talento peruano.

La Oficina de Prensa se divide en dos partes. La primera es el área de **Desarrollo**, la cual se encarga de realizar las ideas y proyectos pensados para las actividades académicas. La segunda, el área de **Imagen y Marketing**, se encarga esencialmente de la mercadotecnia y de presentar sus servicios en las mejores condiciones a la sociedad.

El funcionamiento de estas áreas se puede ejemplificar mediante la preparación de la galería, lo cual requiere de una buena ubicación, la estructura y la organización de la presentación



3) Museo de Arte de Lima

MALI

El Mali (Museo de Arte de Lima) busca ser un espacio para la generación de conocimientos académicos, un lugar donde la sociedad descubre vías para la interpretación de su pasado, inspiración para la creación cultural y un terreno fértil para la difusión y promoción de una cultura viva.

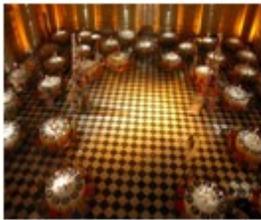
La sede principal del Mali se encuentra en Paseo Colón 125 en el distrito de Lima, también tiene sedes en la Molina y la Plaza Camacho; y atiende al público de martes a domingo, de 10:00 de la mañana a 8:00 de la noche, tiempo en el cual, las personas pueden, por seis soles, visitar las distintas exposiciones de arte que ofrece el museo, siendo una de las más importantes este año, la de Fernando de Szyszlo (egresado de la facultad de Arte de la PUCP).



Una de las actividades que se tienen disponibles es el programa Educación Mali, que brinda distintos cursos artísticos, los cuales inician la primera semana de cada mes, con un costo de S. / 85.00; asimismo, se dictan clases de formación docente y gestión cultural en la avenida Javier Prado Este 5193 en convenio con el Centro Cultural Plaza Camacho por un costo de S. / 159.00.

Además, cuenta con el Programa Amigos del Museo (Pam), el cual fue creado en 1993, bajo el modelo de programas similares en otros países, que busca acercar el mundo del arte a la comunidad, involucrando a sus miembros con los diferentes eventos y actividades del museo y, al mismo tiempo, contribuye a financiar los proyectos del Mali. El Pam cuenta con distintas categorías (de distintos precios) y distintos beneficios, según del interés del afiliado.

El Museo tiene una tienda que también funciona como librería y ofrece una gran variedad de artículos a los visitantes del museo. Aquí se encuentran a la venta productos del Mali, tales como publicaciones de arte, postales con reproducciones de obras de la colección, serigrafías conmemorativas de sus subastas y artículos originales de *merchandising*; como también piezas únicas de artesanía y diseño contemporáneo. Todo cuidadosamente elegido pensando en el público del museo.



El histórico Palacio de la Exposición, que sirve de sede al Museo de Arte de Lima, fue construido entre los años 1871 y 1872. Es uno de los ejemplos más bellos de la arquitectura ecléctica limeña y representa una alternativa ideal para acoger sus eventos privados o corporativos.

El área de Comunicaciones del Mali está organizada por las siguientes oficinas:

- **Oficina de Eventos:** Encargada de la planificación, organización, elaboración y ejecución de las actividades propuestas por el cuerpo administrativo del Museo de Arte de Lima.
- **Oficina de Imagen y Marketing:** Encargada de velar por la buena imagen de la institución, valiéndose de actividades creativas que llamen la atención del público en general. Así como también, tiene el propósito de buscar, a través de diferentes medios, el aumento de la demanda potencial en relación con los eventos organizados.
- **Oficina de Relaciones Públicas:** Encargada de las acciones comunicativas que ayuden a promover las distintas actividades del Museo.



Así que, los invitamos a revisar la agenda del Museo de Arte de Lima y visitarlo para contribuir con la misión de esta institución cuyo único objetivo es buscar la difusión del arte y la cultura, promoviendo el respeto a la pluralidad que contribuye al desarrollo del país.

Bibliografía:

Centro Cultural PUCP:

<http://www.centroculturalpucp.com/>

Centro Cultural PUCP (Facebook):

<http://www.facebook.com/pages/CENTRO-CULTURAL-PUCP/110633758965211>

Museo de Arte de Lima:

<http://www.mali.pe/>

Ministerio de Cultura:

http://www.mcultura.gob.pe/areas_tecnicas.shtml?x=11

Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Cultura:

<http://www.produce.gob.pe/RepositorioAPS/1/jer/ACERCA/rof/rof.pdf>

El Comercio (noticia sobre el “Cristo del Pacífico”):

<http://elcomercio.pe/lima/781530/noticia-ministerio-cultura-cristo-pacifico-reconocimiento-caidos-batallas>

Peru21 (noticia sobre actividad del CCPUCP)

<http://peru21.pe/impresa/noticia/nuevo-reto-althaus/2011-09-22/314128>