



RESOLUCIÓN SNC N° 351 / 2016

POR LA CUAL SE APRUEBA EL PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA SECRETARÍA NACIONAL DE CULTURA DE LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA CORRESPONDIENTE AL AÑO 2016.

Asunción, 22 de junio de 2016

VISTO: El Memorandum SNC/MECIP N° 09/2016, de fecha 30 de mayo, presentado por la Señora Sara J. Sandoval, Directora de la Coordinación MECIP en el cual solicita la aprobación del Plan de Comunicación Institucional de la Secretaría Nacional de Cultura de la Presidencia de la República correspondiente al año 2016.

El Acta de Comité de Control Interno del MECIP N° 8/2016; y,

CONSIDERANDO: La Resolución CGR N° 425/2008 "Por la cual se establece y adopta el Modelo Estándar de Control Interno para las Instituciones Públicas del Paraguay - MECIP, como marco para el control, fiscalización y evaluación de los sistemas de Control Interno de las Instituciones sujetas a la supervisión de la Contraloría General de la República".

El Acto Administrativo N° 01/2013, "Por la cual se adopta el Modelo Estándar de Control Interno MECIP en la Secretaría Nacional de Cultura".

Que, la Ley N° 5189 del 20 de mayo de 2014 "Que establece la obligatoriedad de la provisión de informaciones en el uso de los recursos públicos sobre remuneraciones y otras retribuciones asignadas al servidor público de la República del Paraguay" en su Artículo 3° establece que la información publicada deberá contener: a) Estructura orgánica y funciones de cada una de las dependencias.

Que, el Artículo 3° del Decreto N° 10.278/2007, "Por el cual se reglamenta la Ley N° 3051/2006 "Nacional de Cultura" y se aprueba la estructura orgánica de la Secretaría Nacional de Cultura, instituye el cargo de Secretario Ejecutivo, con rango de Ministro, como la máxima autoridad de conducción y administración a quien se le asigna las funciones mencionadas en el Artículo 8° de la Ley N° 3.051/2006 "Nacional de Cultura".

**POR TANTO, EN EJERCICIO DE SUS ATRIBUCIONES LEGALES;
LA MINISTRA DE LA SECRETARÍA NACIONAL DE CULTURA
RESUELVE:**

- Artículo 1°.- Aprobar** el Plan de Comunicación de la Secretaría Nacional de Cultura de la Presidencia de la República, correspondiente al año 2016, conforme al Anexo I, el cual forma parte de la presente Resolución.
- Artículo 2°.-** La presente Resolución será refrendada por el Secretario General de la Secretaría Nacional de Cultura.
- Artículo 3°.- Comunicar** a quienes corresponda y cumplido, archivar.


Juan A. Domínguez
Secretario General

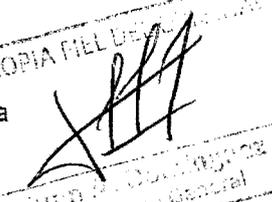


TETÁ
ARANDUPY
SAMBYHYHA
SECRETARÍA
NACIONAL
DE CULTURA



TETÁ
ARANDUPY
SAMBYHYHA
SECRETARÍA
NACIONAL
DE CULTURA

Secretaría General
Mabel Causafam
Ministra – Secretaría Ejecutiva

COPIA FIEL DEL ORIGINAL

Juan A. Domínguez
Secretario General



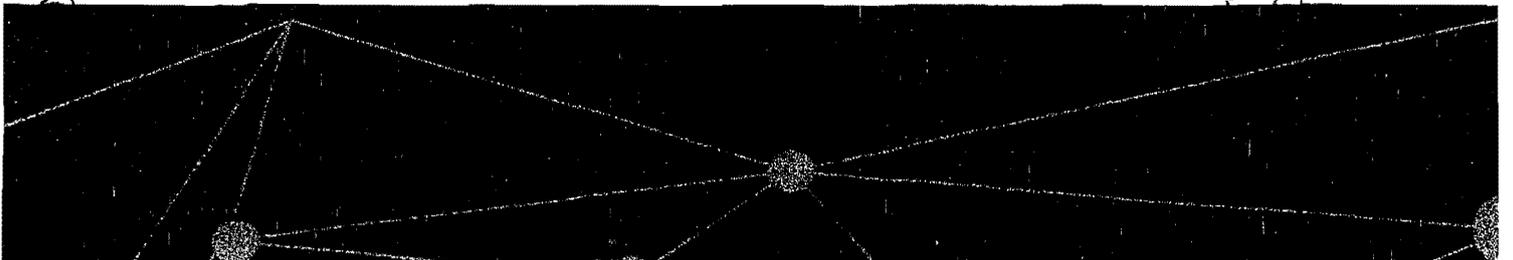
MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

JUNIO 2016



**TETĀ
ARANDUPY
SĀMBYHYHA**
SECRETARÍA
NACIONAL
DE CULTURA

TETĀ REKUÁI
GOBIERNO NACIONAL
Jajapo hãnde raperã ko'ãga guive
Construyendo el futuro hoy



MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

Objetivo:

Consolidar la comunicación interna y externa de la Secretaría Nacional Cultura, contribuyendo a su posicionamiento como institución reguladora de las políticas culturales del país, ante la opinión pública nacional e internacional.

Objetivos específicos:

- Contribuir al posicionamiento de la cultura como factor de desarrollo nacional.
- Informar a la ciudadanía sobre los objetivos alcanzados gracias a la gestión de la SNC.
- Difundir y promocionar las actividades realizadas y apoyadas por la SNC, ante instituciones estatales y la ciudadanía en general.
- Visibilizar las iniciativas ciudadanas en materia cultural, ante instituciones estatales y la ciudadanía en general.
- Instalar la imagen positiva de la SNC a nivel nacional e internacional, transmitiendo su compromiso con la transparencia y eficiencia en la gestión pública.
- Facilitar la comunicación al interior de la SNC para el logro de los objetivos institucionales.

Criterios:

- Especial énfasis en la misión y funciones de la SNC, teniendo en cuenta la importancia de que en cada comunicación realizada por la institución, se transmita con claridad el rol que cumple la institución.
- Enfoque en los logros obtenidos por la SNC y el impacto institucional en el desarrollo a nivel cultural.
- Utilización de diversas herramientas de comunicación, empleando progresivamente correo electrónico, página web, fanpage, twitter, Instagram y otros, según análisis de pertinencia.
- Gestión de prensa con los medios masivos de comunicación (impresos, radiales, televisivos y digitales).
- Jornadas de socialización y sensibilización, reuniones y eventos de integración.

Responsables:

La Dirección de Comunicación, dependiente de la Dirección General de Gabinete, es la encargada de implementar la política comunicacional de la SNC, tanto a nivel institucional como en forma externa, con la oportuna contribución de la Dirección de Gestión y Desarrollo de las Personas, en estrecha colaboración y supervisión por parte de la Máxima Autoridad Institucional.

MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL (INTERNA)

La comunicación institucional se orienta al fortalecimiento de la SNC, a fin de consolidar el sentido de pertenencia y relacionamiento interno. Tiene por objetivos, el trabajo conjunto de manejo y procesamiento de información que garantice la comunicación estratégica, además de mantener informados a los funcionarios de las diversas actividades que realizan las distintas áreas, así como de los objetivos logrados a nivel institucional.

1. Política de Administración de la Comunicación

Estrategia 1: CONFORMACIÓN DE UN EQUIPO DE ALTO DESEMPEÑO DE COMUNICACIÓN (EADC).

La DIRCOM trabajará con un equipo de especialistas multidisciplinario, conformado por representantes de las distintas dependencias, que organizan, estructuran y vinculan la información interna y externa a la SNC, colaborando con el buen funcionamiento de la Comunicación Institucional y Pública.

ORIENTACIONES OPERATIVAS

- La DIRCOM propondrá los canales de comunicación entre las distintas unidades y niveles técnicos y administrativos, estableciendo canales de información adecuados.
- Cada dependencia valorará y clasificará la información que genere.
- Los técnicos participantes del EADC serán designados por sus superiores y nombrados por Resolución Ministerial, los mismos deberán coordinar y acordar acciones en cumplimiento de sus responsabilidades.
- La información proporcionada por los miembros del EADC, será consolidada, procesada y publicada por la DIRCOM, según clasificación e identificación de públicos.

Carácter de la información:

Información de carácter normativo: emanada de la Máxima Autoridad de la institución y guarda relación con todo tipo de normativa de carácter administrativo y/o jurídico.

Información de carácter operativo: emanada de las unidades organizacionales, la cual guarda relación con la estructura institucional.

Información de carácter organizacional: emanada de Planificación, Dirección de Gestión y Desarrollo de las Personas y Secretaría General, en cuanto a actividades relativas a la planificación global de la institución, capacitación, becas, cursos, concursos, convenios técnicos y actividades culturales de integración de funcionarios de la institución.

Información de carácter misional: emanada de las unidades organizacionales de gestión misional de la SNC.

MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

Estrategia 2: CANALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Las dependencias de la SNC participarán activamente en el proceso de garantizar la correcta canalización de la información, promoviendo y mejorando el trabajo en equipo, a través de espacios formales que dan a conocer de manera oportuna y transparente la información relacionada a la gestión de la Institución.

ORIENTACIONES OPERATIVAS

- Cada dependencia, mediante el representante del EADC informará de los datos, informes y productos a los canales establecidos o redes de enlaces.
- Cada dependencia, mediante el representante del EADC remitirá además la documentación requerida que sirva como medio de verificación formal.
- La DIRCOM recurrirá a las distintas herramientas institucionales como ser:

-Internas:

Correos electrónicos

Se elaborará un resumen diario (clipping) de la presencia institucional en los medios impresos y digitales, las noticias inherentes al ámbito cultural y otras noticias de interés general.

Se compartirán comunicados especiales, circulares, boletines informativos, anuncios e invitaciones, dirigidos a los funcionarios de la SNC, cuando la situación lo requiera.

3

Murales

Se cuenta con tableros informativos "El Mural de la SNC", ubicados en lugares estratégicos de cada sede, mediante el cual se compartirán publicaciones destacadas de la presencia institucional en los medios impresos y digitales y de las noticias inherentes al ámbito cultural.

La actualización de los murales será diaria para las sedes cercanas, para las que requieran de apoyo logístico será semanal.

El manejo de los murales será responsabilidad de la DIRCOM.

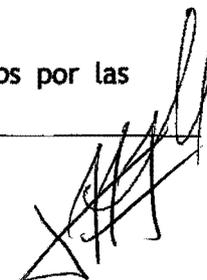
El estilo de las publicaciones en el mural se enmarcará en los elementos de la identidad corporativa, con creatividad e innovación.

-Externas:

WEB Institucional

La página web institucional será la principal herramienta empleada para externalizar las noticias e informaciones, creando vínculo con público nacional e internacional.

Se tendrá especial cuidado en incorporar los contenidos estructurales exigidos por las entidades reguladoras, así como las normativas vigentes.



MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

Redes Sociales

Se implementará el uso de las redes sociales con el fin de fomentar la interacción con instituciones, organizaciones y ciudadanía en general, lo cual permitirá el aprovechamiento de la percepción a fin de ajustar las acciones institucionales con miras a satisfacer las necesidades sociales en materia de cultura.

La fanpage "Secretaría Nacional de Cultura", será la principal herramienta en lo que respecta a redes sociales; mediante la cual se compartirán informaciones relacionadas a los ejes institucionales, generadas al interior de la SNC, o en otras instituciones u organizaciones.

El twitter será la herramienta mediante la cual se podrán replicar informaciones, generar comunicaciones en tiempo real, interacción con medios y plataformas internacionales e identificar temas de actualidad.

You Tube, es el canal que alojará los spots y/o materiales audiovisuales producidos por la SNC, o, proveídos por los canales correspondientes.

Se considerará la presencia institucional en otras redes sociales, basada en análisis de pertinencia e impacto, para lo cual se recurrirá al trazado de una estrategia de comunicación digital adecuada a la plataforma.

Memoria

El formato de presentación de la Memoria, deberá tener un diseño creativo respetando la línea de la imagen corporativa, redactado en un lenguaje adecuado y orientado a los distintos públicos de la SNC.

Serán responsables: la EADC, en lo que respecta a la información, la Dirección General de Gabinete, en lo que respecta al esquema, y la DIRCOM en lo que respecta al diseño y diagramación.

La memoria será distribuida en formato impreso y publicada en formato digital en la página web institucional.

Otras metodologías de canalizar la información

Conferencia de Prensa (convocatoria y participación)

Distribución de materiales informativos impresos (dossiers, catálogos, folletos, otros)

2. Política de Interlocución Institucional

Estrategia 1: DIFUSIÓN DE LA GESTIÓN ESTRATÉGICA E INSTITUCIONAL POR MEDIO DE PROCESO DE INDUCCIÓN Y REINDUCCIÓN.

En la SNC, los procesos de inducción y reinducción serán desarrollados para que los funcionarios conozcan la misión, visión, ejes estratégicos, objetivos, funciones y logros

MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

institucionales con el propósito de lograr empoderamiento, además de proporcionarles información relativa a su trabajo.

ORIENTACIÓN OPERATIVA

- La Dirección de Gestión y Desarrollo de las Personas (DGFDP) será responsable de los Programas de Inducción y Reinducción cuya metodología, estará establecida en el Manual de Talento Humano.
- DIRCOM apoyará en el aspecto comunicacional, facilitando los materiales de comunicación como trípticos, boletines informativos, entre otros e impulsando la difusión de los mismos.
- Los apoyos de la DIRCOM se verán en función a disponibilidad presupuestaria.
- La DGDP dará a los Talleres de Inducción y Reinducción un carácter obligatorio para todos/as, por lo tanto deberán estar incluidos en el Presupuesto de la Institución y tendrán carácter didáctico, participativo y de actualización.
- La DGDP buscará impulsar la visión compartida a través de la inducción y la re inducción.

3. Política de Receptividad Institucional

5

Estrategia 1: INTERACCIÓN CON LOS FUNCIONARIOS

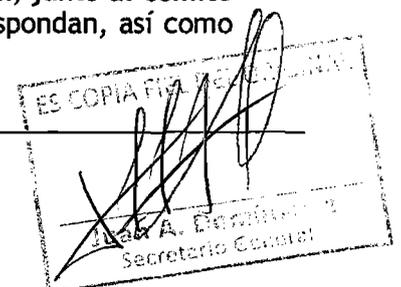
La SNC habilitará espacios de interacción, que garanticen el buen trato y el mecanismo para recibir los comentarios, experiencias y sugerencias provenientes de los funcionarios los cuales se tomarán en cuenta, se comunicarán a quienes corresponda y se considerarán en la reingeniería de las acciones y prioridades institucionales.

ORIENTACIÓN OPERATIVA

- Se promoverá la participación de los funcionarios de la SNC mediante el uso del Formulario de Satisfacción del Funcionario respecto a la gestión institucional.
- Los formularios estarán disponibles junto a los buzones, ubicados estratégicamente en cada sede institucional.
- La sistematización de los Formularios de Satisfacción del Funcionario será de responsabilidad de la Dirección de Planificación.
- Los resultados de la Política de Receptividad Institucional interna, serán dados a conocer periódicamente mediante un informe elaborado por la Dirección de Planificación, elevado a consideración de la Dirección del MECIP, quien, junto al Comité de Control Interno (CCI) de la SNC, propondrán los ajustes que correspondan, así como el curso de acción a seguir.

Dirección de Comunicación
Junio/2016

ES COPIA FIDEL DE LA ORIGINAL



José A. Benítez
Secretario General

MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

Estrategia 2: SOCIALIZACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA AUDITORIA

La Dirección General de Auditoría Interna socializará con los miembros de la Alta Gerencia de la SNC, los resultados de la verificación del control interno institucional a fin de informar sobre las debilidades y fortalezas institucionales intercambiando sugerencias tendientes al logro de la calidad en los servicios.

ORIENTACIONES OPERATIVAS

- La Dirección de Auditoría Interna, en el mes de diciembre de cada año, presentará a los miembros de la Alta Gerencia (CCI) de la SNC, el Informe de los Resultados de la Verificación del Sistema de Control Interno Institucional del año, y socializará con ellos las debilidades y fortalezas de la Institución.
- Los miembros de la Alta Gerencia, al finalizar la exposición sobre el Informe de los Resultados de la Verificación del Sistema de Control Interno Institucional del año, podrán intercambiar opiniones, solicitar aclaraciones, realizar sugerencias y proponer soluciones.
- La Dirección de Auditoría Interna consolidará las conclusiones de la reunión en un documento que se remitirá a la dependencia que realice control de calidad, el mismo servirá como insumo para la elaboración de planes de mejora.
- La DIRCOM conjuntamente con el EADC elaborará materiales de difusión masiva, dirigida al funcionariado respecto a la gestión institucional, roles y funciones que se relacionan con la eficiencia en la gestión. Los mismos son de producción sistemática y es responsabilidad de la DIRCOM de la SNC en coordinación con el EDAC.

6

Estrategia 3: CANALIZACIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN

Las dependencias garantizarán la correcta canalización de la documentación y promoverán el trabajo en equipo, a través de espacios formales de trabajo, a fin de dar a conocer de manera oportuna y transparente la información relacionada a la gestión de la institución.

ORIENTACIONES OPERATIVAS

- Las dependencias recibirán de la Secretaría General, las Leyes, Decretos, Resoluciones y otras normativas; además de la documentación relacionada a la política, la gestión y la administración presupuestaria, relacionada a la SNC y la remitirá a las áreas respectivas, a fin de garantizar la distribución descendente de la información.
- La Secretaría General, remitirá inmediatamente luego de la promulgación al Departamento de Prensa, las Leyes, Decretos, Resoluciones y otras Normativas de carácter general relacionadas al sector cultural para su inclusión en la Página Web.
- Los funcionarios/as se reunirán mensualmente con el jefe inmediato superior y tratarán temas de interés del área, recordando las nuevas legislaciones, normativas, instrucciones, dejando constancia escrita de las sugerencias y recomendaciones, para facilitar la fluidez e intercambio de información y promover la mejora continua en el área de su competencia, además de elevar un informe para casos particulares.

MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

4. Política de Promoción del Buen Servicio (Atención a la Ciudadanía)

Estrategia 1: CAPACITACIÓN PARA EL BUEN SERVICIO Y ATENCIÓN A LA CIUDADANÍA

Se promoverá la capacitación y entrenamiento de los funcionarios para que brinden atención con calidad y calidez a los usuarios, contribuyendo al cumplimiento de la misión institucional y proyectando imagen positiva.

ORIENTACIONES OPERATIVAS

- La DIRCOM y el EADC elevarán, a la DGDP, un informe de los funcionarios que requieren capacitación en el área de atención al ciudadano, conforme a las solicitudes presentadas por los Directores de dependencias. La DGDP deberá incluir en el Plan Anual de Capacitación.
- La DGDP, a través de su Departamento de Capacitación elaborará el Plan de Capacitación para el buen servicio, que incluirá Programas y Proyectos que busquen potenciar actitudes y conductas, acorde a la Política de Comunicación de la Institución.
- La DGDP, a través de su Departamento de Capacitación elaborará los procedimientos para la correcta ejecución, evaluación y control de la capacitación.
- La DIRCOM conjuntamente con el EADC, realizarán monitoreos, implementando las herramientas necesarias, para el mejoramiento de la calidad de atención.

7

3. Política de Identidad e Imagen Corporativa

Estrategia 1: MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA.

La SNC implementará un programa tendiente a mantener la coherencia visual en todas las comunicaciones para el cumplimiento de los fines y el logro de la Imagen Corporativa.

ORIENTACIÓN OPERATIVA

- La DIRCOM establecerá el Manual de Imagen Corporativa como una herramienta para el manejo de las directrices de presentación de los mensajes institucionales, como medio para garantizar el respeto y la promoción de la identidad de la institución, en cada uno de los programas de información.
- La SNC utilizará el Manual de Identidad Corporativa, para facilitar a nivel global todo lo concerniente a la institución. Comprenderá básicamente:
 - **La Marca. Más Cultura: La esencia y lo que transmitimos**
 - o Presentación, Funciones del Manual, Escancia de la Marca, Atributos y Definiciones.
 - **Arquitectura de Marca: Normativas básicas de uso**
 - o **Isologotipo:** claim, estructura y construcción, proporciones y área mínima, versiones especiales, usos del logotipo sobre formatos, elementos gráficos, marca país, marca cultura, usos no permitidos, complementos, animación, aplicación.

Dirección de Comunicación
Junio/2016



MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

- Color: paleta de colores, comportamiento del color, paleta secundaria, combinaciones/usos.
 - Tipografía: reason why, estilo tipográfico principal, estilo tipográfico secundario, uso de tipografías adicionales.
 - Recomendaciones.
 - **Lineamientos: Criterios generales con sentido de pertenencia**
 - Estilo fotográfico: criterios generales, tipos de estilos fotográficos, usos fotográficos correctos/incorrectos.
 - Redacción: criterios generales, gacetillas, comunicadas, avisos fúnebres, comunicación interna, funciones, recomendaciones generales.
 - Layout y diagramación: grilla y modulación, tablas/cuadros/gráficas, cobranding, utilización de iconografías, funciones, recomendaciones.
 - Web: criterios generales, criterios de redacción, criterios de publicación, criterios fotográficos, secciones especiales, criterios audiovisuales, funciones, recomendaciones generales.
 - Plataformas digitales: criterios generales, Facebook, twitter, youtube, issuu, wideo, otros
 - Animación audiovisual
 - Recomendaciones
 - **Guía Gráfica: aplicaciones**
 - Papelería: tarjetas personales, hoja/carpeta membrete, sobre manila/ingles.
 - Presencia de marca: banner, backpodium, ploteado de vehículos, señalética externa, señalética interna, góndola promocional, indumentaria, otros.
 - Merchandising: bloc de notas, porta lápiz, bolígrafo, pendrive, bolso, llaveros, otros.
-
- LA SNC, a través del Manual de Identidad Corporativa buscará el aumento de la identificación de la institución con los funcionarios, el aumento del conocimiento público de la Institución, y una imagen más apropiada en la sociedad.
 - La difusión de la Identidad será responsabilidad de la DIRCOM con el apoyo del EADC.

Estrategia 2: PROYECCIÓN DE IDENTIDAD CORPORATIVA.

La identidad corporativa de la SNC generará uniformidad de manejo en las áreas y dependencias, transmitiendo el posicionamiento institucional en cuanto a su misión, visión y objetivos.

ORIENTACIONES OPERATIVAS

- La DIRCOM conjuntamente con el EADC, serán responsables de la correcta utilización del logo, en todas las publicaciones, campañas, y actividades que organice o apoye la SNC.
- La DIRCOM conjuntamente con el EADC, diseñarán y actualizarán la matriz del material documental sobre la Institución, que se difundirá por medios audiovisuales en las dependencias de la SNC en todas sus sedes.



TETÁ
ARANDUPY
SÁMBYHYHA
SECRETARÍA
NACIONAL
DE CULTURA

TETÁ REKUÁI
GOBIERNO NACIONAL
Jajapo ñande raperá ko'ága guive
Construyendo el futuro hoy

MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

- Los objetos promocionales (merchandising) que se distribuyan en las campañas de la SNC, llevarán el logo Cultura Paraguay.
- El logo Cultura Paraguay, primará sobre toda identificación particular de dependencias, programas, proyectos, campañas, etc.
- Los Directores Generales y Directores de las dependencias serán responsables de la correcta utilización de los logotipos, isotipos y demás elementos de la identidad corporativa.
- Los Directores de las dependencias, serán responsables de la señalización adecuada de todas las áreas de sus dependencias, para facilitar el acceso de los usuarios a los servicios que requieran.
- Los capacitadores y facilitadores de las áreas serán responsables de la emisión de mensajes audiovisuales, documentales de la Institución, en los lugares donde la SNC tenga presencia.
- Los materiales de promoción de los servicios deberán estar estandarizados de manera a identificar a la Institución.

MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN PÚBLICA

Se fomenta la comunicación interactiva con los diferentes grupos de interés y la ciudadanía en general, además del acceso y la difusión de información de manera fluida y oportuna, respetando los criterios de confidencialidad establecidos por las normativas.

1. Política de Manejo de la Información

Estrategia 1: PROVISIÓN DE LA INFORMACIÓN

Los materiales de información elaborados y producidos para publicaciones de cualquier dependencia serán remitidos a la DIRCOM, para su adecuación según el estándar establecido en la Imagen Corporativa.

ORIENTACIONES OPERATIVAS

- Las diferentes instancias de la SNC proveerán a la DIRCOM la información que deba comunicarse, con la debida antelación, teniendo en cuenta los plazos establecidos.
- La DIRCOM, establecerá como medio de gestión interna de información formal, las notas, los memos, circulares, providencias, documentos técnicos elaborados y correos electrónicos.
- La DIRCOM, en el área de Prensa, recibirá los materiales informativos para su difusión y proveerá diariamente la información a la ciudadanía en general, de manera a que la información esté disponible a los diferentes grupos de interés y al público y que la estructura esté ajustada a los objetivos institucionales y a los del estándar corporativo.
- La DIRCOM, realizará acciones conjuntas con otras instituciones públicas, a fin de proporcionar y propiciar el intercambio de experiencias e información.
- La información o comunicados destinados a los grupos de interés y a la ciudadanía en general, se canalizará a través del área de Prensa.
- La DIRCOM, asesorará a las diversas instancias sobre la estrategia, los formatos y tiempos a ser utilizados en la elaboración de materiales informativos.
- La participación en eventos, reuniones, exposiciones y/o ferias nacionales e internacionales serán canalizadas a través de la DIRCOM.
- La cobertura de eventos por parte del equipo de prensa será solicitada a la DIRCOM con la debida antelación, teniendo en cuenta los plazos establecidos, asimismo, previamente se remitirán los insumos informativos respecto de la actividad objeto de la cobertura.

MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

Estrategia 2: DISEÑO Y ELABORACIÓN MATERIALES INFORMATIVOS

Se elaborarán materiales informativos para ser proveídos a la ciudadanía y a los diferentes grupos de interés.

ORIENTACIONES OPERATIVAS

- El CCI deberá determinar la necesidad de elaboración de materiales informativos de manera anual, a fin de incorporar en el cronograma de diagramación y diseño del área Visual de la DIRCOM.
- Las dependencias responsables deberán remitir los insumos informativos, imágenes, fotografías e infografías para la elaboración de los materiales, o bien, deberán manifestar la necesidad provisión y/o diseño de las mismas por parte de la DIRCOM, con la debida antelación, ajustándose a los procedimientos establecidos.
- La DIRCOM deberá elaborar e informar el procedimiento y los mecanismos de solicitud para la elaboración de materiales informativos.
- Las dependencias deberán consultar disponibilidad de tiempo para diagramación y diseño de los materiales que no hayan sido considerados en la planificación anual, a fin de reorganizar el cronograma respetando los compromisos asumidos con anterioridad, previo a la solicitud formal siguiendo los procedimientos establecidos.

11

2. Política de Manejo de la Información en Tiempos de Crisis

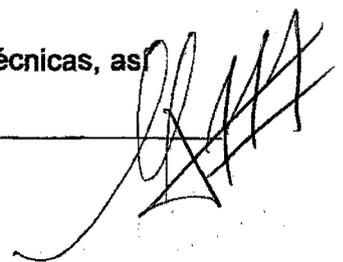
La SNC, ante eventuales crisis se preparará para dar respuesta rápida, conforme a un Plan de Comunicación para periodos de Crisis, facilitando la labor informativa, evitando rumores que puedan ocasionar reacciones adversas en la población, reorientando y adecuando la información formal, definiendo claramente el diagnóstico situacional, la utilización adecuada de recursos y la claridad en la información.

Estrategia 1: ESTABLECIMIENTO DE UN SISTEMA DE COMUNICACIÓN, ANTE UNA SITUACIÓN DE RIESGO Y/O EMERGENCIA

Al detectar una situación de riesgo para la SNC, se activará el Comité de Comunicación de Riesgos, creado para tal circunstancia.

ORIENTACIONES OPERATIVAS

- La máxima autoridad, ante una situación de riesgo para la SNC, convocará en forma inmediata al Comité de Comunicación de Riesgos, que se reunirá permanentemente durante toda la situación de contingencia.
- El Comité de Comunicación de Riesgos, recepcionará las informaciones técnicas, así como el resultado del monitoreo de la situación.



MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

- El Comité de Comunicación de Riesgos analizará y evaluará rápidamente la situación e implementará el Plan de Comunicación en Situación de Riesgo.
- El Comité de Comunicación de Riesgos, propondrá acciones correctivas y/o de mejora de la comunicación si fueren necesarios.

3. Política de Relacionamiento con los Medios de Comunicación

Estrategia 1: CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

La DIRCOM actuará de enlace formal entre las autoridades de la Secretaría Nacional de Cultura y los medios de comunicación masivos, definiendo los canales correspondientes para la entrega de la información. La información consolidada es definida de acuerdo con las estrategias y proyección de la Imagen Corporativa.

ORIENTACIONES OPERATIVAS

- La DIRCOM definirá las estrategias de comunicación pública conjuntamente con la Dirección General de Gabinete, para casos específicos, se involucrará a las Direcciones Generales responsables.
- La DIRCOM, al principio de cada año, definirá un Plan Anual de Medios y acciones comunicativas, para mejor direccionamiento de la información.
- El Plan de Comunicación incluirá las características de la información a ser clasificada para los medios y la ajustarán anualmente (o en periodo menor según se requiera) por medio de un Plan Anual de Medios.
- La práctica del Free Press como manejo de conferencias de prensa, boletines, gacetillas, entrevistas, reportajes y otros instrumentos, relacionados con los medios buscará posicionar los temas de interés prioritario y las actividades de la Institución.
- La DIRCOM definirá los diferentes formatos para la provisión de la información a los medios de comunicación y las estrategias de información en el Plan de Medios.

12

Estrategia 2: VOCEROS INSTITUCIONALES

La SNC contará con un mecanismo ágil y predeterminado en el sistema de representantes que hablan en nombre de la institución como voceros institucionales.

ORIENTACIONES OPERATIVAS

- La Vocería Institucional estará organizada y asistida técnicamente por la DIRCOM.

Dirección de Comunicación
Junio/2016

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

Juan A. Domínguez
Secretario General

MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

- La máxima autoridad es el principal Vocero Institucional. El carácter de Dirección General implicará la responsabilidad de oficiar como vocero técnico en temas que competen a su área.
- Los Voceros Institucionales se mantendrán actualizados acerca de la información que la Institución decida difundir y respetarán los criterios establecidos para la comunicación con el público en general.
- La Vocería en situaciones de crisis y riesgo se desarrollarán respetando los siguientes criterios:
 - Los voceros técnicos serán los encargados primarios de dar respuesta a aquellas crisis que afecten al nivel de su competencia, por el conocimiento detallado de la misma.
 - La máxima autoridad oficiará de vocero en caso de que el tema así lo justifique o cuando se requiera su acompañamiento a la intervención de los voceros técnicos.
- La DIRCOM definirá las estrategias de comunicación y solicitará el nombramiento de voceros institucionales para la difusión de la información.

Estrategia 3: LA INTERACCIÓN CON INSTITUCIONES PÚBLICAS Y ORGANIZACIONES CIUDADANAS.

La Receptividad Institucional tendrá una dimensión externa orientada a la experiencia, necesidades y las sugerencias provenientes de la ciudadanía y usuarios de los servicios que presta la SNC.

13

ORIENTACIONES OPERATIVAS

En la SNC se realizarán acciones tendientes a que la ciudadanía y usuarios, de los servicios de la institución, se informen.

La DIRCOM establecerá alianzas con instituciones públicas y organizaciones ciudadanas a los efectos de obtener mayor visibilidad a través de la réplica de las informaciones publicadas, mediante los canales de difusión de cada una de ellas.

La DIRCOM determinará el mecanismo de articulación para el trabajo coordinado entre las partes.

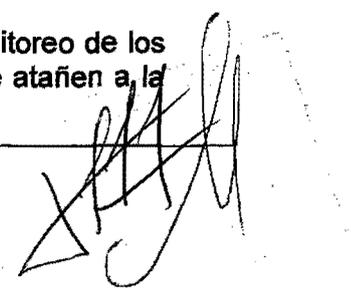
Estrategia 4: MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Se efectuará el seguimiento de la información emitida por los medios de prensa a los efectos de garantizar que la difusión se realice conforme al sentido y lenguaje establecido por las políticas de comunicación de la Institución.

ORIENTACIONES OPERATIVAS

- La DIRCOM por medio del área de Prensa, será la responsable del monitoreo de los medios de comunicación radial, escrito y televisivo, sobre los temas que atañen a la Institución.

Dirección de Comunicación
Junio/2016



MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

- El área de Prensa de la DIRCOM, compilará las publicaciones de los medios escritos, teniendo en cuenta las notas, entrevistas, comentarios sobre la institución.
- El área de Prensa de la DIRCOM, contará con un sistema de monitoreo de las emisiones radiales y televisivas diariamente, en forma permanente.
- El área de Prensa de la DIRCOM, compilará diariamente en forma impresa y digital, las informaciones referentes a la institución.

4. Política de Rendición de Cuentas

Estrategia 1: PUBLICACIONES EN DISTINTOS CANALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La Secretaría Nacional de Cultura, con el objeto de generar confianza a través de la visibilidad y transparencia, asume el compromiso de realizar una efectiva rendición de cuentas a la ciudadanía, en forma constante, a través de los medios de comunicación, principalmente con la actualización continua de información en la web institucional, comunicando a la ciudadanía sobre el proceso de avance en el cumplimiento de las metas institucionales y de la forma como se está ejecutando el presupuesto de la SNC, sobre el manejo de los recursos públicos y el resultado e impacto de la gestión, cumpliendo a cabalidad con la Ley de Transparencia y otros mecanismos de comunicación. Así también con el cumplimiento de los requerimientos de los organismos de control, como la Contraloría General de la República y la Auditoría General del Poder Ejecutivo.

14

Estrategia 2: PARTICIPACIÓN U ORGANIZACIÓN A/DE REUNIONES O SESIONES

La Máxima Autoridad determinará espacios e instancias para llevar a cabo la rendición de cuentas, como ser: en las sesiones del Consejo Nacional de Cultura, en las sesiones del Consejo de Gobernadores o invitando a autoridades nacionales e internacionales a participar de una Jornada de Rendición de Cuentas, así como a los funcionarios de la institución.

MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

Conclusión

El presente manual, es un documento que puede ser modificado, adaptándolo a nuevas realidades, debido a la dinámica que requiere todo proceso de comunicación.

