Poder Ejecutivo
Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social

Resolución S.G. N° 590.-

POR LA CUAL SE APRUEBA EL MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, Y SE DISPONE SU IMPLEMENTACIÓN Y APLICACIÓN EN TODAS LAS DEPENDENCIAS Y LOS SERVICIOS DE SALUD DEL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y BIENESTAR SOCIAL.

Asunción, 23 de noviembre de 2022.-

VISTO:

La nota DGPE Nº 94, de fecha 10 de noviembre de 2022, registrada como expediente SIMESE Nº 142.996/2022, a través de la cual el Directivo Responsable de la Implementación del MECIP, solicita la aprobación de la actualización del Manual Estratégico de Comunicación Institucional, y su implementación y aplicación en el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, aprobado por el Comité de Control Interno de la Institución por Acta Nº 2, de fecha 07 de octubre de 2022, en el marco de la implementación del Modelo Estándar de Control Interno para Instituciones Públicas del Paraguay-MECIP; y

CONSIDERANDO:

Que la Constitución de la República del Paraguay, en su Art. 68 encomienda al Estado paraguayo la protección y promoción de la salud como derecho fundamental de la persona y en interés de la comunidad, y en su Art. 69 enuncia que se promoverá un sistema nacional de salud que ejecute acciones sanitarias integradas, con políticas que posibiliten la concertación, la coordinación y la complementación de programas y recursos del sector público y privado.

Que la Ley N° 836/80, Código Sanitario, establece que: "...Art. 3° El Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social... es la más alta dependencia del Estado competente en materia de salud y aspectos fundamentales del bienestar social. Art. 4° La autoridad de Salud será ejercida por el Ministro de Salud Pública y Bienestar Social, con la responsabilidad y atribuciones de cumplir y hacer cumplir las disposiciones previstas en este Código y su reglamentación...".

Que el Decreto Nº 962/2008, modifica el Título VII del Decreto Nº 8127/2000, Por el cual se establecen las disposiciones legales y administrativas que reglamentan la implementación del Ley Nº 1535/1999, De Administración Financiera del Estado y el funcionamiento del Sistema Integrado de Administración Financiera del estado (SIAF), en los siguientes términos: CAPÍTULO II – Modelos Estándar de Control Interno "Apruébase y adóptase el Modelo Estándar de Control Interno para las Entidades Públicas del Paraguay (MECIP), definido en el Anexo que forma parte de este Decreto".

Que en virtud de la Resolución CGR Nº 377/2018, la Contraloría General de la Republica dispone la Evaluación de la adopción de la Norma de Requisitos Mínimos para un Sistema de Control Interno del Modelo de Control Interno para Instituciones Públicas del Paraguay- MECIP 2015, por parte de las instituciones sujetas a su supervisión.

Que por Resolución AGPE Nº 326/2019, la Auditoría General del Poder Ejecutivo adopta la Norma de Requisitos Mínimos para un Sistema de Control Interno del Modelo de

Poder Ejecutivo
Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social

Resolución S.G. N° 590.-

POR LA CUAL SE APRUEBA EL MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, Y SE DISPONE SU IMPLEMENTACIÓN Y APLICACIÓN EN TODAS LAS DEPENDENCIAS Y LOS SERVICIOS DE SALUD DEL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y BIENESTAR SOCIAL.

Asunción, 23 de noviembre de 2022.-

Control Interno para las Instituciones Públicas del Paraguay-MECIP 2015, y aprueba la Matriz de Evaluación por Niveles de Madurez.

Que por Resolución S.G. Nº 09, de fecha 22 de agosto de 2008, se adopta el Modelo de Estándar de Control Interno para las Entidades Públicas del Paraguay-MECIP, y se disponen las medidas tendientes al inicio de su implementación al interior del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social.

Que por Resolución S.G. Nº 633, de fecha 21 de junio de 2013, se aprobó el Manual de Comunicación Estratégica, y se dispuso su implementación y aplicación en el Ministerio de Salud pública y Bienestar Social.

Que por Resolución S.G. Nº 1092, de fecha 16 de diciembre de 2021, se actualiza la organización de los Equipos de Trabajo responsables del diseño, implementación y funcionamiento del Sistema de Control Interno Institucional, del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, en correspondencia con la Norma de Requisitos Mínimos para un Sistema de Control Interno del Modelo Estándar de Control Interno para Instituciones Públicas del Paraguay-MECIP: 2015.

Que por Resolución S.G. Nº 404, de fecha 31 de agosto de 2022, se adopta la Norma de Requisitos Mínimos y la Matriz de Evaluación para un Sistema de control Interno del Modelo Estándar de Control Interno para las Instituciones Públicas del Paraguay-MECIP: 2015, en el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social.

Que es necesario contar con la actualización del Manual Estratégico de Comunicación Institucional, y su implementación y aplicación en todas las dependencias y los servicios de salud, con el fin de dar cumplimiento a la Norma de Requisitos Mínimos y la Matriz de Evaluación para un Sistema Estándar de Control Interno para las Instituciones Públicas del Paraguay-MECIP: 2015.

Que en concordancia con lo preceptuado en el Art. 242 de la Constitución de la República del Paraguay, el Decreto N° 21376/1998, en su Art. 19, dispone que compete al Ministro de Salud Pública y Bienestar Social ejercer la administración de la Institución; y en su Art. 20, establece las funciones específicas del Ministro de Salud Pública y Bienestar Social, en el numeral 6) la de ejercer la administración general de la Institución como Ordenador de Gastos y responsable de los recursos humanos, físicos y financieros, y en el numeral 7) le asigna la función de dictar resoluciones que regulen la actividad de los diversos programas y servicios, reglamente su organización y determine sus funciones.

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y BIENESTAR SOCIAL
MINISTRO

Poder Ejecutivo
Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social

Resolución S.G. N° 590.-

POR LA CUAL SE APRUEBA EL MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, Y SE DISPONE SU IMPLEMENTACIÓN Y APLICACIÓN EN TODAS LAS DEPENDENCIAS Y LOS SERVICIOS DE SALUD DEL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA Y BIENESTAR SOCIAL.

Asunción, 23 de noviembre de 2022.-

Que la Dirección General de Asesoría Jurídica, según Dictamen A.J. N° 1866, de fecha 14 de noviembre de 2022, ha emitido su parecer favorable para la firma de la presente Resolución.

POR TANTO; en ejercicio de sus atribuciones legales,

EL MINISTRO DE SALUD PÚBLICA Y BIENESTAR SOCIAL
R E S U E L V E:

Artículo 1°. Aprobar el Manual Estratégico de Comunicación Institucional del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, que forma parte como anexo de la presente Resolución.

Artículo 2°. Disponer la implementación y aplicación del Manual Estratégico de Comunicación Institucional, aprobado en el Artículo precedente, en todas las dependencias y servicios de salud del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social.

Artículo 3º. Abrogar la Resolución S.G. Nº 633, del 21 de junio de 2013.

Artículo 4°. Disponer la revisión cada dos (2) años del Manual Estratégico de Comunicación Institucional, aprobado en el Artículo 1º de la presente Resolución.

Artículo 5°. Encomendar la revisión del Manual Estratégico de Comunicación Institucional a la Dirección General de Comunicación Estratégica en Salud.

Artículo 6°. Comunicar a quienes corresponda y cumplido, archivar.

DR. JULIO CÉSAR BORBA VARGAS
MINISTRO

/sr

MANUAL ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

AGOSTO 2022

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

Ministerio de SALUD PÚBLICA Y BIENESTAR SOCIAL

Dirección General de Comunicación en Salud

GOBIERNO NACIONAL

Paraguay de la gente

AUTORIDADES

Dr. Julio Borba
MINISTRO DE SALUD

Dra. Lida Sosa
VICEMINISTERIO DE RECTORÍA
Y VIGILANCIA DE LA SALUD

Dr. Hernán Martínez
VICEMINISTERIO DE ATENCIÓN INTEGRA
A LA SALUD Y BIENESTAR SOCIAL

Lic. Gerardo Aquino
DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN EN
SALUD

Fátima Santander
DIRECTORA DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Lic. Zaida Meza
DIRECTORA DE COMUNICACIÓN INTERNA

Lic. Soledad Benítez
DIRECTORA DE SISTEMATIZACIÓN
DE LA INFORMACIÓN

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

CONTENIDO

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

POLÍTICA DE RELACIONAMIENTO CON LOS FUNCIONARIOS

POLÍTICA DE PROMOCIÓN DEL BUEN SERVICIO E IMAGEN INSTITUCIONAL

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA
POLÍTICA DE RELACIONAMIENTO CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
POLÍTICA DE MANEJO DE LA INFORMACIÓN EN TIEMPOS DE CRISIS
POLÍTICA DE PUBLICACIÓN EN REDES SOCIALES

POLÍTICA DEL MANEJO DE LA INFORMACIÓN
POLÍTICA DE INTEGRACIÓN DE LA INFORMACIÓN

POLÍTICA DE RENDICIÓN DE CUENTAS A LA SOCIEDAD
POLÍTICA DE ADECUACIÓN INSTITUCIONAL PARA LA RENDICIÓN DE CUENTAS A LA SOCIEDAD
POLÍTICA DE AUDIENCIAS PÚBLICAS DE RENDICIÓN DE CUENTAS
POLÍTICA DE MEJORAMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS

GUÍA TÉCNICA DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN

ANEXOS

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

1. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

En el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), la comunicación tendrá carácter estratégico, para contribuir al logro de su misión y a la transparencia de la gestión, proyectando identidad institucional, consolidando una presencia seria, responsable y de servicio a la comunidad, fomentando la participación ciudadana.

El Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) actuará como interlocutor de su público interno y externo, y como una entidad abierta y visible, conforme con los parámetros que establezcan sus procesos comunicacionales.

La comunicación institucional será honesta y transparente, basada en información veraz, científicamente comprobada, y en valores, atendiendo a los lineamientos establecidos por el Gobierno Nacional. Estará orientada a lograr coherencia en la actuación de los funcionarios públicos, con respecto a la misión institucional, a fortalecer su sentido de pertenencia y a establecer entre ellos relaciones de diálogo y colaboración, en la realización del trabajo. Para ello, se formularán planes anuales y se implementarán procesos de comunicación institucional que busquen promover la calidad de los servicios y proyectar imagen de excelencia organizacional.

Se elaborará un plan marco de comunicación y se difundirán los planteamientos estratégicos de la institución, para que todos los funcionarios orienten sus acciones en concordancia con los objetivos misionales. Para ello, se desplegarán estrategias que abarcarán desde la formación inicial del nuevo personal de salud, hasta el logro de su compromiso activo en los procesos de cambio y adecuación en la institución, garantizando fluidez en la comunicación y el conocimiento de logros institucionales.

LINEAMIENTO 1: PLAN DE COMUNICACIÓN

El Plan de Comunicación, acorde a la Política de Comunicación Institucional, se constituirá en un documento rector que, a través de la sistematización y socialización de la información y el desarrollo de una identidad coherente y unívoca, permitirá integrar la estructura comunicacional del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), tendiente a mejorar la actitud de servicio, receptividad y visibilidad institucional.

ORIENTACIONES

1. La Dirección General de Comunicación en Salud realizará un diagnóstico/estudio del estado de la Comunicación en el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), que servirá como línea de base para documentar el macro proceso de Comunicación y para orientar la formulación del Plan de Comunicación.

2. El diagnóstico de la situación se realizará por medio de encuestas, observación e información. Para ello, la Dirección General de Comunicación en Salud definirá la población meta, segmentando el público, sus características generales, específicas y redes de comunicación.

3.Se definirán las estrategias de comunicación que permitirán alcanzar los objetivos propuestos, con sus correspondientes medios y acciones

4. El Plan de Comunicación será aprobado por el Ministro de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), para su implementación.

5. La Dirección General de Comunicación en Salud remitirá una copia del Plan de Comunicación a los Directores Generales, para su difusión e implementación en todas las dependencias del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS).

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

LINEAMIENTO 2: CONFORMACIÓN DE UN EQUIPO DE COMUNICACIÓN EN RELACIÓN A LOS GRUPOS DE INTERÉS

La Dirección General de Comunicación en Salud contará con un equipo de profesionales, conformado por la Dirección de Comunicación Interna, la Dirección de Comunicación Externa y la Dirección de Sistematización de la Información, que se encargarán de desarrollar y hacer operativa la información, según su grupo objetivo.

2. POLÍTICA DE RELACIONAMIENTO CON LOS FUNCIONARIOS

Impulsar un cambio en el manejo de la comunicación interna dentro del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) que ayude a alcanzar un mejor posicionamiento de la misma, para el logro de sus fines y misión institucional.

LINEAMIENTO 1: FUNCIONES ORIENTACIONES

1. La Dirección de Comunicación Interna definirá los diversos medios que permitan la motivación y promoción de la participación de los funcionarios para alcanzar metas de la institución.

2. La Dirección de Comunicación Interna será la responsable del cumplimiento y seguimiento de los objetivos y del plan de comunicación dentro de las distintas dependencias de la institución, a través de la Red Nacional de Comunicación en Salud.

3. Dentro de las tareas, estarán el manejo interno de la comunicación, elaboración de publicaciones y materiales, como gacetillas, notas internas y apoyo en la definición y difusión de mensajes, comunicados institucionales, recopilación de la información necesaria que pueda interesar y ser de utilidad de los funcionarios, y transmitirla por los canales internos establecidos.

4. La Dirección de Comunicación Interna contará con la Red Nacional de Comunicación en Salud, que estará conformada por profesionales inherentes al área, que prestarán servicio en cada una de las Regiones Sanitarias del país, así como Programas, Hospitales, Institutos, Centros y otras dependencias y servicios de salud; coordinadas y dependientes técnicamente de la Dirección General de Comunicación en Salud del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), y administrativamente de sus respectivas dependencias.

5. La conformación de la Red Nacional de Comunicación en Salud está aprobada por Resolución S.G. Nº 170/13, "Por la cual se amplía la Resolución S.G. Nº 564/2009, que crea la Red Nacional de Comunicación en Salud, dependiente técnicamente de la Dirección General de Comunicación en Salud, del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), y administrativamente de las Direcciones de las diversas Regiones Sanitarias".

6. La Red Nacional de Comunicación en Salud se encargará de la compilación de información de sus dependencias, para la elaboración de materiales, gacetillas, notas, etc. Una vez aprobados los materiales por la Dirección General de Comunicación en Salud, se hará difusión por los canales establecidos.

7. Las funciones, tanto para la Dirección de Comunicación Interna como para la Red Nacional de Comunicación en Salud, están establecidas en la Resolución S.G. Nº 1.290/12, "Por la cual se aprueba el manual de organización y funciones de la Dirección General de Comunicación en Salud, del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social".

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

LINEAMIENTO 2: RECEPTIVIDAD INSTITUCIONAL INTERNA

Receptividad institucional es la modalidad por la cual se recibe y gestiona quejas, reclamos, sugerencias, agradecimientos y felicitaciones, tanto por parte de los funcionarios (usuarios internos) que integran las diversas dependencias del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), como de las personas usuarias (externas) de los servicios del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS).

Receptividad Institucional Interna es la que está direccionada a los propios funcionarios de esta cartera de Estado, a fin de garantizar la canalización efectiva de las inquietudes presentadas.

ORIENTACIONES

1. El Servicio de Atención al Usuario/a (SAU) promoverá los mecanismos tendientes a que los funcionarios conozcan la Oficina de Receptividad Institucional y los medios que disponen para comunicarse con ella (formulario vía web, correo electrónico, línea telefónica, buzones, etc.).

2. El Servicio de Atención al Usuario/a (SAU) articulará acciones con las dependencias de la Dirección General de Recursos Humanos que corresponda para dar respuesta a las sugerencias, peticiones, quejas y los reclamos que reciban de sus colaboradores.

3. La información recibida será canalizada, garantizando su confidencialidad, y deberá ser utilizada para el mejoramiento institucional.

4. Se impulsará la generación de reportes consolidados de las informaciones recibidas, las resoluciones alcanzadas, los logros, desafíos y las propuestas.

LINEAMIENTO 3: RECEPTIVIDAD INSTITUCIONAL EXTERNA

Receptividad Institucional Externa es la que está direccionada hacia la ciudadanía, a fin de garantizar la canalización efectiva de las inquietudes presentadas.

ORIENTACIONES

1. La Dirección General de Comunicación en Salud realizará campañas a través de los medios disponibles (página Web, gacetillas de prensa, redes sociales, entre otros), para que los ciudadanos conozcan la Modalidad de Receptividad Institucional Externa y los mecanismos de que disponen para comunicarse con la institución.

2. Para la ejecución de Receptividad Institucional Externa, se promoverá y/o fortalecerá la instalación de: buzones en las dependencias administrativas del Ministerio Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) y en las Regiones Sanitarias y Hospitales, así como referentes institucionales del Servicio de Atención al Usuario/a (SAU) en servicios de salud y oficinas administrativas del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS); además, una línea telefónica, acceso directo al formulario en línea a través de la WEB oficial del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) y una dirección de correo electrónico, para recibir sugerencias, quejas, reclamos, agradecimientos y/o felicitaciones de la ciudadanía.

3. La información recibida y canalizada, garantizando su confidencialidad, deberá ser utilizada para el mejoramiento institucional.

4. Se impulsará la generación de reportes consolidados de las informaciones recibidas, las resoluciones alcanzadas, los logros, desafíos y propuestas.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

LINEAMIENTO 4: TRANSPARENCIA ADMINISTRATIVA

En noviembre del 2012, se promulgó el Decreto N° 10.144, "Por el cual se crea la Secretaría Nacional Anticorrupción (SENAC), dependiente de la Presidencia de la República", el cual dispone en su art. 4, inc. a. entre las funciones y atribuciones de la mencionada Secretaría, coordinar y monitorear la aplicación de la política gubernamental de transparencia y anticorrupción; y el art. 5, que establece la creación de unidades anticorrupción en cada Ministerio del Poder Ejecutivo Nacional.

A través de la Resolución S.G. N° 39, "Por la cual se aprueba el organigrama de la Dirección General de Gabinete, con su manual de funciones; y se crea la Dirección General de Anticorrupción y Transparencia del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social", se elevan al rango de Dirección las Unidades de Acceso a la Información y Anticorrupción, dependientes de la Dirección General de Anticorrupción y Transparencia Administrativa, la cual depende directamente de la Máxima Autoridad Institucional.

ORIENTACIONES

La Dirección General de Anticorrupción y Transparencia del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) es la dependencia responsable de recibir y procesar las denuncias de hechos de corrupción, como también tramitar y diligenciar las solicitudes de información pública recibidas, en el marco de las disposiciones legales vigentes.

Para el efecto, cuenta con dos direcciones de área denominadas Dirección de Acceso a la Información y Transparencia Administrativa, y Dirección Anticorrupción.

La Dirección de Acceso a la Información y Transparencia Administrativa, en cumplimiento de su cometido, sirve de nexo entre el ciudadano y las dependencias internas de la institución.

En su rol, es responsable de gestionar lo correspondiente a transparencia activa, actualizando la información mínima requerida por el artículo 8 de la Ley N° 5.282/14, "De Libre Acceso Ciudadano a la Información Pública y Transparencia Gubernamental", como también las exigencias derivadas de la Ley N° 5.189/14, "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", proporcionadas por las fuentes públicas internas del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), puestas a disposición de la ciudadanía en la página web institucional y en el Portal Unificado de Acceso a la Información Pública.

En lo concerniente a la transparencia pasiva, dicha Dirección es responsable de diligenciar las solicitudes de acceso a la información pública requerida, realizadas personalmente, por correo electrónico, en forma escrita o verbal, o a través del portal web "www.informacionpublica.gov.py".

A partir de la presentación, la oficina de Acceso a la Información traslada el requerimiento a las dependencias técnicas para su procesamiento, otorgando un plazo razonable para su contestación.

El plazo legal establecido para dar respuesta al solicitante es de 15 (quince) días hábiles.

En caso de denegatoria, se impulsa sea emitida la resolución correspondiente, en la cual se expone los fundamentos de hecho y de derecho que sustenta la decisión adoptada por la máxima autoridad de la institución.

En lo que respecta a la Dirección Anticorrupción, atento a la Resolución S.G. N° 065/17, "Por la cual se aprueba el protocolo de recepción e investigación de denuncias y de protección al denunciante de la Unidad de Anticorrupción del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social", es la dependencia competente para recibir, evaluar e investigar las denuncias presentadas relativas a supuestos hechos de corrupción producidos en el ámbito de las dependencias del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS).

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

La denuncia puede ser presentada por cualquier ciudadano, servidor público, organización o institución, a través de cualquiera de las siguientes vías:

-Portal web de denuncias de la Secretaría Nacional Anticorrupción ***www.denuncias.gov.py.***
-Portal web del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS).
-Línea telefónica directa de la Dirección General de Anticorrupción y Transparencia del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS).
-Correo electrónico de la Dirección General de Anticorrupción y Transparencia Administrativa del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS).
-Presentación personal, de manera verbal o escrita, en la oficina de la Dirección General de Anticorrupción y Transparencia del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS).
-Cualquier otra vía que, en un futuro, sea debidamente aprobada para tales fines.

El denunciante puede optar por realizar la denuncia identificándose, hacerlo mediante el sistema de protección de datos de identidad o bajo el anonimato.

En tal sentido, la Resolución S.G. N° 065/2017, "Por la cual se aprueba el protocolo de recepción e investigación de denuncias y de protección al denunciante de la Unidad Anticorrupción del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social", prevé un conjunto de medidas de protección y beneficios al denunciante y testigo.

La Dirección Anticorrupción realiza la investigación correspondiente de acuerdo a las exigencias de cada caso particular, dentro de sus prerrogativas requiere informes, recaba documentos, lleva adelante entrevistas, se constituye a las reparticiones pertinentes y demás diligencias, a fin de contar con elementos de convicción suficientes. Finalmente, pone a consideración de la máxima autoridad de la institución su recomendación, a través de un informe final, el cual puede derivar en el archivo de las actuaciones, el inicio de los procedimientos disciplinarios pertinentes, la derivación de los antecedentes al Ministerio Público, si lo amerita, y/o en medidas de mejoramiento para la prevención de actos de corrupción.

La Dirección General de Comunicación en Salud realizará difusión, mediante todos los medios institucionales disponibles, relacionada a incitativas, programas, presentaciones y eventos organizados o con participación de la Dirección General de Anticorrupción y Transparencia Administrativa, en el marco del cumplimiento de los compromisos asumidos por el Paraguay y por el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), en materia de lucha contra la corrupción y de transparencia, acceso a la información pública, rendición de cuentas y participación ciudadana.

LINEAMIENTO 5: SOCIALIZACIÓN DE RESULTADOS DE CONTROL INTERNO

La Dirección General de Auditoría Interna socializará con los responsables de las áreas los resultados de la verificación del control interno institucional, a fin de informar sobre las debilidades y fortalezas institucionales detectadas e intercambiar sugerencias tendientes al logro de la calidad en los servicios.

ORIENTACIONES

1. La Dirección General de Auditoría Interna convocará anualmente a los Directores Generales y Jefes de Departamento de Nivel Central, Directores de Hospitales, Regiones Sanitarias, Institutos, Centros Médicos y Programas.

2. La Dirección General de Auditoría Interna informará los resultados de la verificación del control interno institucional del año, a fin de socializar con ellos las debilidades y fortalezas de la Institución, y proponer soluciones conjuntas.

3. La Dirección General de Auditoría Interna consolidará las conclusiones de la reunión en un documento que remitirá al Comité de Calidad, que servirá como insumo para la elaboración de planes de mejora.

4. La Dirección General de Comunicación en Salud apoyará en la difusión interna.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

LINEAMIENTO 6: CANALIZACIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN E INTERCAMBIO DE INFORMACIÓN

Todas las dependencias del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) garantizarán la correcta canalización de la documentación y promoverán y mejorarán el trabajo en equipo, a través de espacios formales y permanentes de trabajo y diálogo, a fin de dar a conocer de manera oportuna, veraz y transparente la información relacionada a la gestión de la institución.

ORIENTACIONES

1. Estarán disponibles en la página Web del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) y en la Intranet, a fin de garantizar que estén al alcance de los funcionarios de la institución.

2. Las dependencias recibirán de la Secretaria General las Leyes, los Decretos, las Resoluciones y otras normativas relacionadas a la salud. Estarán disponibles en la Página Web del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) y en la Intranet, a fin de garantizar el acceso a los funcionarios de la institución.

3. La Dirección General de Información Estratégica en Salud se encargará de incluir estos documentos en la página web, una vez recibidos por parte de Secretaría General, dependiente de la Dirección General de Gabinete.

4. Los funcionarios se reunirán periódicamente 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.

sus funcionarios las inquietudes y propuestas de mejoras, y para que éstos, a su vez, reciban de sus superiores las expectativas con respecto a su desempeño.

6. Los jefes y subalternos analizarán en forma conjunta las inquietudes y propuestas para elaborar planes de mejora, determinando prioridades para la solución de los problemas.

3. POLÍTICA DE PROMOCIÓN DEL BUEN SERVICIO E IMAGEN INSTITUCIONAL

En el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), las políticas, los reglamentos internos, acuerdos éticos, procedimientos y elementos corporativos, estarán orientados a fomentar en los funcionarios actitud de servicio y proyección de imagen, que contribuya a una atención de calidad centrada en las personas y sus necesidades. Para ello, se promoverán, a través de la Dirección de Calidad y su Departamento de Servicio de Atención al Usuario (SAU), de la Dirección General de Recursos Humanos y la Dirección General de Comunicación, capacitaciones para el buen servicio, de promoción, conversatorios, reconocimiento al desempeño de los funcionarios y proyección de la imagen institucional.

LINEAMIENTO 1: CAPACITACIÓN PARA EL BUEN SERVICIO Y PROYECCIÓN DE IMAGEN DE SERVICIO

La Dirección General de Recursos Humanos, en colaboración con el Departamento de Servicio de Atención al Usuario (SAU), promoverá la capacitación y el entrenamiento de los funcionarios, para que brinden atención con calidad centrada en las personas y sus necesidades, contribuyendo al cumplimiento de la misión institucional y proyectando imagen basada en los principios de la calidad: Oportunidad, Pertinencia, Continuidad, Eficacia y Seguridad.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

ORIENTACIONES

1. La Dirección General de Recursos Humanos, a través de la Dirección de Desarrollo de las Personas, con el apoyo del Departamento de Servicio de Atención al Usuario (SAU), en lo referente a promover el buen trato a los usuarios vinculados con el respeto, amabilidad, atención personalizada, privacidad, confidencialidad e información continua y oportuna que el personal de salud debe ofrecer (Política Nacional de Calidad en Salud 2017-2030, Eje Estratégico 5), elaborarán un plan anual de capacitación para el buen servicio de los funcionarios, conforme a las solicitudes presentadas por los directores de dependencias o necesidades identificadas a través de mediciones externas realizadas. Dicho Plan se realizará en el mes de mayo de cada año, y deberá estar aprobado por Resolución de la máxima autoridad (ministro/a).

2. El plan anual de capacitación para el buen servicio incluirá programas y proyectos que busquen potenciar actitudes y conductas, para brindar un buen servicio, acorde con la política de la institución.

3. La Dirección General de Comunicación en Salud promocionará, a través de la web institucional y las estrategias de comunicación interna, el programa de capacitación elaborado por la Dirección General de Recursos Humanos, y aprobado por Resolución de la Máxima Autoridad (Ministro/a).

LINEAMIENTO 2: CONVERSATORIO INSTITUCIONAL

Se facilitará la realización de encuentros de diálogo, deliberación, comunicación e información para promover el relacionamiento, la participación y el involucramiento de los funcionarios para la construcción de visión compartida con los objetivos de la institución.

ORIENTACIONES

1. La Dirección General de Recursos Humanos y las áreas de Recursos Humanos de las Regiones Sanitarias, los Hospitales, Institutos y Programas dependientes del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) serán los responsables de determinar el cronograma para la realización de capacitaciones, talleres, seminarios y otros eventos de interés, para los funcionarios de sus áreas respectivas.

2. Los responsables de las áreas de Recursos Humanos de las dependencias organizadoras seleccionarán el escenario más adecuado para la realización de la actividad, buscando promover la participación y el diálogo con los funcionarios.

3. Los conversatorios serán dirigidos por los responsables de la realización de la actividad y se buscará que los grupos primarios aborden temáticas de interés estratégico, y produzcan conclusiones y sugerencias.

4. La Dirección General de Recursos Humanos, a través de la Dirección de Desarrollo de las Personas, utilizará estos resultados como insumo para la toma de decisiones y la implementación de mejoras.

5. La Dirección General de Comunicación en Salud apoyará en la difusión interna de estas actividades.

LINEAMIENTO 3: RECONOCIMIENTO A LA LABOR Y AL DESEMPEÑO DE LOS FUNCIONARIOS

Se reconocerá la labor y el desempeño de los funcionarios que, con su esfuerzo, demuestren, a través de su gestión profesional y laboral, que están comprometidos con los ideales institucionales y la entrega de los mejores servicios a los usuarios.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

ORIENTACIONES

1. La Dirección General de Recursos Humanos, a través de la Dirección de Desarrollo de las Personas, remitirá cada año a todas las Direcciones Generales, la matriz de evaluación y los criterios de aplicación.

2. Los responsables de cada área completarán la matriz, seleccionarán entre sus colaboradores al mejor funcionario y la remitirán a la Jefatura de Recursos Humanos de la dependencia.

3. Los responsables de las áreas de Recursos Humanos verificarán las informaciones, elaborarán nota, señalando al funcionario con los mejores indicadores, y solicitarán la aprobación de la Dirección General de la dependencia que, con su firma en la nota, mostrará su acuerdo.

4. Una copia de la nota firmada será archivada en el legajo del funcionario destacado, otra se entregará al funcionario y la tercera se remitirá a la Dirección General de Recursos Humanos, con todos los antecedentes de la selección.

5. La Dirección General de Recursos Humanos distinguirá al funcionario destacado, con certificado de reconocimiento, y remitirá la nómina de mejores funcionarios del año a la Dirección General de Comunicación en Salud.

6. Dirección General de Comunicación en Salud difundirá a nivel interno la nómina de los funcionarios destacados del año.

LINEAMIENTO 4: PROYECCIÓN DE IMAGEN INSTITUCIONAL

Se mantendrá uniformidad de la imagen institucional del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) en todas las áreas y dependencias, a través del Manual de Marca del Gobierno.

ORIENTACIONES

1. La institución se ceñirá a los lineamientos vigentes del Manual de Marca del Gobierno.

2. La Dirección General de Comunicación en Salud será responsable de validar el uso correcto del logo símbolo y el eslogan en todas las publicaciones, campañas y actividades que realice el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), como también en todos los servicios dependientes de esta cartera de Estado.

3. Las insignias y los objetos promocionales que se distribuyan en las campañas del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) llevarán el logo símbolo y el eslogan, vigentes, de esta cartera de Estado.

4. Tanto el logo símbolo como el eslogan del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) primarán sobre toda identificación particular de dependencias, programas, proyectos, campañas y de otras instituciones, etc. El uso del mismo será de acuerdo con el documento vigente del Manual de Marca del Gobierno.

5. Los directores generales y directores de las dependencias serán responsables de la correcta utilización del logo institucional y marca gobierno vigente.

6. 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, ajustada al manual de señalética.

7. Los directores de Regiones Sanitarias y Hospitales serán responsables de que en todos los servicios de las dependencias a su cargo se coloquen carteles con la nómina de profesionales, especialidades, días y hora de atención.

8. El Servicio de Atención al Usuario (SAU) o el área de recepción y admisión, con el apoyo de las áreas de Comunicación de los Servicios, serán responsables de la difusión de mensajes y materiales informativos o de sensibilización de la institución en la sala de espera de los mismos.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

4. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA

La Comunicación Pública buscará asegurar que la interacción comunicativa en la entidad garantice la divulgación y difusión amplia de la información, para lo cual se integrarán los sistemas de información de Datos Abiertos, se establecerán criterios de manejo de la información, y se definirán parámetros de relacionamiento con los medios masivos de comunicación. Será un gobierno abierto, sustentándose en tres pilares: la transparencia, la colaboración y la participación, utilizando como herramienta la tecnología que ofrece la Social Media.

4.1. POLÍTICA DE RELACIONAMIENTO CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Para que la sociedad se mantenga informada, de manera oportuna, suficiente y veraz, de las actuaciones del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) y de los temas de la salud pública nacional, la Dirección General de Comunicación en Salud, siguiendo las orientaciones de la Dirección General de Gabinete, recurriendo a los indicadores de resultados de la gestión y la información proveída por las áreas, e interpretando los requerimientos de la sociedad y de los medios, deberá definir, clasificar y mantener actualizada la información que será divulgada, canalizarla hacia los medios, monitorear las noticias que éstos producen y consolidar el relacionamiento institucional con los mismos.

LINEAMIENTO 1: DEFINICIÓN ESTRATÉGICA Y CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La información consolidada y sistematizada será definida de acuerdo con las estrategias de proyección de la imagen institucional, y de difusión de las gestiones de la institución y de sus resultados.

ORIENTACIONES

1. La Dirección General de Comunicación en Salud definirá las estrategias de comunicación y solicitará el nombramiento de voceros institucionales para la difusión de la información.

2. El Ministro designará al vocero oficial y alterno, por temas, que serán responsables de comunicar la información institucional de interés público.

3. Al principio de cada año, la Dirección General de Comunicación en Salud definirá acciones comunicativas, para mejor direccionamiento de la información.

4. La Dirección General de Comunicación en Salud definirá los diferentes formatos para la provisión de la información a los medios de comunicación, y las estrategias de difusión de la información.

LINEAMIENTO 2: RELACIONAMIENTO CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CANALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

La Dirección General de Comunicación en Salud actuará de enlace formal entre las autoridades ministeriales y los medios masivos de comunicación, y definirá los canales correspondientes para la entrega de la información.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

ORIENTACIONES

1. El vocero institucional designado por el Ministro recibirá y definirá diariamente la información que será remitida a los periodistas de los diferentes medios de comunicación.

2. La Dirección General de Comunicación en Salud enviará materiales informativos para ser difundidos a través de diferentes canales, sobre las actividades de la institución.

3. La Dirección General de Comunicación en Salud organizará y coordinará conferencias y reuniones de prensa que sean necesarias para difundir o para entregar informaciones acerca de las actividades del de Salud Pública y Bienestar Social.

4. La Dirección General de Comunicación en Salud organizará reuniones de trabajo con periodistas y empresarios de los medios, para socializar temas de interés institucional.

LINEAMIENTO 3: ELABORACIÓN Y DIFUSION DE MATERIALES INFORMATIVOS

La Dirección General de Comunicación en Salud se encargará de la elaboración y difusión de materiales informativos y educativos, para ser proveídos a la ciudadanía y a los diferentes grupos de interés. Es compromiso de cada área estratégica proveer a esta Dirección General los insumos informativos necesarios para la producción y difusión de estos materiales.

ORIENTACIONES

1. La Dirección General de Comunicación en Salud recibirá los documentos que servirán de base para la elaboración de los materiales informativos para su difusión y proveerá, diariamente, la información a la ciudadanía en general, a través de la página web.

2. El material de información será elaborado y difundido por la Dirección General de Comunicación en Salud.

3. Los profesionales y técnicos de la Dirección General de Comunicación en Salud harán validar, por las diferentes jefaturas, el diseño y el contenido de los materiales informativos de prensa (comunicados de prensa, gacetillas).

4. La Dirección General de Comunicación en Salud actualizará diariamente las noticias en la página Web del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), a fin de que la información se encuentre disponible para los diferentes grupos de interés y público en general.

5. La Dirección General de Comunicación en Salud colaborará en la gestión comunicacional interna, a través de envíos de las gacetillas por e-mail, página Web e Intranet a todos los Directores Generales del Nivel Central, Regiones Sanitarias, Hospitales, Institutos y Programas.

6. La Dirección General de Comunicación en Salud remitirá al Ministro de Salud Pública y Bienestar Social un informe consolidado de la información publicada en los medios masivos y digitales de comunicación, en forma periódica o según requerimiento del mismo.

LINEAMIENTO 4: ELABORACIÓN DE MATERIALES EDUCATIVOS

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

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

ORIENTACIONES

1. La Dirección General de Promoción de la Salud será responsable de validar técnicamente mensajes y materiales educativos provenientes de las diferentes dependencias del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social y, luego, remitir a su origen para la validación con el público meta, antes de su producción final.

2. Una vez impreso o editado el material educativo, deberá ser entregado a la Dirección General de Promoción de la Salud un ejemplar en forma impresa y en formato digital.

3. Todos los materiales publicados por el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) -manuales, folletos, dípticos, trípticos, afiches, materiales audiovisuales, informes de rendición de cuentas, etc.- deben estar registrados según la Resolución Nº 357/2012, "Por la cual se autoriza a la Dirección General de Información Estratégica en Salud a iniciar los trámites para la inscripción del nombre editorial y la obtención del ISBN-MSPBS, y se le designa como responsable de la administración de las inscripciones de todas las obras producidas por el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social", y deberán quedar disponibles en el Centro de Documentación del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS).

4. La Dirección de Documentación, dependiente de la Dirección General de Planificación y Evaluación, será la encargada del resguardo de un ejemplar de todos los materiales de educación e información, impresos y audiovisuales publicados por las diferentes dependencias del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), mantendrá disponibles y los entregarán cuando lo requieran los voceros institucionales.

5. La Dirección General de Comunicación en Salud es responsable de la revisión del formato de los materiales educativos (utilización correcta de logos, según Manual de Marca vigente del Gobierno Nacional), revisados técnicamente por la Dirección General de Promoción de la Salud, y de la difusión de los materiales educativos generados.

LINEAMIENTO 5: PRODUCCIÓN Y REVISIÓN DE MATERIALES AUDIOVISUALES

Elaborar materiales, tales como guiones, discursos o parlamentos, audios y videos con fines institucionales.

ORIENTACIONES

1. Los materiales audiovisuales que se proyecten generar como un producto institucional deben ser elaborados en coordinación con la Dirección General de Comunicación en Salud.

2. La Dirección General de Comunicación en Salud es la instancia oficial de validación de los materiales audiovisuales que se generen y se proyecten difundir a través de canales internos de la institución, así como externos, con la aprobación previa del contenido técnico por parte de la dependencia ministerial correspondiente al tema que aborda el material audiovisual.

3. El guion (esquema escrito) de los materiales audiovisuales debe ser redactado de tal modo que detalle lo que se precisa, como qué tipo de tomas hacer, en el caso de una filmación, o qué preguntas hacer, en el caso de una entrevista, los tiempos y temas a tratar en el caso de un programa de radio.

4. Se elaborará un guion para contar la historia y potenciar la idea, mediante el tono, los diálogos y las indicaciones necesarias. El guion puede ser literario y/o técnico.

5. Discurso o parlamento: debe tener coherencia para transmitir el mensaje, es la base del off que se agregará y dará vida a las imágenes del video.

6. Edición del video: al finalizar la grabación del video, habrá que editarlo, agregando algunos textos, transiciones o imágenes que refuercen visualmente el contenido.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

7. Deberá contar con dos versiones de un mismo material, uno en español y el otro en guaraní.

8. Publicación del video: se deberán realizar textos o guiones que sirvan de base para los materiales de audio y video.

9. Los materiales audiovisuales producidos deberán ser entregados en una copia original (en alta) a la Dirección General de Comunicación en Salud, que difundirá a través de las diversas plataformas de las que el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) hace uso, según el público objetivo.

4.2. POLÍTICA DE MANEJO DE LA INFORMACIÓN EN TIEMPOS DE CRISIS

Ante una eventual crisis, se contará con una respuesta rápida, conforme a un Plan de Comunicación en Situación de Riesgo ya establecido, para facilitar la labor informativa y evitar rumores que puedan ocasionar reacciones adversas en la población, definiendo claramente el diagnóstico situacional, la utilización adecuada de recursos y la claridad en la información.

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

Al detectar una situación de crisis para la salud pública, se activará el Comité de Comunicación de Riesgos, creado para tal circunstancia.

ORIENTACIONES

1. Ante una situación de crisis para la salud pública, el Ministro convocará en forma inmediata al Comité de Comunicación de Crisis, que se reunirá permanentemente durante toda la situación de contingencia.

2. El Comité de Comunicación de Crisis recibirá las informaciones técnicas de la Sala de Situación, así como el resultado del monitoreo de los medios de comunicación.

3. El Comité de Comunicación de Crisis analizará y evaluará rápidamente la situación e implementará el Plan de Comunicación en Situación de Crisis.

4. El Comité de Comunicación de Crisis monitoreará el desarrollo del Plan de Comunicación y propondrá acciones correctivas y/o de mejora de la comunicación si fueren necesarios.

LINEAMIENTO 2: ADMINISTRACIÓN OPORTUNA DE LA INFORMACIÓN EN TIEMPO DE CRISIS

El manejo oportuno de la información en tiempos de crisis es fundamental para fortalecer la credibilidad y evitar confusiones y desestabilización en la población.

ORIENTACIONES

El vocero oficial recibirá la información del Comité de Comunicación de Crisis.

Para proveer la información, el Comité de Comunicación de Crisis organizará conferencias de prensa en tiempos adecuados, según las circunstancias y el plan de comunicación de crisis.
En las conferencias de prensa, los voceros designados repetirán la información en múltiples formatos, comunicarán mensajes, y tenderán siempre hacia la población e interacción con medios de comunicación, referentes, instituciones públicas, ONG, etc.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

LINEAMIENTO 3: 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 la Institución.

ORIENTACIONES

La Dirección General de Comunicación en Salud será la responsable de:

1. Monitorear los medios de comunicación radial, escrito y televisivo, sobre los temas que atañen a la institución.

2. Recopilar las publicaciones de los medios escritos, teniendo en cuenta las notas, entrevistas y los comentarios sobre la institución.

3. Establecer un sistema de monitoreo de las emisiones radiales y televisivas diariamente, en forma permanente.

4. Compilar diariamente las informaciones referentes a la institución.

5. Remitir diariamente las informaciones referentes a la institución compiladas, al Ministro, Viceministros, asesores y directores generales.

6. Archivar cronológicamente las publicaciones de prensa escrita, radial y televisiva.

4.3. POLÍTICA DE PUBLICACIÓN EN REDES SOCIALES

El manejo correcto de la información en las redes sociales es fundamental para fortalecer la credibilidad, y evitar confusiones y desestabilización en la población, garantizando de esta manera la difusión de información transparente. Además, apoya las acciones comunicacionales y de promoción de la salud que buscan el cambio social y conductuales.

LINEAMIENTO 1: USO DE SOCIAL MEDIA EN LA INSTITUCIÓN

El Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) reconoce el valor de las redes sociales como una herramienta importante para la creación y difusión de noticias e información sobre la institución.

La Dirección General de Comunicación en Salud reúne lineamientos para el uso de las plataformas de redes sociales de manera efectiva. Todos los administradores de redes sociales de dependencias del Ministerio de Salud deben ceñirse a estas pautas, para un manejo adecuado de la comunicación institucional.

Las redes sociales posibilitan la proyección de impacto de mensajes y llegada de la comunicación directa a la población.

ORIENTACIONES

1. La Dirección General de Comunicación en Salud es la única instancia del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) autorizada a establecer los procedimientos de apertura y las normas gráficas que deben adoptarse en las redes sociales por parte de las distintas dependencias de esta cartera de Estado.

2. La Dirección General de Comunicación en Salud dará de baja a aquellos perfiles ya creados, anteriormente o en la actualidad, que no se adecuen o que no cumplan con los criterios de comunicación institucional.

3. La Dirección General de Comunicación en Salud es la encargada de elaborar, socializar y actualizar los lineamientos respecto al uso de redes sociales.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

4. La Dirección General de Comunicación en Salud es la encargada de difundir en las redes sociales oficiales del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) la información veraz, basada en datos verificados previamente.

5. Cada entidad gubernamental tendrá su agenda de actividades y acciones de comunicación. Estará en manos del equipo de Comunicación, con sus autoridades, definir lo que es más importante para comunicar.

6. Las redes sociales del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) y de las demás dependencias deberán definir un plan de contenido y acciones semanales a comunicar. De esa forma, se estructura un esquema que impone la noticia, que establece lineamientos y que presenta resultados. Clave: rendiciones de cuenta periódicas, adelantarse a la crisis, actividades de calle, anuncios oficiales institucionalizados.

7. Sólo deben ser publicados datos oficiales y objetivos, sin reflejar el sentir particular del encargado de redes sociales sobre ningún tema.

8. Las cuentas personales de funcionarios no deben utilizar logos o eslóganes oficiales en sus perfiles y ninguna de sus publicaciones personales representan al Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), su postura oficial o su proceder.

9. Cada Dirección, Programa, Departamento u otra dependencia del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) que proyecte crear una cuenta institucional en una Red Social deberá solicitar oficialmente la autorización a la Dirección General de Comunicación en Salud (por nota o por e-mail). En caso de que la solicitud se encuentre incompleta, la Dirección General de Comunicación en Salud enviará las observaciones para las modificaciones pertinentes.

10. La Dirección General de Comunicación en Salud analiza y evalúa la solicitud y procede a dar de alta, siempre y cuando la nueva cuenta cubra las necesidades de comunicación pública del departamento y si se ajusta a la estrategia de comunicación de la institución.

LINEAMIENTOS 2: USO DE IMÁGENES EN REDES SOCIALES Y COMUNICACIÓN

Todos estos lineamientos permiten unificar criterios sobre publicaciones de imágenes con otras dependencias del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) que también manejen redes sociales.

ORIENTACIONES

1. Imagen institucional: cada Gobierno en curso establece su Manual de Marca (estandariza el uso de logos, tipografía, paleta de colores y sus diferentes aplicaciones en web, materiales gráficos, digitales e impresos), al cual la institución debe adaptarse.

- El uso correcto de los logos estará estandarizado y aprobado por la máxima autoridad.
- El logo institucional de las distintas dependencias podrá ser utilizado solamente para campañas y documentos a ser difundidos por canales internos.
- Los materiales gráficos y digitales que contenga una campaña, a ser difundidos por canales externos, tendrán únicamente el logo vigente del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), sin inclusión de logos de sus dependencias, siendo así el único logo a ser utilizado, y podrá estar acompañado de logos de instituciones cooperantes, según el Manual de Marca vigente.

2. Comunicación: las cuentas en redes sociales se utilizan para comunicar, informar y educar a la ciudadanía, por lo tanto, la relevancia y el contexto para publicar son claves. Como voz institucional de Gobierno, se debe siempre mantener un tono respetuoso, amable y cercano.

3. Fotografías: antes de publicar fotografías y/o videos, se debe solicitar permiso a la(s) persona(s) que aparece(n) en ellas. Si se utiliza una imagen que no ha sido producida por el propio equipo de Comunicación, se debe identificar y reconocer el fotógrafo o realizador en la publicación original y publicar con los créditos correspondientes.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

4. Podrán utilizar fotografías externas que pertenezcan a entes rectores de la salud, como OPS/OMS (Organización Panamericana de la Salud/Organización Mundial de la Salud), CDC (Centers for Disease Control and Prevention - Centros para el Control y Prevención de Enfermedades), citando la fuente. No se recomienda el uso de fotografías descargadas de bancos de imágenes externos, así tampoco de celebridades nacionales o internacionales.

LINEAMIENTO 3: COMUNICACIONES DE EMERGENCIA EN LAS REDES SOCIALES

Todas las comunicaciones de crisis y/o emergencia serán generadas por la Dirección General de Comunicación en Salud, en conjunto con la dependencia a la que involucre el caso de crisis o emergencia, y se establecerá cuáles son los canales oportunos para la difusión. En caso de necesidad, se deberá enlazar información adicional a la web institucional.

Los administradores de redes sociales regionales o de otras dependencias no deben especular ni publicar información de emergencia, esto puede resultar en la distribución de información incorrecta. Toda difusión en un momento de crisis o emergencia debe realizarse en coordinación con la Dirección General de Comunicación.

5. POLÍTICA DEL MANEJO DE LA INFORMACIÓN

Una vez consolidada y sistematizada la información, la Dirección General de Información Estratégica en Salud la dará a conocer, de forma ágil, transparente y oportuna, a las autoridades sanitarias, ciudadanía y grupos de interés.

5.1. POLÍTICA DE INTEGRACIÓN DE LA INFORMACIÓN

La integración de la información en el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) se realiza dentro del contexto de un Sistema de Información en Salud.

La integración de la información será responsabilidad de la Dirección General de Información Estratégica en Salud, dependencia que emitirá directivas claras para la recolección, el registro, la clasificación, consolidación y sistematización de la información proveniente de las diferentes áreas del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS).

LINEAMIENTO 1: RECOLECCIÓN Y REGISTRO DE LA INFORMACIÓN

La recolección, verificación, el análisis, la integración y difusión de la información generada de los subsistemas de información del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) se encuentran a cargo de la Dirección General de Información Estratégica en Salud; con vista a garantizar datos de calidad y la promoción de su uso dentro del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) y en los demás organismos competentes del Sistema Nacional de Salud (SNS).

ORIENTACIONES

1. El Director General de la Dirección General de Información Estratégica en Salud coordinará y dirigirá la ejecución de las actividades de la Dirección General de Información Estratégica en Salud, según el Manual de Organización y Funciones.

2. Los Directores Generales y directores designarán un funcionario responsable de la integración de la información generada en la dependencia a su cargo.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

3. El funcionario designado en la Región Sanitaria será responsable de solicitar, recibir, registrar y enviar la información de los establecimientos de Salud, por distintos canales, Regionales, Distritales, Centros de Salud, Unidades de Salud de la Familia y Puestos de Salud de su dependencia, conforme a los lineamientos establecidos por la Dirección General de Información Estratégica en Salud.

4. Los funcionarios designados en los Hospitales Especializados, Centros Médicos, Institutos, Programas, Laboratorios, Direcciones y Servicios serán responsables de solicitar, recibir, registrar y enviar la información proveniente de estas áreas, conforme a los lineamientos establecidos por la Dirección General de Información Estratégica en Salud.

5. Los Directores de los Hospitales Regionales, Distritales, Centros de Salud y los Encargados de los Puestos de Salud y USF revisarán y aprobarán los registros de la información generada, antes de remitirla al responsable de la integración de la información de la Región Sanitaria.

6. Los Directores de los Hospitales Especializados, Centros Médicos, Institutos, Programas, Laboratorios, Direcciones y Servicios, revisarán y aprobarán los registros de la información generada, antes de remitirla al responsable de la integración de la información de la Dirección General de Información Estratégica en Salud.

7. El funcionario responsable de la integración de la información consolidará toda la información proveniente de las dependencias.

8. La información consolidada, una vez revisada y aprobada, deberá ser remitida a Dirección General de Información Estratégica en Salud, según los lineamientos establecidos.

LINEAMIENTO 2: CLASIFICACIÓN, CONSOLIDACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Toda la información producida en los establecimientos de salud será clasificada, consolidada y sistematizada en los servicios de salud, que luego será verificada y analizada por la Dirección General de Información Estratégica en Salud.

ORIENTACIONES

1. El funcionario responsable de la integración de la información designado por Dirección General de Información Estratégica en Salud debe recibir la información consolidada de los Hospitales Especializados, Centros Médicos, Institutos, Programas, Laboratorio, Direcciones y Servicios del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), conforme a los mecanismos de recolección preestablecidos por la dirección.

2. El funcionario responsable clasificará, realizará un consolidado general y hará un control de calidad de todos los datos ingresados al Sistema de Información.

3. El informe general consolidado será revisado, aprobado, difundido a las instancias correspondientes y archivadas por la Dirección General de Información Estratégica en Salud.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

6. POLÍTICA DE RENDICIÓN DE CUENTAS A LA SOCIEDAD

En el marco de la Rendición de Cuentas, como deber del Estado y derecho del ciudadano, y en cumplimiento de los principios de la función pública y la participación social, se adoptará un programa de Rendición de Cuentas que busque dar transparencia a la gestión y generar confianza y credibilidad en la ciudadanía. Para ello, se buscará la adecuación institucional para la realización de la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas y se evaluarán los resultados de la presentación.

6.1 POLÍTICA DE ADECUACIÓN INSTITUCIONAL PARA LA RENDICIÓN DE CUENTAS A LA SOCIEDAD

Se conformará un Comité Técnico de Rendición de Cuentas, con funcionarios representativos de todas las áreas, que será responsable de la elaboración del informe de Rendición de Cuentas.

LINEAMIENTO 1: CONFORMACIÓN DEL COMITÉ TÉCNICO DE RENDICIÓN DE CUENTAS

Se conformará un Comité Técnico representativo de todas las áreas, que será responsable del acopio, la estructuración, el análisis, la interpretación y el tratamiento de la información, para elaborar el informe de Rendición de Cuentas, que será presentado a la ciudadanía.

ORIENTACIONES

Anualmente, se conformará un Comité Técnico de Rendición de Cuentas, que se encargará de analizar e interpretar la información y de elaborar el informe de Rendición de Cuentas, para ser presentado en Audiencia Pública a la Sociedad.

Se incluirá en la propuesta de Resolución a un grupo representativo de todas las áreas, y la Dirección General de Anticorrupción y Transparencia Administrativa liderará la elaboración del Informe de Rendición de Cuentas.

Se incluirá en la propuesta las funciones del Comité, la fecha tope de conclusión de la elaboración del Informe de Rendición de Cuentas y el mes de realización de la Audiencia Pública para poner a conocimiento de la ciudadanía los resultados de su gestión.

El Ministro aprobará la resolución de conformación del Comité Técnico de Rendición de Cuentas.

La Secretaría General, dependiente de la Dirección General de Gabinete, será responsable del archivo del original y remitirá copia de la Resolución a los involucrados.

LINEAMIENTO 2: ELABORACIÓN DE INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS

Se elaborará el Informe de Rendición de Cuentas, dirigido a los funcionarios, a los diferentes grupos de interés y a la ciudadanía.

ORIENTACIONES

1. Una vez conformado el Comité Técnico de Rendición de Cuentas, todos los integrantes toman conocimiento de la Resolución.

2. El Ministro definirá los lineamientos de la Rendición de Cuentas y los proveerá al Comité para que considere al elaborar el Informe de Rendición de Cuentas.
3. El Comité identificará los temas a tratar, conforme a las definiciones estratégicas prioritarias de la Institución.

4. El Comité Técnico de Rendición de Cuentas deberá definir la matriz para la consolidación de los datos y las informaciones necesarias, que servirán de base para la elaboración del Informe de Rendición de Cuentas.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

5. El Comité de Rendición de Cuentas solicitará y recibirá la información a la Dirección General de Anticorrupción y Transparencia, que será utilizada para elaborar el informe de rendición de cuentas.

6. El Comité analizará, clasificará e interpretará la información, conforme a los indicadores de evaluación y a los temas prioritarios a incluir en el Informe de rendición de cuentas.

7. El Comité elaborará informes semestrales de rendición de cuentas, que serán utilizados en el procedimiento de reinducción a los funcionarios.

8. El Informe de Rendición de Cuentas será elaborado en un lenguaje accesible al ciudadano, en formatos que faciliten su comprensión y visualización (gráficos, afiches, vídeos, revistas, etc.).

9. El Comité consolidará los informes semestrales de rendición de cuentas, y tendrá un informe anual, que se presentará en las audiencias públicas de Rendición de Cuentas a la ciudadanía y a los diferentes grupos de interés.

10. Una vez elaborado el Informe de Rendición de Cuentas, y con la aprobación del Ministro, el Comité lo entregará a la Dirección General de Comunicación en Salud para que disponga los mecanismos de difusión.

11. La Dirección General de Comunicación en Salud y la Dirección de Documentación, dependiente de la Dirección General de Planificación y Evaluación, serán responsables de la guarda de las copias de las Rendiciones de Cuentas.

6.2 POLÍTICA DE AUDIENCIAS PÚBLICAS DE RENDICIÓN DE CUENTAS

Se realizarán audiencias Públicas de Rendición de Cuentas para intercambiar información, explicaciones, evaluaciones y propuestas con los diferentes grupos de interés, organizaciones de la sociedad civil y ciudadanos sobre el manejo de los recursos públicos utilizados para cumplir con la ejecución de los programas. Para ello, se diseñarán estrategias comunicacionales y se elaborará el Reglamento de la Audiencia Pública, se identificarán, capacitarán y convocarán en Audiencia Pública a la ciudadanía y a las organizaciones beneficiarias de sus servicios.

LINEAMIENTO 1: DISEÑO DE LAS ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES, CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN Y CONVOCATORIA

Se diseñarán las estrategias comunicacionales y las campañas de promoción y convocatoria necesarias para la realización de la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas a la Sociedad.

ORIENTACIONES

1. La Dirección General de Comunicación en Salud diseñará el dispositivo comunicativo, en formatos de fácil asimilación por el ciudadano.

2. La Dirección General de Comunicación en Salud diseñará la campaña de difusión y convocatoria a la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas.

3. La Dirección General de Comunicación en Salud, una vez que haya diseñado los dispositivos comunicativos y la campaña de difusión de la Audiencia Pública, presentará al Ministro para su aprobación.

4. La Dirección General de Comunicación en Salud será responsable de desarrollar la campaña de difusión y convocatoria, por lo menos con 30 (treinta) días de anticipación a la realización de la Audiencia Pública.

5. La convocatoria a la ciudadanía en general se realizará a través de los medios masivos de comunicación y redes sociales, disponiendo la información de la institución en la página web, para las consultas que se requieran.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

LINEAMIENTO 2: DISEÑO Y ELABORACIÓN DEL REGLAMENTO DE LA AUDIENCIA PÚBLICA DE RENDICIÓN DE CUENTAS

Se diseñará y elaborará el Reglamento de la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas, que normará las acciones en la Audiencia Pública y se convertirá en herramienta fundamental para el adecuado desarrollo de la misma.

ORIENTACIONES

1. El Comité Técnico de Rendición de Cuentas diseñará y elaborará el Reglamento de la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas.

2. Se considerarán en el Reglamento las normativas y reglas básicas para el desarrollo de la sesión y convocatoria.

3. El Comité Técnico de Rendición de Cuentas remitirá el Reglamento al Ministro para su aprobación.

4. El líder del proceso de Rendición de Cuentas solicitará la impresión y designará un responsable para la recepción y guarda del reglamento impreso, hasta que corresponda la entrega en Audiencia Pública.

LINEAMIENTO 3: IDENTIFICACIÓN DE INTERLOCUTORES DE LA AUDIENCIA PÚBLICA DE RENDICIÓN DE CUENTAS

Se conformará una base de datos con las organizaciones de la sociedad civil más relevantes, beneficiarias y afines a la Salud Pública, para invitarlas a la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas.

ORIENTACIONES

1. El Comité Técnico de Rendición de Cuentas definirá el perfil de las entidades, asociaciones y los gremios, afines a la Salud Pública, que serán los principales interlocutores en la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas.

2. En el mes de enero de cada año, los Directores Generales del Nivel Central, Directores de Hospitales, Regiones Sanitarias, Institutos y Programas serán responsables de elaborar y remitir al Comité Técnico de Rendición de Cuentas la lista de las organizaciones de la sociedad civil (Asociaciones o Comités de Usuarios, Consejos Regionales, Asociaciones de Profesionales, etc.). La lista de Organizaciones deberá incluir la ubicación, la naturaleza y campo de influencia.

3. La Dirección General de Administración y Finanzas, con el apoyo de la Dirección General de Información Estratégica en Salud, diseñará y elaborará la base de datos de las organizaciones representativas de los intereses generales ciudadanos. La base de datos será de múltiples entradas, pantalla de acceso automatizada, sistema de ventanas con niveles de acceso según usuarios, de libre consulta.

4. La Dirección General de Información Estratégica en Salud alimentará y mantendrá actualizada la base de datos con los nombres de las organizaciones de la sociedad civil, usuarias de los servicios que ofrece el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), y afines a la Salud.

5. La Dirección General de Información Estratégica en Salud proveerá la base de datos de las organizaciones de la sociedad civil, cuando el Comité Técnico de Rendición de Cuentas lo requiera, para organizar la capacitación de interlocutores.

6. La Dirección General de Información Estratégica en Salud establecerá los lineamientos para diseño y desarrollo de las bases de datos estadísticos.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

LINEAMIENTO 4: CAPACITACIÓN DE LOS INTERLOCUTORES DE LA AUDIENCIA PÚBLICA DE RENDICIÓN DE CUENTAS

Se lanzarán campañas de capacitación a los funcionarios y a la ciudadanía para prepararlos sobre los alcances de la Rendición de Cuentas.

ORIENTACIONES

1. El Comité Técnico de Rendición de Cuentas realizará el diseño pedagógico del Módulo de Capacitación, que contemplará: la filosofía de enfoque de Rendición de Cuentas, la metodología de Rendición de Cuentas y el Reglamento de las Audiencias Públicas.

2. El Comité Técnico de Rendición de Cuentas se encargará de capacitar sobre los alcances de la Rendición de Cuentas, a los Directivos, funcionarios y a los actores sociales que participarán de la Audiencia Pública.

3. El Comité Técnico de Rendición de Cuentas y el Área de Comunicación podrán acudir a espacios radiales y televisivos con objetivo social, para promocionar el evento.

LINEAMIENTO 5: ORGANIZACIÓN LOGÍSTICA DE LA AUDIENCIA PÚBLICA DE RENDICIÓN DE CUENTAS

Se realizará la organización logística de la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas, que será responsabilidad del Comité Técnico de Rendición de Cuentas.

ORIENTACIONES

1. El Comité Técnico de Rendición de Cuentas será responsable de la organización logística de la Audiencia Pública: determinará el lugar donde se realizarán las Audiencias Públicas de Rendición de Cuentas, establecerán la fecha y el tiempo de duración.

2. El Comité Técnico de Rendición de Cuentas deberá prever el número de personas que asistirá a la Audiencia Pública.

3. El Comité Técnico de Rendición de cuentas deberá establecer las necesidades de suministros (refrigerio, teléfono, computador, pantalla, video, grabadora, papelería, etc.), para el adecuado desarrollo de la Audiencia.

LINEAMIENTO 6: INVITACIÓN A ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL

Se invitará a Audiencia Pública de Rendición de Cuentas a las organizaciones de la Sociedad Civil.

ORIENTACIONES

1. Secretaria General, dependiente de la Dirección General de Gabinete, invitará a una cantidad representativa de organizaciones de la sociedad civil, registradas en la base de datos.

2. Secretaría General redactará y remitirá una nota e invitación y acompañará una copia impresa o en medio magnética el formato para la inscripción de propuestas.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

LINEAMIENTO 7: REALIZACIÓN DE LA AUDIENCIA PÚBLICA DE RENDICIÓN DE CUENTAS

Se realizará la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas, en lugar y hora señalados, y según lo establece el Reglamento de Audiencias Públicas de Rendición de Cuentas.

ORIENTACIONES

1. Un funcionario designado por la Dirección General de Comunicación en Salud distribuirá a los participantes de la Audiencia Pública copias del Informe de Rendición de Cuentas de publicación anual, Reglamento de Audiencia Pública, juntamente con un formato para sistematizar su participación, agrupar las intervenciones y dar un orden a las explicaciones.

2. El Comité Técnico de Rendición de Cuentas designará un moderador, para administrar los tiempos y coordinar las intervenciones.

3. El Ministro de Salud Pública y Bienestar Social realizará la apertura de la Audiencia Pública y presentará el Informe de Rendición de Cuentas.

4. Los ciudadanos participantes de la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas podrán presentar sugerencias, observaciones u objeciones a la información incluida en el Informe de Rendición de Cuentas, en el mismo acto, por correo electrónico o por medio del buzón de quejas y sugerencias habilitado en la sede del evento para ese fin.

5. Un funcionario designado por el Comité Técnico recogerá, durante la realización de la audiencia, los formatos de participación completados con las propuestas y los entregará al Comité Técnico de Rendición de Cuentas, para que se organice según temas y pueda la institución dar un orden a las explicaciones.

6. El Ministro de Salud Pública y Bienestar Social responderá en el mismo acto y/o por la página web a las inquietudes ciudadanas que le fueron planteadas.

7. El Comité Técnico de Rendición de Cuentas presentará las conclusiones de la Audiencia Pública y dará por terminado el acto.

6.3 POLÍTICA DE MEJORAMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS

Todas las propuestas de mejoras, quejas, sugerencias y observaciones presentadas por las organizaciones de la sociedad civil, ciudadanos, grupos de interés y funcionarios asistentes a la audiencia pública serán evaluadas y consideradas para formular planes de mejoramiento y de ajustes a futuras rendiciones de cuentas.

LINEAMIENTO 1: EVALUACIÓN DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS

Se evaluarán las propuestas surgidas en Audiencia Pública de Rendición de Cuentas.

ORIENTACIONES

1. Una vez culminada la audiencia, un funcionario designado distribuirá un Formato de Evaluación de la Audiencia de Rendición de Cuentas a la Ciudadanía, con el fin de recoger las propuestas de mejoras de los asistentes al acto.

2. El funcionario designado recogerá las evaluaciones de la Audiencia Pública y las entregará al Comité Técnico, para analizar las propuestas que sirvan para mejorar los procesos futuros.

3. Las sugerencias y recomendaciones u objeciones de los ciudadanos y grupos de interés, que surgieren a partir de las Audiencias Públicas de Rendición de Cuentas, serán remitidos al Comité Técnico de Rendición de Cuentas.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

4. El Comité Técnico de Rendición de Cuentas analizará y evaluará objetivamente todas las propuestas de los grupos de interés y de la ciudadanía, y elaborará un informe con las propuestas útiles a ser consideradas en la elaboración de planes de mejoramiento.

LINEAMIENTO 2: PLANES DE MEJORAMIENTO DE LAS AUDIENCIAS PÚBLICAS

A partir de la evaluación de las Audiencias Públicas de Rendición de Cuentas, se formularán planes para mejorar los procesos futuros.

ORIENTACIONES

1. El Comité Técnico de Rendición de Cuentas considerará el Informe de Propuestas y Sugerencias para formular planes de mejoramiento de la Rendición de Cuentas.

2. El Comité Técnico de Rendición de Cuentas elaborará la Memoria de la Audiencia Pública, en la que se incluirá un resumen del desarrollo de la Audiencia, las respuestas del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) a la totalidad de las propuestas y /o preguntas inscriptas con anterioridad por parte de la ciudadanía y las organizaciones civiles, así como las evaluaciones y el informe de las propuestas y sugerencias a ser tenidas en cuenta para formular los planes de mejoramiento de las Audiencias de Rendición de Cuentas futuras.

3. La Dirección General de Comunicación en Salud será responsable de publicar la Memoria de la Audiencia Pública, en la página Web del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), transcurridos los 20 (veinte) días calendario de la realización de la audiencia.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

GUÍA TÉCNICA

Dirección General de Comunicación en Salud

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

CONTENIDO

El documento "Guía técnica" de la Dirección General de Comunicación en Salud contiene los procedimientos y las instrucciones para la orientación en el trabajo específico de esta área del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social.

Presenta las orientaciones de sus respectivas direcciones dependientes: Comunicación Interna, Comunicación Externa y Sistematización de la Información.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

COMUNICACIÓN INTERNA

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

COMUNICACIÓN INTERNA

DEFINICIÓN

La Dirección de Comunicación Interna se aboca a optimizar los procesos comunicacionales internos y a generar mecanismos de comunicación con los funcionarios, a fin de cumplir con las metas y los objetivos institucionales. Con la gestión de la comunicación interna, se apunta a contar con equipos humanos comprometidos con la misión, visión y los valores de la institución.

Importancia de la comunicación interna:

- Mejora el clima institucional.
- Aumenta la productividad interna.
- Facilita la adaptación de nuevos funcionarios.
- Minimiza los rumores.
- Reduce los efectos de una crisis.

OBJETIVOS

Transmitir y difundir información relevante y estratégica en el ambiente institucional.
Fomentar la conversación organizacional, la motivación y el sentido de pertenencia de los funcionarios dentro de la institución.

TAREAS

Elaborar un plan de comunicación interna anual.
Articular planes y acciones con los miembros de la Red Nacional de Comunicación en Salud.
Fomentar la participación y la comunicación fluida entre los funcionarios del área de comunicación.
Monitorear el cumplimiento de las metas de comunicación de cada región sanitaria.
Elaborar materiales, gacetillas y colaborar en la producción de mensajes oficiales.

HERRAMIENTAS

- Correo electrónico.
- Mensajería instantánea, con la creación de grupos por Región y dependencias.
- Intranet. Resolución S.G. N° 189/2022, "Por la cual se aprueba los lineamientos de la intranet, y se dispone su implementación y aplicación en el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social".

RED NACIONAL DE COMUNICACIÓN EN SALUD

Dependiente técnicamente de la Dirección General de Comunicación, a través de su Dirección de Comunicación Interna, la Red Nacional de Comunicación estará conformada por comunicadores designados en las regiones sanitarias, direcciones generales, programas, hospitales, institutos, centros y otras dependencias y servicios de salud. La Red Nacional de Comunicación es coordinada por un profesional de la Dirección General de Comunicación en Salud.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

ANTECEDENTES REGULATORIOS

• Resolución S.G. N° 564/2009 "Por la cual se crea la Red Nacional de Comunicación en Salud del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, dependiente técnicamente de la Dirección General de Comunicación en Salud, y administrativamente de las direcciones de las diversas Regiones Sanitarias".
• Resolución S.G. N° 170/2013 "Por la cual se amplía la Resolución S.G. N° 564/2009, resuelve que la Red Nacional de Comunicación en Salud, además de contar con Unidades de Comunicación en Salud en las 18 Regiones Sanitarias del país, también contará con estas unidades en Direcciones Generales, Programas, Hospitales, Institutos, Centros y otras dependencias y servicios de salud, coordinadas y dependientes técnicamente de la Dirección General de Comunicación en Salud, del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social, y administrativamente de sus respectivas direcciones".

Orientaciones para la publicación y remisión de gacetillas y material gráfico
Las gacetillas elaboradas y remitidas a la Dirección General de Comunicación en Salud por los comunicadores institucionales deben seguir ciertas orientaciones técnicas.

Relevancia de las noticias para su publicación en plataformas del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS)

La prelación de noticias es definida por la Dirección General de Comunicación en Salud, con base en los ejes centrales establecidos por el Gobierno Nacional.

Existen criterios para su difusión a través de la web, redes sociales e Intranet del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS).

Ver orientaciones más detalladas sobre web en DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN EXTERNA, y sobre pautas para apertura y manejo del perfil en redes sociales de cada dependencia, en DIRECCIÓN DE SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN.

En cuanto a las fotografías, deberán tener en cuenta:

Concepto

• Que reflejen la acción.
• Protagonismo de la población y usuarios de los diferentes servicios.
• No exponer a pacientes crónicos, menores, partos (cuidar y respetar la intimidad de los pacientes).
• Personas satisfechas con la atención, el servicio recibido o interesadas en la actividad. No posadas, ni en collage.
• Deben ser fotografías propias o de los equipos de trabajo de la institución (no utilizar fotografías de prensa, extraídas de Internet, etc.).
• En caso de compartir fotografías de instituciones externas (OPS/OMS y otros organismos que apoyan la gestión ministerial), citar la fuente.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

Criterios técnicos:

• Evitar tomas de la gente de espaldas en las charlas o reuniones.
• Remitir a la Dirección General de Comunicación en Salud en formato JPG (no pegadas al documento de texto).
• Evitar distorsionar las imágenes.
• Debe estar en colores, ser nítida y con la máxima resolución posible, según el dispositivo utilizado.

Legislación sobre intimidad de pacientes:

Para la difusión de información y fotografías relacionadas a usuarios de los distintos servicios, los comunicadores deben respetar la legislación vigente sobre el derecho a la intimidad de los pacientes. A saber:

-Constitución Nacional. Artículo 33 - Del derecho a la intimidad
La intimidad personal y familiar, así como el respeto a la vida privada, son inviolables. La conducta de las personas, en tanto no afecte al orden público establecido en la ley o a los derechos de terceros, está exenta de la autoridad pública. Se garantizan el derecho a la protección de la intimidad, de la dignidad y de la imagen privada de las personas.

-Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS). Resolución S.G. Nº 146/2012, "Por la cual se establece la obligatoriedad de brindar acceso a los servicios de salud de calidad y atención sin discriminaciones, con efectivo cumplimiento del deber de confidencialidad y garantía de plena vigencia del secreto profesional en la atención"; en su artículo 4º: "Establecer que el/la profesional de salud tiene la obligación de respetar y de proteger los derechos a la intimidad y a la privacidad de las personas, por lo que en los servicios de salud queda terminantemente prohibido filmar o fotografiar a ninguna persona usuaria de los servicios, sin su consentimiento informado y por escrito"; así como en sus artículos 5° y 6°.

Ver anexo 1. MODELO DE PERMISO PARA USO DE IMAGEN.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

SECRETARIO GENERAL
MSPBS

COMUNICACIÓN EXTERNA

La Dirección de Comunicación Externa se encarga de las operaciones de comunicación destinadas a los públicos externos del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), es decir, tanto a la población, directamente o a través de los medios de prensa, como a proveedores, público especifico (médicos, enfermeros), a los poderes del Estado y administraciones locales y regionales, a organizaciones internacionales, etc.

Plan de comunicación externa

El plan de comunicación externa debe ser elaborado anualmente, con el fin de contar con un norte comunicacional y de gestión en la emisión de la información. Esto implica incluir los siguientes aspectos fundamentales:

- Definición de la identidad.

Es decir, ejes estratégicos de la institución. De ahí se extraerán los atributos de identidad que se debe proyectar al receptor de la información.

- La imagen percibida actualmente.

Lo que el púbico percibe hoy en día de la institución.

- La imagen ideal de la institución.

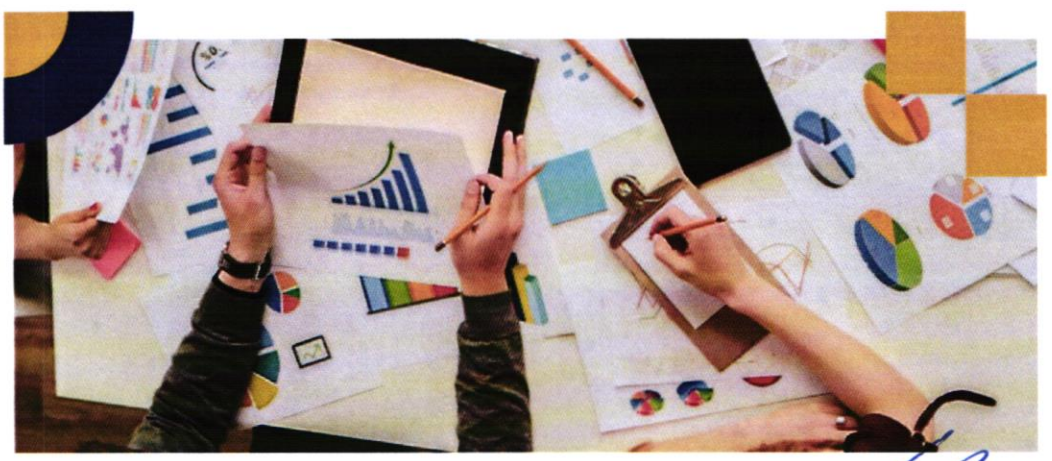
La imagen que queremos transmitir debe responder a un plan estratégico de imagen, en el que deben quedar establecidos los targets diferentes a los que dirigir las acciones de comunicación, con una estrategia propia y específica para cada uno de ellos.

El plan de comunicación contiene tres grandes áreas:

La definición de los **objetivos** de comunicación más adecuados para transformar la imagen actual de la institución en la imagen ideal para cada uno de los públicos.

La definición de la **estrategia** de medios y de mensajes que mejor se adapten a la consecución de los objetivos previamente definidos.

La definición de un **calendario de actuación y la evaluación** de los costes de las acciones propuestas, así como un instrumento de control para realizar un seguimiento de plan.



ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

Relaciones con medios de comunicación – Jefatura de Prensa

Las funciones más importantes de las relaciones con los medios de comunicación se podrían resumir en las siguientes:

- Selección y elaboración de la información que produce el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), filtrada y transmitida a los medios de comunicación y, ocasionalmente, a otras instituciones.
- Recepción y análisis de toda la información producida por los medios de comunicación y demás instituciones.
- Filtración y resumen de toda la información anterior para facilitarla a las áreas de dirección de la institución y cubrir sus necesidades de información con respecto a los intereses institucionales.
- Intermediación constante entre la institución y los medios de comunicación, facilitando la información puntual que el evento requiera y coordinando las posibles entrevistas, reportajes, etc. relacionados con la empresa.
- Control constante del clima de opinión que existe sobre la institución como de los problemas que pueden trascender los medios.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

Actualización de la página web

La actualización de la información publicada en el portal electrónico es un proceso continuo que se realiza en función de las necesidades institucionales. Este proceso requiere un procedimiento ordenado y claro que facilite recibir y atender las peticiones de actualización solicitadas por el personal encargado en las oficinas y en los departamentos.

A tales fines, se establece el siguiente procedimiento:

1. Las peticiones de actualización se realizan vía e-mail a la Dirección General de Comunicación en Salud.

2. Las peticiones de actualización deben ser gestionadas por el personal de enlace (persona encargada de la sección) de las oficinas y los departamentos. Este personal de enlace es quien está autorizado a solicitar cambios al contenido de las páginas web y, una vez autorizado, se procede a realizarlos con un código y usuario para el efecto.

3. Las peticiones de actualización requieren la autorización del director(a) del departamento, coordinador(a) y/o supervisor(a) de la oficina correspondiente.

4. Las peticiones de actualización serán atendidas en el mismo orden que se recibieron. Sin embargo, si la información a ser publicada es esencial para facilitar procedimientos de índole administrativos, y cuya efectividad depende estrictamente de fechas u horarios, estas peticiones serán atendidas con prioridad.
5. Los directores, jefes de los departamentos y coordinadores deberán solicitar la actualización con antelación a estos periodos. Dado el alto número de oficinas, se requiere que las peticiones de actualización se sometan con un mínimo de quince días antes del inicio de los periodos de recesos antes mencionados.

6. Es responsabilidad del personal de enlace (persona encargada de la sección) cotejar que la información haya sido publicada según se solicitó, identificar algún error y la rectificación correspondiente.

7. Los documentos con fecha de caducidad permanecerán publicados hasta que la persona que solicitó su publicación inicial solicite su eliminación o sustitución por un documento actualizado. Se puede incluir un método de archivo para permitir establecer los plazos de vigencia para cada instrumento publicado.

Botones de búsqueda

Los botones serán diseñados en base a la utilidad de los mismos, requiriendo una ruta web para albergar los datos e información adicional a lo que se vaya necesitando. Por ejemplo, ante alguna epidemia, enfermedad emergente o campaña nacional, se dispondrá de este apartado y se diseñarán los mensajes institucionales para los distintos públicos, sean internos o externos.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

Publicaciones web

El dominio **www.mspsb.gov.py** es el portal principal de información de la institución, mediante el cual se dispone la oferta de servicios básicos, información y documentos de interés a la comunidad, y en cumplimiento a las disposiciones legales establecidas en la Ley de Transparencia.

Todo material que signifique información en esta página de Web institucional tiene que cumplir con los lineamientos, con los ejes estratégicos y de la Política Nacional de Salud.

La Dirección General de Comunicación en Salud y sus dependencias son las encargadas de la rectoría y verificación de los contenidos de la página web, tanto informativos noticiosos, como de información necesaria sobre servicios para el usuario, sean atenciones médicas, vacunaciones, estudios y trámites y servicios.

Las inclusiones de las de sub páginas al portal institucional deberán ser solicitadas, coordinadas y planificadas con la Dirección General de Comunicación en Salud, con el fin de mantener los criterios establecidos y asociados al nuevo formato de página web.

Las direcciones generales que correspondan serán parte del cronograma de acciones para el desarrollo y mantenimiento de su sección institucional. Asimismo, no se permitirá la creación de nuevos portales de manera independiente, ya que todos los apartados deben plasmar los estándares de diseño e imagen institucionales, en el marco de la planificación de información estratégica.

Gacetilla informativa

Se trata de una información oficial y autorizada que se escribe para enviarla a los medios de comunicación. Debido a la gran cantidad de información que reciben los medios de comunicación, será necesario producir gacetillas de prensa que sean claras, concretas y breves. Por lo tanto, es importante respetar ciertas pautas básicas de estructura y estilo que facilitarán su aceptación y publicación por parte de los medios de comunicación.

En cuanto a la estructura, la gacetilla se compone de las siguientes partes:

a) Membrete del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), según Norma de Gobierno - Línea Gráfica (si es impresa).

b) Especificación respecto al género de la comunicación producida:
gacetilla de prensa o comunicado.

c) Título: debe ser impactante, pero estrictamente informativo.

d) Copete: un párrafo que resuma lo que queremos informar.

e) Texto: Las primeras cuarenta palabras deben decir lo que interesa que se conozca.
El texto debe contar con datos precisos y fidedignos.

f) Datos de contacto: referencia de una o dos personas o vocero, que pueden brindar mayor información; deben indicarse sus números de teléfono.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

En cuanto a la extensión y estilo, se debe tener en cuenta las siguientes pautas:

a) En lo posible, el texto debe ocupar como máximo una página. Las gacetillas, cuanto más concisa sean, más probabilidades habrá de que sea comentada o leída en los medios masivos de comunicación.

b) Las oraciones deben ser cortas y simples (sujeto-verbo-predicado). Los párrafos no deberían exceder las cuatro o cinco líneas. Si lo considera necesario, podrá resaltar con negrita lo que desea destacar. La estructura sintáctica indicada se debe al objetivo de ofrecer toda la información relevante, con la menor cantidad de palabras posible, ya que la gacetilla de prensa es informativa.
Hay que evitar, en la medida de lo posible, adjetivos calificativos o superlativos; es decir, se debe ceñir a contar los hechos. Los periodistas necesitan saber "de qué se trata"; buscan información oficial, por lo cual aprecian los comunicados con contenidos concretos.

c) Una gacetilla de prensa con "poder noticioso" debe contar con formato periodístico. Debe estar armada como una noticia, por lo cual es importante que responda a seis preguntas básicas:

- Qué: el hecho, qué pasó o qué pasará.
- Quién/es: los protagonistas o responsables.
- Cómo: la manera en que sucedió o va a suceder.
- Cuándo: fecha y hora.
- Dónde: el lugar (Dirección, ubicación).
- Por qué / para qué: qué motivación hay para generar el hecho, o los objetivos.

Un texto con datos precisos, estrictamente informativo y que responda a las preguntas antes mencionadas tiene mayores chances de ser replicado en los medios. Las "mesas de noticias" de los diarios o los periodistas (especialmente de agencias de noticias y radios) suelen leer el primero y segundo párrafo de las gacetillas. Esas primeras cien o ciento cincuenta palabras son claves para que un periodista siga leyendo o descarte la historia.

d) Antes de emitir la gacetilla, por lo tanto, será conveniente hacer una revisión de calidad, que incluye:

- Revisar la redacción: el texto debe tener una buena redacción
(tono, estilo, sin errores de tipeo, lógica, correcta gramática y ortografía).
- Evaluar cuándo es oportuno publicarla.
- Controlar la adecuación a la audiencia: ¿a quién se quiere llegar?, ¿qué es lo que buscan los lectores y qué les está dando la gacetilla?
- Considerar la justificación: ver si la información es importante y si es necesario recurrir a otro material de apoyo o justificación para el texto.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

Conferencia de prensa

La conferencia de prensa es llevada adelante por el departamento de Prensa, dependiente de la Dirección de Comunicación Externa. Es un instrumento de relación con los medios masivos de comunicación. Sólo se realiza si la temática es noticiable o la persona que va a participar puede tener eco informativo. Desde la perspectiva del convocante, se debe tener presente varios aspectos:

a) Seleccionar a los medios de comunicación y a los periodistas que van a ser invitados. Por eso, es necesario disponer de un listado con todos los medios y de las personas que cubren el sector en el que nuestra institución participa. Esto es a fin de evitar la presencia de personas ajenas a la misma en estas actividades.

b) Elaborar una gacetilla de prensa que será entregada a los periodistas. (Ver apartado de elaboración de gacetillas).

c) A la hora de convocar una conferencia o rueda de prensa, es importante tener en cuenta los horarios principales de noticieros o programas matutinos, que marcan la agenda, a tal modo a ir en vivo.

d) Se debe enviar con tiempo suficiente la convocatoria, mediante una agenda, con los datos y dirección del evento, o enlaces de transmisión, en caso de teleconferencias.

Cómo organizar una conferencia de prensa

1. El lugar donde se celebre la conferencia o rueda de prensa debe reunir las condiciones de sonido, habitabilidad e idoneidad, para facilitar el trabajo de los periodistas. Se debe tener presente que es necesario reservar espacio para los diferentes medios, ya que no todos tienen la misma necesidad de espacio. Así, es pertinente dedicar un espacio para colocar las cámaras de televisión y que no limite o restrinja la visión del resto de representantes de medios de comunicación y fotógrafos.

2. La rueda de prensa se debe iniciar con una persona (vocero) que hablará del motivo del acto y que presentará a los que van a intervenir. A su vez, se debe preparar la conferencia o rueda de prensa desde la perspectiva del contenido y de la disposición gestual y de relación con los periodistas. Es necesario trabajar en la manera de presentar los mensajes, qué tipos de mensajes, cuándo se van a ofrecer y por qué esos mensajes y no otros.

3. Los voceros deben contar con los mensajes clave establecidos y reflejar lo expresado en la gacetilla de prensa a ser distribuida a los periodistas.

4. El orador debe dar frases cortas en aquello que se pretende emitir, para que así sea fácil ponerlo, si procede, en titular por parte del periodista.

5. Esas frases se repetirán a lo largo del acto. En este sentido, es importante tener en cuenta que lo expresado al principio y al final es lo que genera más retención en el interlocutor.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

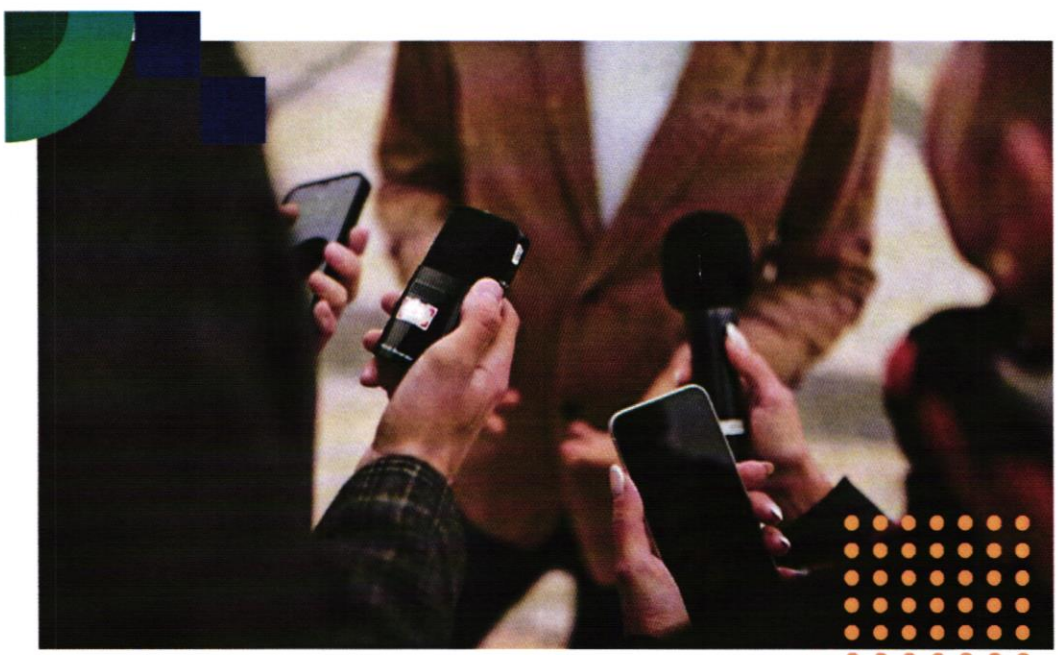
Vocería

La vocería es el resultado de una combinación de ciencia y arte al comunicar, pues en sí misma, es una herramienta clave en el marco de toda estrategia comunicacional.

Esta actividad debe estar sujeta a los designios institucionales que procuran posicionar adecuadamente a la organización, acorde con la estrategia de negocios, y considerando que la labor de vocería asignada a ciertos individuos a partir de sus roles, cargos jerárquicos y/o capacidades, los revisten de un carácter oficial como miembros - representantes de la institución.

Los voceros oficiales deben estar adecuadamente formados y preparados, con la rigurosidad necesaria, para afianzar capacidades estratégicas, verbales y no verbales, que contribuyan a conducirlos hacia el mejor desempeño posible, frente a cualquier audiencia y ante cualquier oportunidad de exposición pública. Esto implica la capacitación constante de forma profesional y personalizada, que trascienda a la realización de eventos puntuales.

Las líneas jerárquicas de vocería estarán establecidas inicialmente por la máxima autoridad sanitaria en temas de políticas públicas, y por otros voceros en cuestiones técnicas y científicas.



ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES

Las redes sociales marcan un cambio en las administraciones públicas. Desde su introducción, van innovando sus herramientas, de manera ir adaptándose a las necesidades del consumidor. Las administraciones públicas se caracterizaban por ser entes unidireccionales. Los cambios y las herramientas que ofrecen las redes sociales hicieron que esa visión se modificara con el tiempo, permitiendo la interacción de forma bidireccional del ciudadano con el Gobierno.

Las redes sociales presentan oportunidades para entablar vínculos y diálogos entre el Gobierno y el ciudadano, permitiendo el acceso a la información institucional de manera oficial y oportuna. Permiten crear contenido, difundir acciones e interactuar con nuestro público, analizar la repercusión de las acciones que llevamos adelante en redes sociales. Son esenciales para descubrir los puntos fuertes y débiles de la estrategia que utilizamos, conocer a cuántas personas llega nuestro mensaje y evolucionar en cómo manejamos nuestras redes.

Contexto actual

En Paraguay, las redes sociales ocupan el segundo lugar en medios de comunicación preferidos para informarse sobre las actualizaciones y novedades del Estado. La administración pública debe estar presente donde están los ciudadanos, interactuando con ellos a través de mensajes claros y sencillos.

Hoy, gracias a las herramientas que ofrecen las redes sociales, es posible contribuir a la transparencia de la gestión, proyectando identidad institucional, consolidando una presencia seria, responsable, creíble y de servicio a la comunidad fomentando la participación ciudadana.

Asimismo, presentan una oportunidad para el acceso a la información pública y trasparencia, atención personalizada a las consultas y/o reclamos, oportunidad de mejorar la comunicación con los medios masivos, campañas a nivel nacional dirigida a adoptar un estilo de vida y hábitos saludables, contar con más canales para la distribución de información y el alcance e innovación ante nuevas herramientas de comunicación.

Facebook

@ministeriodesaludparaguay, con gran alcance, nos permite llegar actualmente a más usuarios y comunicarnos directamente con ellos y dar respuestas a sus dudas. Esta plataforma tiene como principales objetivos: visualizar las acciones que lleva a cabo el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (cobertura de prensa, Facebook live), difundir las gacetillas publicadas en la web de este Ministerio **www.mspbs.gov.py,** interactuar con los usuarios, de manera a canalizar sus consultas a las áreas correspondientes, publicar videos de diferentes campañas.

Twitter

@msaludpy, se caracteriza por la inmediatez en la función informativa, para dar a conocer las actividades de la institución (ofrece un gran potencial de viralidad). Tiene como objetivos publicar las noticias que se publican de manera diaria en el portal oficial **www.mspbs.gov.py** y viralizar acciones puntales del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (etiquetado a instituciones vinculadas, periodistas y medios de comunicación).

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

Instagram

@msaludpy, se utiliza para documentar las campañas visuales del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social

NORMAS

Sólo deben ser publicados datos oficiales y objetivos, sin reflejar el sentir particular del encargado de Redes Sociales sobre ningún tema.
• Las cuentas personales de funcionarios no deben utilizar logos o eslóganes oficiales en sus perfiles y ninguna de sus publicaciones personales representan a la Cartera Sanitaria, su postura oficial o su proceder.
• Se eliminarán expresiones ofensivas o enlaces a páginas con contenido ofensivo, así como enlaces o referencias a sitios ilegales, de contenido violento, sexual, racista o discriminatorio, SPAM, mensajes de publicidad o material promocional.
• Adecuarse a la línea gráfica del Gobierno, plasmada en el Manual de Marcas.

VISIÓN Y OBJETIVOS

• Facilitar y aumentar el intercambio y el diálogo activo entre la ciudadanía y el Gobierno, ofreciendo nuevos canales de contacto y comunicación.
• Trasparentar la gestión, mediante el acceso a la información pública, la difusión de acciones llevadas a cabo en la institución, servicios que ofrecen a la ciudadanía e informe de rendición de cuentas.
• Fortalecer la gestión de Gobierno, acercando la administración a la ciudadanía, mediante la co-creación.
• Posicionar a la institución como primera fuente de información confiable y fidedigna para la ciudadanía, en el rubro que le corresponde.

¿POR QUÉ ESTAR EN REDES SOCIALES?

• Las redes sociales siempre serán un lugar concreto para mantener al público en general informado y actualizado sobre temas importantes, e interactuar con el usuario.
• Comunicarse e interactuar con el usuario ayuda a establecer y generar credibilidad y confianza.

• Ante escenarios nuevos que afectan a nivel mundial, como la pandemia del COVID-19 u otros acontecimientos, las personas recurren a las redes sociales para buscar y obtener información, como así también para mantenerse al día con las últimas noticias, es por ello que estar presentes como fuente oficial es sumamente importante.

• Las redes sociales pueden convertirse rápidamente en un caldo de cultivo para la desinformación, generando confusión. Una forma de contrarrestar es invirtiendo en la interacción directa a través de las redes sociales, para ayudar a la población a identificar inexactitudes y responder en consecuencia, especialmente porque los ciudadanos buscarán cuentas de redes sociales gubernamentales para obtener información precisa y objetiva.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

CREACION DE CUENTAS

La Dirección General de Comunicación en Salud es el único ente rector del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) autorizado para establecer el procedimiento de apertura y las normas gráficas que deben adoptarse en las redes sociales, por parte de las distintas dependencias de esta cartera estatal.

Se habilitará el uso por niveles de servicios, de manera gradual, de acuerdo con los criterios comunicacionales de la institución.
Ejemplo:

Hospitales generales.
Hospitales especializados.
Región Sanitaria.
- Hospital regional
- Hospitales distritales

Programas e institutos.

Cada dirección, programa, departamento u otra dependencia del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) que proyecte crear una cuenta en una Red Social deberá solicitar a la Dirección General de Comunicación en Salud, vía nota o correo electrónico, con los siguientes datos:

Dependencia (Establecimiento de Salud, Dirección, Programas, Departamentos)

Responsable de la iniciativa:
Personal de apoyo:
Correo electrónico:
Red Social al que quiere unirse:
Nombre de Usuario:
Objetivo: breve exposición de los contenidos y finalidad de la cuenta.
Información básica del perfil:
Público Meta: Se debe delimitar el público objetivo, definiendo el sector y número aproximado. Es fundamental evaluar si existe una demanda real que justifique la iniciativa.
Contenidos: Los solicitantes deben describir el nuevo servicio, especificando el tipo del contenido y su función

Agente generador: quién será la persona a desarrollar y en quiénes se estarán apoyando para la realización de contenidos.

Una vez que el solicitante haya recibido la autorización, podrá proceder a la activación de la cuenta.

OBSERVACIÓN: aquellas cuentas existentes que estén configuradas en categoría de perfil personal deberán hacer las gestiones para la realización de una nueva fanpage, dando de baja el perfil personal.

La Dirección General de Comunicación en Salud analiza y evalúa la solicitud y procede a dar de alta, siempre y cuando la nueva cuenta cubra las necesidades de comunicación pública del departamento y si se ajusta a la estrategia de comunicación de la institución.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

ADMINISTRACIÓN DEL FACEBOOK (FANPAGE) EN REGIONES SANITARIAS

La Dirección General de Comunicación será la única con rol de administrador total dentro de la configuración de cada perfil de Facebook institucional. Esto significa que tendrá el acceso completo a todas las funciones y configuraciones de la página y podrá asignar roles a otras personas; en este caso, como editor, a fin de garantizar la continuidad de las fanpage oficiales de las distintas regiones sanitarias y dependencias que administren una fanpage institucional.

Regiones sanitarias: hospitales distritales y hospitales regionales deberán contar con el visto bueno de la dirección regional y de la Dirección General de Comunicación en Salud para dar de alta a una fanpage. El control del buen funcionamiento de las distintas fanpage, que cumplan con los lineamientos indicados en esta guía, estará a cargo del comunicador regional y del responsable de la fanpage administrada.

- Todos los programas que presten servicios en hospitales regionales, como en hospitales distritales, serán difundidos en las respectivas fanpage del establecimiento de salud del cual dependen; así también puede ser apoyados mediante la difusión de sus actividades en la fanpage de la región. Unificar la difusión de los servicios que se presta a los usuarios en un solo espacio crea una comunicación integral y directa con su público meta y evita la confusión y duplicación de informaciones.

- Encargados de departamentos o programas que presten servicios (nutrición, salud mental, dirección de enfermedades transmisibles y no trasmisibles, diabetes, etc.) pueden trabajar de manera directa con el administrador de la fanpage regional, como del hospital regional o distrital, de manera a coordinar la creación de contenidos que puedan reflejarse en el plan de posteo de estas dependencias con fanpage.

- Cada dirección regional deberá hacer un relevamiento de las fanpage de cuentas que utilizan el nombre de dependencias de su región creadas en administraciones anteriores y que no cuenten con su ok o con el aval de la Dirección General de Comunicación en Salud para funcionar. De esta manera, solicitará los datos del administrador de las mismas, para continuar o no con las cuentas activas, previa comunicación y consenso con la Dirección General de Comunicación en Salud.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

Acceso a tareas como editor

Las personas que tengan acceso a tareas pueden administrar la página desde otras herramientas de gestión como Facebook Business Suite, Creator Studio, el administrador de anuncios o Business Manager. Por tanto, no podrán cambiar a la página ni administrarla en Facebook. Las personas que tengan acceso a tareas pueden administrar lo siguiente:

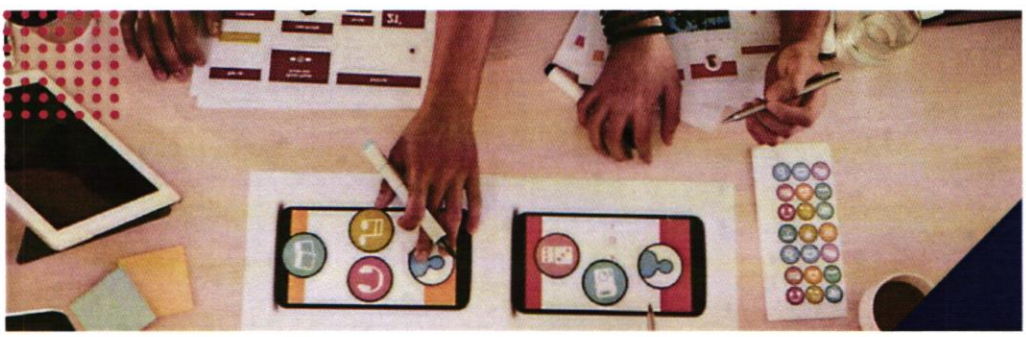
- **Contenido:** crear, administrar o eliminar publicaciones, historias, etc., así como responder comentarios y actualizar la información de la página.

- **Mensajes y actividad de la comunidad:** responder mensajes directos en nombre de la página en la bandeja de entrada, escribir comentarios, administrar contenido no deseado y denunciar actividades en la página.

- **Anuncios:** crear, administrar y eliminar anuncios, y otras tareas relacionadas con los anuncios.

- **Insights:** ver el rendimiento de la página, el contenido, los anuncios y otros resultados.

Ninguna persona encargada del manejo de una fanpage podrá apropiarse de la misma una vez dada por terminada su designación en dichas funciones. Deberá dejar la cuenta para el relevo al nuevo editor, quien será capacitado por la Dirección General de Comunicación en Salud. En caso de no hacerlo, se solicitará a la oficina de Facebook regional la baja de esa fanpage para evitar otros usos diferentes a los cuales fue creada en principio.



¿QUÉ HACE UN COMMUNITY MANAGER?

Es la persona encargada de crear perfiles y contenidos, gestionar la actualización de los mismos y dinamizar las comunidades de usuarios en Internet. El perfil de un/a Community Manager (CM) de una plataforma gubernamental debe ser un punto intermedio entre estratega e implementador, por lo que requiere de ciertas habilidades técnicas y experiencias previas en el mundo digital.

Esta persona puede y debe adaptar la estrategia entregada desde el Gobierno Nacional a su cartera, buscando obtener una mayor eficacia de las herramientas digitales. Se recomienda que la persona que tenga este rol pertenezca al equipo interno de comunicación y/o prensa de la institución.

Las cuentas no deben ser manejadas por una autoridad o por personas externas a la institución.

- Idealmente, debe complementarse con un diseñador, que transforme mensajes estratégicos en piezas visuales llamativas.
- Funciones: escuchar, extraer, transmitir, explicar, conversar, compartir y analizar. Debe crear, gestionar y dinamizar la comunidad de usuarios en Internet.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

¿QUÉ COMUNICAMOS?

Comunicar lo necesario, lo valioso, lo que es relevante para la gente. Cada entidad gubernamental tiene su agenda semanal de actividades y acciones de comunicación.

Está en manos del DIRCOM, con sus autoridades, definir lo que es más importante para comunicar.

Clave: comunicar solo lo que nosotros mismos quisiéramos leer o conocer; lo que en realidad es noticia. No relleno, no banalidades.

Imagen Institucional: cada Gobierno en curso crea su manual de marca, al cual la institución debe adaptarse. El uso correcto de los logos estará estandarizado y aprobado por la máxima autoridad.

Comunicación: las cuentas en redes sociales se utilizan para comunicar, informar y educar a la ciudadanía, por lo tanto, la relevancia y el contexto para publicar son claves. Como voz institucional de Gobierno, siempre se debe mantener un tono respetuoso, amable y cercano.

Fotografías: antes de publicar fotografías y/o videos se debe solicitar permiso a la(s) persona(s) que aparece(n) en ellas. Si se utiliza una imagen que no ha sido producida por el propio equipo de comunicación, se debe identificar y reconocer el fotógrafo o realizador en la publicación original y publicar con los créditos correspondientes.

No utilizar fotografías de celebridades nacionales o internacional sin tener los derechos de autor.

Se podrán utilizar fotografías externas que pertenezcan a entes rectores de la salud como (OPS, CDC, PAHO). No se recomienda el uso de fotografías descargadas de un banco de imagen externo.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

PLAN DE POSTEOS

El mismo debe contemplar contenidos de gestión propia, realizados de manera proactiva y planificada. Se deben planificar los trabajos del área para desarrollar creativamente contenidos sobre los avances y logros en el área misional, así como recordatorio de fechas importantes, preparando un breve texto informativo y un material audiovisual y/o gráfico. Al plan de posteo de le puede agregar otros detalles como: objetivo del tema y especificaciones del formato o contenido.

DIA	HORARIO	TEMA	MENSAJE/PUBLICACIÓN	FORMATO	RED SOCIAL			
					TWITTER	FACEBOOK	INSTAGRAM	INSTAGRAM STORIE
1	07:30	SALUDO	¡Buen día! Recordá que el uso adecuado de la mascarilla puede prevenir el contagio del COVID-19, hacélo bien de principio a fin.	INFOGRAFIA - FLYER	X	X	X	-
1	12:00	INFORMATIVO	Las vacunas son seguras y eficaces, previenen enfermedades y proporcionan protección. Seguí el calendario de vacunación de tus hijos e hijas. +INFO https://bit.ly/2UBPv8V #VacunasSeguras	IMAGEN	X	X	X	-

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

LÍNEA EDITORIAL, TONO Y ESTILO

El Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) reconoce el valor de las redes sociales como una herramienta importante para la creación y difusión de noticias e información sobre la institución.

La Dirección General de Comunicación en Salud reúne lineamientos para ayudar a usar las plataformas de redes sociales de manera efectiva.

Sea preciso. Todo el contenido publicado por la universidad debe ser preciso y consistente. Si comete un error, corríjalo rápida y visiblemente.

Sea conciso. La mayoría de las plataformas de redes sociales está diseñada para ser breve y más coloquial.

TONO Y ESTILO EN PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES

• Las cuentas en redes son para informar a la ciudadanía, por lo tanto, la relevancia y el contexto para publicar son claves.

• Mantener un tono serio, pero cordial, amable y cercano.

• Los protagonistas de la comunicación deben ser los ciudadanos.

• Cuidar la gramática y la ortografía.

• Siempre que se pueda, complementar la respuesta, entregando más información o derivando el tema a la entidad encargada.

• Actuar de forma transparente y respetando a todos los usuarios de las redes. No deben publicarse comentarios despectivos u ofensivos.

• No hacer spam (incluso en WhatsApp).

REDACCIÓN Y ORTOGRAFIA EN REDES SOCIALES

Piense en titulares: usted deberá conseguir una frase atractiva que brinde una idea completa y, en lo posible, que genere una reacción (comentarios de los lectores). Un titular es una frase corta, contundente y directa.

Evite el uso de abreviaturas: así como el uso de una jerga basada en simplificaciones de palabras como 'pq' en lugar de 'porque', 'ke' en lugar de 'que', etc., una tentación muy frecuente que provienen del mundo de la mensajería instantánea. Trate de usar el idioma correctamente, para que el mensaje sea entendido por todos los públicos.

Aproveche los espacios para producir información: no se limite a publicar titulares extraídos de Internet.

Sea breve: la concisión es una de las claves de la buena redacción. Prefiera las frases cortas, son más impactantes.

Use verbos activos: esta recomendación tiene como finalidad que la acción cobre fuerza, aunque no descarte la forma pasiva si tiene suficiente espacio.

Acción: para los mensajes que denoten acción, podrán ser imperativo en dos formas (tú), en este caso usamos "vos", y (nosotros) ejemplo: Usá tapaboca / usemos tapaboca.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

ERRORES COMUNES

- El punto se escribe luego de las comillas de cierre.

✓ "Seguí el modo seguro de vivir, utilizá tapaboca, lavate las manos, mantené distancia física y no bajes la guardia". Ministro @...

✗ "Seguí el modo seguro de vivir, utilizá tapaboca, lavate las manos, mantené distancia física y no bajes la guardia." Ministro @...

- Los cargos, profesiones y dignidades se escriben con minúsculas, sean del tipo que sean:

✓ ministro de Salud, Dr. Fulano de tal.

✗ Ministro de Salud, Dr. Fulano de tal.

- No se escribe coma entre el sujeto y el verbo de una oración.

✓ La lactancia materna brinda beneficios nutricionales, inmunológicos, psicológico, del apego y previene enfermedades.

✗ La lactancia materna, brinda beneficios nutricionales, inmunológicos, psicológico, del apego y previene enfermedades.

- Con el sentido de 'dar comienzo', lo más adecuado es usar "Iniciar" como pronominal.

✓ Se inicia la capacitación en ...

✗ Inicia la capacitación en ...

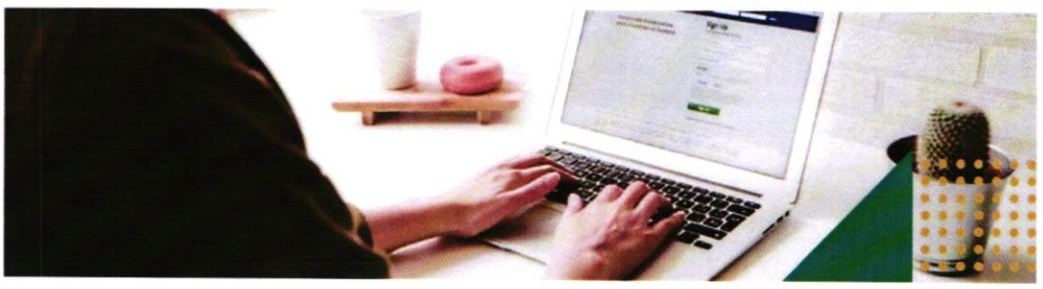
- Escritura del horario

Las horas en punto se expresan mediante dos ceros en el lugar que corresponde a los minutos: 22.00, 22:00. Pueden omitirse los dos ceros si, tras la indicación de la hora, se escribe el símbolo h (→ b): El acto comenzará a las 22 h.

✓ 07:00 a 12:00.

✗ 07:00 hs a 12:00 hs.

Cuando se usan las abreviaturas a. m., m. y p. m. (→ 2a), no debe añadirse el símbolo h, por ser evidente que se trata de una referencia horaria: 17.30 h o bien 5.30 p. m.



ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

PERIOCIDAD DE PUBLICACIONES

Para mantener o aumentar la audiencia, se deberá publicar regularmente. "Regularmente" puede diferir según sus objetivos y la plataforma, pero, en general, se recomienda que las publicaciones sean diarias; asimismo, se debe responder a las consultas y comentarios lo más rápido posible. Esto le permite a su audiencia saber que está escuchando y tiende a crear un mejor compromiso.
De no ser así, el usuario puede percibir poco interés de parte de las cuentas oficiales y finalmente perder la fidelidad del público.

RECOMENDACIONES DE REDACCIÓN

→ Respetar las normas lingüísticas en los mensajes, los comentarios y las respuestas.

→ Optar por textos breves que se puedan leer sin dificultad en los dispositivos móviles.

→ Si la información necesita mayor cantidad de caracteres, optar por más de una publicación (hilo, en el caso de Twitter).

→ Cada vez que sea necesario y posible, usar las menciones y etiquetas.

→ En mensajes que los necesiten, usar con moderación los emojis y emoticones, según el estilo de comunicación.

CONTENIDO DEL MENSAJE

Desarrolle la confianza y el compromiso de la audiencia, compartiendo contenido relevante e interesante, de esta manera, el público tendrá como una fuente válida de información y conocimiento.

→ Las cuentas de Gobierno deben ser utilizadas para comunicar las acciones que impactan positivamente a la ciudadanía.
→ Considerando que, en cada caso, somos los entes rectores o los encargados a nivel nacional de áreas específicas, debemos comunicar aquello que impacta a nivel nacional, que es relevante.
→ El Gobierno debe ser preferentemente la fuente de información.
→ El Gobierno no puede desligarse de su responsabilidad (Educación, Seguridad, etc.).
→ El Gobierno es plural e inclusivo.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

CARACTERISTICAS DE CADA RED SOCIAL

La Dirección General de Comunicación en Salud es el único ente rector del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) autorizado para establecer el procedimiento de apertura y las normas gráficas que deben adoptarse en las redes sociales, por parte de las distintas dependencias.

Se encuentra autorizado para dar de baja a aquellos perfiles ya creados anteriormente y que no se adecuen o que no cumplan con la estrategia de comunicación institucional.

TWITTER

El principio de Twitter se basa en lo que sucede en este momento: procura mantener el tiempo real en esta plataforma, apoyar los hashtags institucionales de manera a lograr tendencias (posicionamiento).

Para definir los objetivos de Twitter, es importante preguntarse si la dependencia que se plantea contar con esta red social tiene presencia o no en tiempo real, si no es posible determinar esta característica de interacción instantánea o cobertura de sucesos en el momento, podemos decidir no tener Twitter y enfocarnos en otras redes sociales que cumplan con nuestros objetivos de comunicación.

CARACTERÍSTICAS

- Permite escribir mensajes cortos (de hasta 280 caracteres).

- Permite incluir hasta 4 fotos, 1 archivo GIF o 1 video.

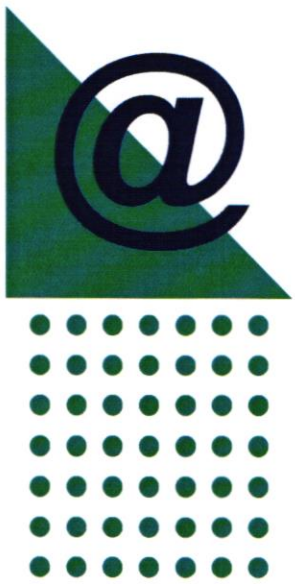
- En caso de hablar de un tema extenso, se puede utilizar el estilo "hilo de conversación". En ese caso, se recomienda indicar cada publicación de la siguiente manera: 1/3; "Parte 1", "Parte 2", etc.

- Se recomienda, como mínimo, la publicación de tres tweets al día y un máximo de diez tweets, para no caer en el "spam".

- No se recomienda @ (arrobar) a medios de prensa privados de manera constante, ya que puede ser considerado "spam" o publicación no deseada. Hacerlo en casos sumamente urgentes y/o ante necesidades de aclaratoria.

- Se recomienda utilizar # (hashtags) etiquetas, como máximo dos por posteo.

Los hashtags ayudan a generar un álbum virtual de los temas generadosbajolaetiqueta.Ejemplo:#NosCuidamosEntreTodos. Buscando información bajo este #, se podrá visualizar todo lo publicado al respecto.



ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

ESTILO DEL TWEET

El texto de la publicación debe ser breve y conciso, ya que twitter limita a un total de 280 caracteres. En caso de una noticia, deberá contar con un titular y breve descripción de la misma. Es importante adjuntar un enlace que lleve a la web, donde estará la noticia completa; de esta manera, colaboramos a la visibilidad de la web institucional.

La publicación deberá contar con un espacio entre título, párrafo y enlace. Se puede hacer uso de la barra vertical como signo delimitador o separador.

En relación al # (hashtag) dentro de la publicación, se recomienda redactar de manera que los # o etiquetas puedan incluirse en el copy o texto del tuit.

Ejemplo:

Ejemplo:

En caso de no poder incluir un # (hashtag) dentro del copy, o bien el # (hashtag) corresponde a una campaña que estamos promocionando, se deberá agregar al final del tuit.

COMENTARIOS

• Se deberá prestar atención a los comentarios que se generen a través de nuestras publicaciones, de esta manera, nos permitirá conocer la percepción de los usuarios a hacia nuestra gestión.

• Se responderá los comentarios en el TL (Timeline – Línea de tiempo) cuando se refiera a una consulta general. Cuando se trata de una consulta personal, donde se necesite mayor detalle, se le direccionará directamente al mensaje privado (DM). La respuesta a los comentarios deberá ser oportuna y en el menor tiempo posible.

• En caso de comentarios negativos, se deberá encontrar una manera adecuada de responder y direccionar al DM, para evitar discusiones que no sean interés de otro usuario.

• La redacción de comunicados, informes y respuestas en Timeline, será en tercera persona del singular. Las respuestas en INBOX, en tercera persona del plural.

• Se aconseja no contestar a perfiles falsos o trolls.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

FACEBOOK

Por más de que permite redacciones extensas, se recomienda no superar los 300 caracteres.

Se recomienda iniciar el posteo con una breve descripción de un párrafo.

Es conveniente el uso de fotografías y/o videos para ilustrar el contenido del cual se habla.

CARACTERÍSTICAS

Nombre de la página: las páginas con nombres de usuario también pueden crear URL personalizadas que permiten a las personas visitarlas y enviarles un mensaje rápidamente. Ejemplo: https://www.facebook.com/ministeriodesaludparaguay/

- Se recomienda un máximo de cinco posteos por cada día del Plan de Posteo. Hasta diez historias por día.
- Las fotos y los videos para las historias, deben estar en formato vertical, porque esto permite una buena visualización de la imagen, según el formato prestablecido de esta red social.

- Facebook permite mencionar a otras páginas o perfiles. En caso de compartir una información obtenida de otra fuente o autor que no sea propio, se debe mencionar la fuente, mediante las etiquetas o "@" arrobando. Esto, a su vez, genera sinergia y colaboración. Además, se evitan reclamos posteriores por copyright o derechos de autoría.

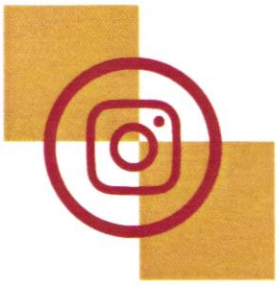
- Se recomienda activar el Messenger, para recibir mensajes privados, y brindar una respuesta en la brevedad posible.

- No se recomienda eliminar comentarios en posteos, es importante recibir la percepción e interacción del público. Para evitar visualización de mensajes con contenido ofensivo, se recomienda configurar filtros con palabras claves.
- Utilizar # (hashtags) etiquetas, como máximo cuatro por posteo.

- Transmisiones de Facebook Live: se recomienda, en lo posible, informar con antelación sobre las transmisiones que se realizarán, mínimamente un día antes, así como una hora antes del inicio de la transmisión, para recordar a la ciudadanía sobre la actividad.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

INSTAGRAM



Es una red social que permite compartir fotos y videos de corta duración, es decir, destaca por su naturaleza visual.

A diferencia de las otras redes sociales, en Instagram el código central es lo visual.

CARACTERÍSTICAS

Es una red social orientada a teléfonos móviles; también se puede visualizar en la versión web, aunque con mayores limitaciones.

- Se recomienda realizar un máximo de cinco posteos al día y un máximo de 10 historias.

- Una característica de Instagram es que toma fotografías y videos cuadrados. Los teléfonos móviles cuentan con un formato para grabar y tomar fotografías cuadradas, que puede ser aprovechado para los productos específicos de esta red, a pesar de que también se pueden subir en vertical. En tanto, las historias deben estar en formato vertical.

- Actualmente, se pueden compartir en las historias videos de hasta 15 segundos sin corte. Desde el segundo 16, el material continúa en una nueva historia; cada video se puede dividir hasta en 4 historias de 15 segundos (completando 1 minuto). En cuanto a los posteos de videos, se dividen en dos categorías:

- Hasta 59 segundos, podrá ser compartido en el "feed", como un post de fotos al carrusel.

- Si el video supera el minuto, deberá ser compartido en Instagram TV para ser visualizado en su duración total. La duración máxima en IGTV es de 60 minutos, pero la recomendación es no extenderse de 5 minutos. Actualmente, los videos de IGTV pueden visualizarse tanto de manera horizontal como vertical.

- Los videos de IGTV se muestran a los usuarios por más que no sigan la cuenta, como una recomendación de la plataforma, según los intereses del espectador.

- Utilizar # (hashtags) etiquetas, como máximo siete y al final del posteo. Los hashtags ayudan a generar un álbum virtual de los temas generados bajo la etiqueta.

- Instagram Live: transmisión en vivo.

- Posibilidad de hacer un "streaming", o sea, una transmisión de alguna actividad o evento.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

METRÍCAS Y MONITOREO

La principal ventaja de estar presente en estas plataformas es que entregan métricas en tiempo real sobre las interacciones que van teniendo cada una de las publicaciones realizadas. Esto permite obtener información sumamente útil como, por ejemplo, testear diferentes temas en la opinión pública y comprobar su recepción y valoración.

También se puede medir la cantidad de seguidores, alcance, visibilidad y fidelidad de los contenidos publicados. De esta forma, se puede conocer el desempeño del plan de posteo implementado, y generar más contenido de aquel formato que es mejor recibido.

Estos números se pueden obtener desde las mismas plataformas de publicación en redes sociales.

EJEMPLOS DE METAS E INDICADORES

- Interacciones: en Twitter, lograr un promedio de 60 RT y "me gusta" por día. Se cuantificará mediante la herramienta analytics, que ofrece la red social.
- Alcance: en Facebook, lograr un promedio de 30 k de alcance por mes.
- Comentarios: de forma trimestral, realizar un resumen porcentual de mensajes negativos y positivos que se recibieron, de manera a canalizar y tomar los recaudos pertinentes.
- Menciones: hacer seguimientos y cuantificar las menciones de forma mensual.

También es importante hacer un monitoreo constante de lo que se habla en las redes, y tener la capacidad de ajustar el plan sobre la base del momento y del contexto. Una publicación en el momento inadecuado puede ser contraproducente e incluso generar una crisis, por más que el contenido haya estado bien trabajado.

RECOMENDACIONES GENERALES

No usar las redes sociales de Gobierno para transmitir mensajes personales. En Twitter, sólo se deben seguir cuentas relacionadas al Gobierno y su quehacer o a organizaciones relacionadas a los intereses de la institución.

- Se sugiere, además, aplicar los filtros de groserías, ya sea al crear el perfil y/o al actualizarlo en "Configuración" de la página disponible en cada red social. Con esto, se busca evitar palabras irrespetuosas y administrar mejor las interacciones de perfiles probablemente falsos.

- Al mencionar a otras entidades gubernamentales, hacerlo @ (arrobando) su cuenta.

- Evitar las menciones a medios de comunicación: las cuentas gubernamentales deben ser la fuente oficial.

- Uso de hashtags (#): antes de utilizar uno, realizar una búsqueda dentro de Twitter o Facebook para revisar si ya se está usando y en qué contexto, a fin de evitar que nuestro mensaje aparezca relacionado a un marco contraproducente. Las etiquetas deben ser consensuadas a nivel gubernamental y deben unificar, identificar y centralizar los mensajes.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

MODO DE USO: usa la mayúscula inicial en todas las palabras, incluso en las no significativas. Así facilitarás la lectura de los hashtags.

BIEN: #NosCuidamosEntreTodos

MAL: #noscuidamosentrotodos o #NOSCUIDAMOSENTRETODOS

- Los vídeos que duran tres minutos, como mínimo, se muestran a más personas.
Sobre el uso de emojis, emoticones y signos en la comunicación, éstos siempre deben ser usados en relación a su contexto de publicación y no en exceso, como un elemento que potencie y vuelva el mensaje más lúdico, resguardando el tono de la línea editorial establecida con anterioridad.

- Antes de publicar fotografías y/o videos, solicitar permiso a la(s) persona(s) que aparecen en ellos. Si se utiliza una imagen que no es propia, identificar y reconocer la publicación original.

- Todo producto audiovisual (videos) debería tener subtítulos.

- Todo contenido gráfico y audiovisual debe complementarse con su enunciado/texto de publicación. Evitar repeticiones entre imagen y texto.

- Nunca será bien visto que dé "me gusta" o marque como "favoritas" sus propias publicaciones.

- Al responder la publicación de un usuario, no olvide mencionarlo en su comentario.

- Si comparte contenido interesante de otro perfil, lo aconsejable es que añada su propio comentario u opinión en la publicación original.

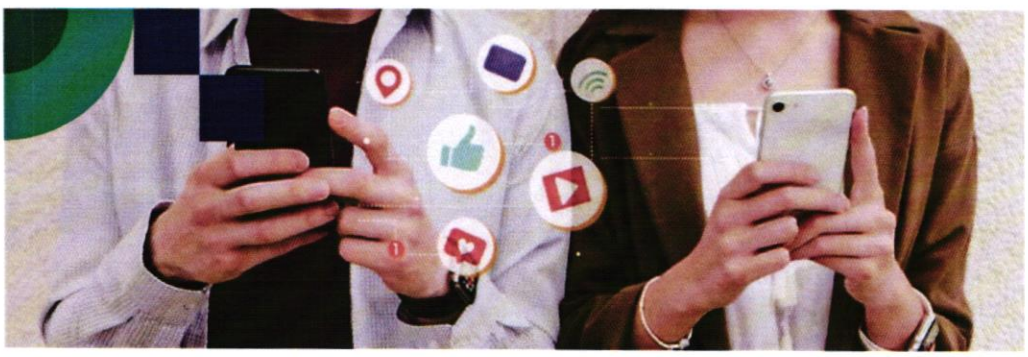
- Publicando contenido propio original (prioridad a campañas propias y posteos en tiempo real) y amplificando los mensajes gubernamentales prioritarios del Gobierno.

- Se sugiere que el contenido publicado siempre esté alojado en los sitios web de cada organización, para dar mayor respaldo y credibilidad a la información.

- Utilizar sólo plataformas sociales que puedan ser gestionadas diariamente.

- Las personas creen más en la gente que en las instituciones. Identificar voceros que le den fuerza a nuestras iniciativas, establecer mecanismos de relacionamiento constante con la gente.

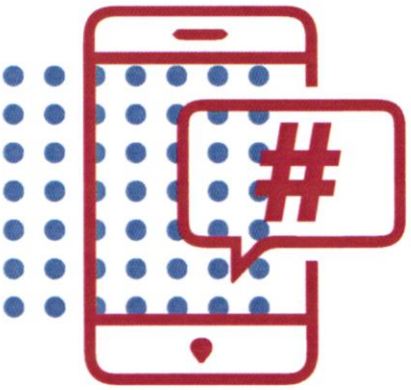
- ¿Esto me interesaría a mí como seguidor? Si la respuesta es sí, se puede continuar con la publicación; si la respuesta es no, debería replantearse el modo de contar la historia.



ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

MANEJO DE TENDENCIAS:

Debido a la importancia de las tendencias en redes sociales, el encargado de esta área debe realizar diariamente la búsqueda de los temas que son denominados "TrendingTopic" (TT). Si éstos afectan directa o indirectamente a la institución en forma negativa, se informa a los superiores para que éstos generen respuestas para ser repelidos. Si los temas del momento son positivos, las redes sociales oficiales también implementan o utilizan las etiquetas con las noticias que hacen a la tendencia del momento, siempre con autorización de un superior del área.



TRANSMISIONES EN VIVO:

Las transmisiones en vivo para redes sociales son realizadas en los siguientes casos: presencia del ministro de Salud Pública y Bienestar Social en un acto o visita oficial, así como temas de gran relevancia e interés general que sean de interés general y que pudieran ser cabeceras de los principales medios masivos de comunicación.

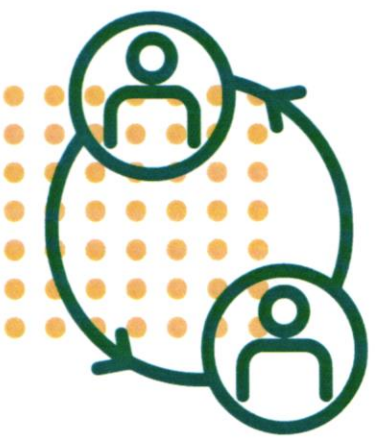
Se recomienda tener equipos básicos para garantizar una transmisión con mejor calidad, como garantizar tomas fijas y estable (trípode), con un equipo acorde de sonido (micrófono inalámbrico, equipo de audio).

INTERACCIÓN EN LÍNEA:

Se deberá tener un horario establecido, salvo eventos excepcionales, para los posteos y atención al usuario.

Los perfiles deben ser abiertos a publicaciones en la página principal y mensajes directos. Los comentarios deben contar con un filtro de moderación.

En tanto que el tiempo estimado de respuesta debe ser lo más breve posible, para mantener un índice de calidad del servicio, las respuestas deben ser emitidas en lenguaje claro y respetuoso, derivando los temas que ameriten a otras dependencias.



Para la respuesta ante comentarios negativos por parte de usuarios individuales, primero se debe analizar la dimensión e importancia del comentario y evitar todo tipo de discusión con la ciudadanía. Los comentarios que violen la política de moderación y sean irrespetuosos o insultantes, no deben ser respondidos.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

VERIFICACIÓN DE CUENTAS:

Las cuentas institucionales y de las máximas autoridades institucionales deben ser verificadas ("check azul", validado). Este proceso se realiza con el acompañamiento de la Dirección General de Comunicación en Salud y se inicia enviando una solicitud vía correo electrónico a la misma, adecuando a los lineamientos internos.

SEGURIDAD EN REDES SOCIALES

El personal autorizado al uso de redes se limita hasta a dos personas por Región Sanitaria como administradores, y podrá contar con personal de apoyo en diferentes roles disponibles. En tanto que, las cuentas de la sede central del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social podrán ser manejadas hasta por dos Community Manager.

Es de suma importancia modificar cada cierto tiempo las contraseñas de acceso a las cuentas o perfiles de redes sociales, así como adoptar las nuevas medidas de seguridad.

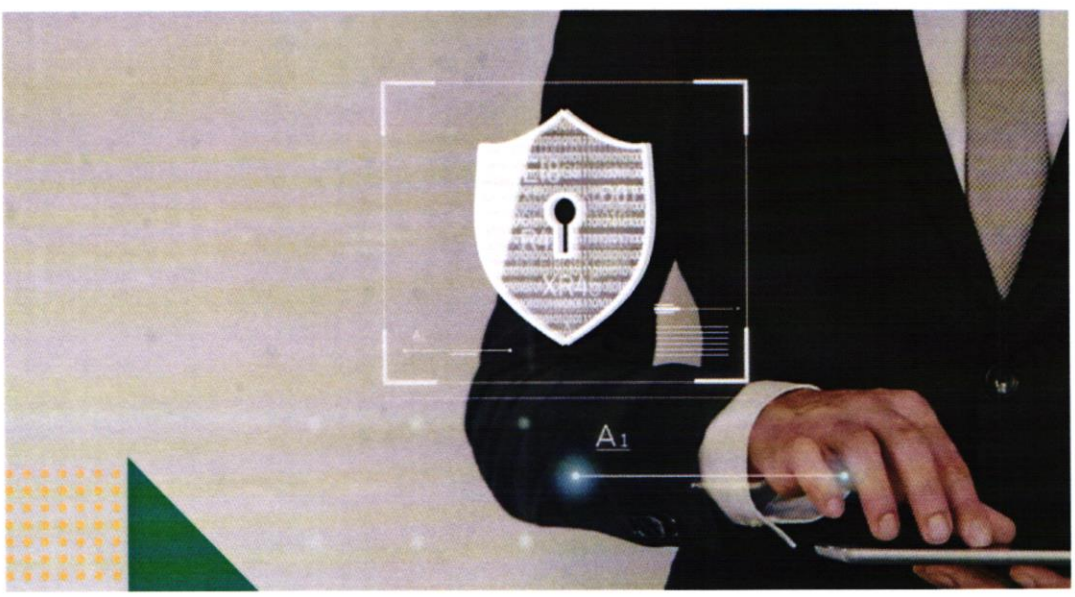
RECOMENDACIONES PARA ESTABLECER CONTRASEÑAS SEGURAS:

- Utilizar al menos una letra en mayúscula.
- Utilizar números.
- Utilizar símbolos.

Ejemplo: #Contr@l0r1a

La contraseña segura es fácil de recordar, se debe seguir todas las recomendaciones mencionadas al principio y debe tener un sentido único para los gestores de las cuentas. Se recomienda establecer una contraseña distinta para cada plataforma social, de modo que, si alguien ajeno a la institución descubre algún acceso, solamente pueda ingresar a una cuenta.

El director general de Comunicación debe tener acceso como administrador a todas las cuentas autorizadas.



ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

GESTION DE CRISIS

• Se recomienda no improvisar ante la crisis y actuar en forma organizada con su equipo de comunicaciones, el que estará coordinado con el MITIC, para dar una respuesta coherente y consistente, acorde con las instrucciones del Gobierno central.
• Evitar la proactividad. Si no se está seguro de qué publicar, la sugerencia es la abstención hasta tener la confirmación para poder hacerlo.
• Usar adecuadamente las redes sociales, pues ellas mismas pueden ser generadoras de crisis. Un mal manejo de las cuentas, con respuestas inapropiadas, puede provocar reacciones difíciles de controlar. Los contenidos que no tengan que ver con la contingencia deben ser pospuestos.
• Evaluación post-crisis: Para poder repetir lo positivo, descartar las acciones que no hayan ayudado y generar nuevas instancias a partir de lo aprendido.

NIVEL DE ALERTA	SITUACIÓN	EJEMPLO	RESPONSABLES
1	Normalidad	Comentarios negativos o neutros	CM
2	Alerta	Reacción negativa a la respuesta de un comentario negativo	CM y Director de Sistematización
3	Crisis iniciada	Comentarios negativos alcanzan repercusión en otras redes o medios de comunicación	CM, Director de Sistematización y Director General

ELEMENTOS QUE PUEDEN GENERAR O AGRAVAR UNA SITUACIÓN DE CRISIS O EMERGENCIA:

• Comentarios negativos o de información falsa:

Ante este tipo de posteos, se recomienda responder brindando información fidedigna, incluyendo "links" (vínculos) de publicaciones con mayor información sobre el tema referido. No es recomendable responder a críticas mal intencionadas, así como comentarios irrespetuosos o de lenguaje inapropiado.

• Los llamados "trolls":

Un "troll" es un usuario de identidad desconocida y poco fiable. En ese caso, según la plataforma correspondiente (Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, etc.), puede ser denunciada la cuenta e incluso se recomienda ocultar dichos comentarios, ya que pertenecería a un usuario sin identidad comprobable.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

RIESGOS

Es importante elaborar una lista de posibles riesgos, de manera a evaluar aquellos eventos que puedan afectar o potenciar el incumplimiento de los objetivos.

Resistencia al cambio: por parte del funcionario público, elaborar un manual de uso, capacitación sobre el uso de nuevas herramientas digitales

Utilización de fuentes no confiables: para evitar mensajes sin aval de estudio científico. En el caso del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), se podrán publicar informaciones de terceros únicamente si éstos son entes rectores en el tema de salud o de aquellas organizaciones con las cuales este Ministerio tenga vínculos. Ejemplos: OPS, UNICEF, CDC, etc.

Hackeo de cuentas: las contraseñas de las cuentas deberán ser modificadas de manera periódica, utilizando caracteres y números. En cuanto a seguridad, deberá ser obligatorio configurar nuestra cuenta para que, al iniciar sesión, se envíe una petición de inicio de sesión a un teléfono proporcionado por nosotros.

Escasa respuesta de la ciudadanía: esto se puede presentar al inicio del emprendimiento digital. Es destacable que se trata de un trabajo minucioso que tiene su tiempo para lograr una presencia activa. Con un trabajo ordenado y un plan estratégico, podemos ir viendo cómo tratar de fomentar la participación ciudadana en nuestras redes.

Comportamientos incorrectos de los usuarios: hay una posibilidad de fricción de los usuarios, ante situaciones de improperios, utilizar los filtros que contiene cada red social en su configuración de cuenta.

Problemas de conexión de internet: en caso que haya problemas de conexión local, se puede ver las conexiones inalámbricas como opción.

Material elaborado en base a la "Guía de Comunicación en Redes Sociales del Poder Ejecutivo" https://www.mitic.gov.py/materiales/publicaciones/guia-de-comunicacion-en-redes-sociales-del-poder-ejecutivo

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

ANEXOS

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

ANEXOS 1

Ministerio de SALUD PÚBLICA Y BIENESTAR SOCIAL — GOBIERNO NACIONAL — Paraguay de la gente

* Modificar logo, según Norma vigente de Gobierno.

MODELO DE AUTORIZACIÓN PARA USO DE LA IMAGEN

Autorización

Yo, el abajo firmante, autorizo al Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) a fotografiar, filmar videos o grabar mi imagen y/o voz.

Concedo permiso para que el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) publique,transmita o cite este material en programas y actividades de información pública.

El contenido adquirido puede incluirse en futuros discursos, en Internet, a través de múltiples canales de difusión y medios impresos. El uso del contenido no se utilizará con fines comerciales.

Nombre y Apellido: _____

CI: _____

Teléfono: _____

E-mail: _____

Fecha: _____

_____

Firma

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

ANEXOS 2

LINEAMIENTO DE DISEÑO DE SUB PÁGINAS

Las direcciones generales que deseen contar con un apartado web o sub página deberán coordinar esta vinculación web con la Dirección General de Comunicación en Salud, a los efectos de diseñar y enmarcar el sitio en base a los estándares oficiales. Las webs activas deben estar readecuadas al diseño vigente del portal principal.

La publicación de información en el portal del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) considera tres aspectos fundamentales:

1. Imagen

Proporcionada y regulada por los funcionarios de la Dirección General de Comunicación en Salud, conjuntamente con la Dirección General de Tecnología, Información y Comunicación, para diseño y adecuación estructural.

2. Funcionalidad

Información y proceso de uso amigable, que permite al usuario navegar por el sitio sin dificultades, y contar con contenidos que no estén escondidos en subapartados.

3. Contenido

El contenido de las sub páginas debe ser eminentemente informativo, referido al servicio otorgado por cada dirección general. Los contenidos de tipo noticioso deben ser canalizados a la Dirección General de Comunicación en Salud para publicarlos en el apartado de noticias institucionales o en la Intranet.

Se prohíbe la publicación de todo material que no cumpla con las leyes vigentes, información privada o confidencial, calumnias, injurias o difamaciones contra cualquier persona física o moral, cualquier información de carácter comercial o con fines de lucro, político o pueda ser considerada sensible, tanto en textos como en imágenes.

Se tomará en consideración las siguientes observaciones:

- Se debe tener un vínculo para regresar a la página principal en todos los documentos.
- Utilizar un estilo determinado para crear consistencia visual en todos los documentos relacionados.
- Utilizar pequeños gráficos que identifiquen a todos los documentos de la sección.
- Que las páginas sean pequeñas y sencillas.
- No utilizar gráficos excesivamente grandes o muchos gráficos pequeños.
- Utilizar botones o imágenes que señalen vínculos de interés.
- Utilizar el mínimo de texto en listas o menú.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

¿Quiénes pueden publicar en los apartados web?

Cada Dirección General o dependencia que cuente con un apartado en la web institucional debe contar con un punto focal (que será nexo) y que deberá coordinar con la Dirección General de Comunicación en Salud todos los contenidos para su publicación. Éste contará con un usuario de administración y que solo incluirá el aspecto informativo institucional. Otros tipos de contenidos de carácter noticioso serán enviados por correo electrónico a la Dirección General de Comunicación en Salud para su valoración y su publicación en la Intranet y/o en el portal principal.

Excepción

La Dirección General Anticorrupción se encarga de publicar sus contenidos en base a las disposiciones legales establecidas y en el marco de la Ley de Transparencia. Los espacios establecidos se encuentran diseñados para que el formato se adecue con los lineamientos establecidos sobre la web institucional.

Obligaciones de los responsables y encargados de las páginas

Por ningún motivo se podrá cambiar el nombre del dominio. Solamente podrán cambiar los nombres de los establecimientos, direcciones, institutos que son creado o modificados organizacionalmente.

Toda información a ser publicada debe ser presentada a la Dirección General de Comunicación en Salud para su verificación de forma y habilitación del contenido requerido. Además, deberá asegurarse de que el encargado de área dé el visto bueno y de que publique y mantenga actualizada la información de cada sección asignada.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

ANEXOS 3

LINEAMIENTO DE PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS COMUNICACIONALES

Las campañas de comunicación institucional pueden ser llevadas a cabo por la propia Dirección General de Comunicación en Salud o subcontratadas, mediante llamados excepcionales, según disponibilidad presupuestaria para este último caso.

Antes de desarrollar cualquier contratación externa de campaña de comunicación, se deben hacer dos pasos fundamentales. El primero es convocar a la Dirección General de Comunicación en Salud para gestar la campaña y, en segunda instancia, verificar si esta dependencia ministerial tiene la capacidad de llevar adelante la realización de la campaña. Una vez cumplidos estos pasos iniciales, se analiza la viabilidad de contratación de un servicio externo al Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS) para el desarrollo de la campaña, solo y en absoluto caso de que la Dirección General de Comunicación en Salud no pueda realizar la misma.

Una campaña es el conjunto de mensajes e informes que elaboran las dependencias ministeriales y que deben contar con el acompañamiento de comunicación, con la finalidad de hacerlo llegar a los diferentes medios de comunicación, sean masivos o de redes, para que éstos se hagan eco del contenido de los mismos, y así crear expectativas, sensibilizar a la opinión pública, aportar datos informativos, cambios actitudinales y generar conciencia ciudadana.

Se debe determinar claramente y cuantificar los objetivos de la campaña. ¿Qué se pretende conseguir? ¿Lanzamiento, notoriedad, impacto, sensibilizar?

Para plantear los objetivos, será muy útil utilizar la técnica SMART, acrónimo de "specific, measurable, attainable, relevant, time bound ("Específico, medible, alcanzable, relevante, con límite de tiempo, por sus siglas en inglés)"; así como utilizar un verbo de acción que ayude a concretarlos.

Definir el público objetivo (target) al que nos vamos a dirigir. Por ejemplo: personas con obesidad y los factores de riesgo, en quienes influir para cambiar el estilo de vida.

Seleccionar medios, canales, entornos de comunicación a los que se encuentra expuesto nuestro público objetivo. Escoger dónde concentrar nuestros esfuerzos de comunicación, estableciendo un mix de medios. Por ejemplo: publicaciones sectoriales, un determinado evento, redes sociales concretas, etc.

Valorar el presupuesto: ¿Cuánto nos podemos gastar? ¿Cuánto deberíamos gastar y cuánto acabaremos gastando?

Diseñar el contenido y los mensajes de la campaña. ¿Qué queremos comunicar? En este punto, debemos enfocarnos en nuestra propuesta de valor, beneficios, aspectos diferenciales y posicionamiento. También será imprescindible adaptar el mensaje a los medios escogidos. Por ejemplo, en Twitter es necesario concentrarlo en pocos caracteres, mientras que, en la pautaje de medios, adquieren mucha importancia elementos visuales, como el color, el tamaño, etc. u otros, como el emplazamiento, un eslogan o lema efectivo, etc.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

Establecer el plan de acción de la campaña, detallando las distintas acciones que la compondrán, escogiendo el momento más oportuno y definiendo su duración.

Asignar responsables de la gestión de la campaña: funcionarios o autoridades, colaboradores externos, una agencia, etc.

Preparar instrumentos adecuados de medición y control para, una vez finalizada la campaña, dar respuesta a la pregunta: ¿Qué resultados hemos logrado con la campaña realizada? ¿Hemos conseguido nuestros objetivos?

Esquema del plan:

- Nombre de campaña.
- Lema.
- Área de acción.
- Financiación.
- Planificación - Pautaje.
- Estructuración.
- Ejecución.
- Monitoreo.
- Evaluación.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

ANEXOS 4

Ministerio de
SALUD PÚBLICA
Y BIENESTAR SOCIAL

GOBIERNO
NACIONAL

Paraguay
de la gente

* Modificar logo, según Norma vigente de Gobierno.

REGISTRO DE CUENTA DE REDES SOCIALES

-Dependencia: .....

- Responsables: .....Contacto:.....
- Personal de apoyo: ..... Contacto:.....
- Correo electrónico del responsable: .....
- Red Social al que quiere unirse: .....
- Nombre de Usuario: .....

DEFINA LOS OBETIVOS DE LAS REDES SOCIALES ACTIVAS:

INFORMACIÓN BÁSICA DE CADA RED SOCIAL ACTIVA:

- Público Meta:
- Contenidos:
    - Tipo de contenido: Incluir tres ejemplos del posteo
    - Agente generador:
    - Formatos utilizados:

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

ANEXOS 5

PLAN DE POSTEO

MES					
SEMANA					
DÍA	HORARIO	TEMA	MENSAJE/PUBLICACIÓN	FORMATO	RED SOCIAL

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

ANEXOS 6

LISTADO DE HERRAMIENTAS COMPLEMENTARIAS

Acortado de URL
https://app.bitly.com

Calendario del Community Manager
https://yiminshum.com/dias-fechas-festivos-paraguay-2020/
https://www.keysocialmediapy.com/descargarcalendario

Software de gestión de redes sociales
https://play.google.com/store/apps/details?id=com.hootsuite.droid.full

Programar publicaciones en Instagram:
https://play.google.com/store/apps/details?id=com.apphi.android.post

Para compartir fotos de otra cuenta en Instagram:
https://play.google.com/store/apps/details?id=com.jaredco.regrann https://play.google.com/store/apps/details?id=com.redcactus.repost

Para edición de videos
https://play.google.com/store/apps/details?id=com.wondershare.filmorago

Para crear diseños:
https://play.google.com/store/apps/details?id=com.canva.editor https://play.google.com/store/apps/details?id=com.delgeo.desygner

Banco de imagen y otros recursos (con opciones gratuitas)
https://pixabay.com/es/
https://www.freepik.es/

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

ANEXOS 7

PERFIL DEL COMUNICADOR DE REGIONES SANITARIAS Y OTRAS DEPENDENCIAS

Lic. en Comunicación y/o Periodismo.
Buenas habilidades de comunicación, negociación y diplomacia.
Redacción propia y de buen nivel.
Habilidad para pensar y comunicarse de manera precisa y clara.
Capaz de trabajar en equipo con colegas de mayor rango y/o diferentes culturas.
Capaz de trabajar de manera independiente y de tomar iniciativas, según requerimiento.
Capaz de trabajar en tareas multidisciplinarias, bajo la presión de fechas límites.
Fuerte convicción de ética laboral y compromiso con los valores de la institución.
Buen manejo de los recursos informáticos (Internet, procesador de textos, planillas electrónicas, presentadores, redes de telecomunicaciones, etc.).
Nociones básicas de fotografía y diseño.

FUNCIONES DEL COMUNICADOR

El comunicador de la región sanitaria, servicio, programa, instituto o centro dependiente del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social debe abocarse al trabajo en dos niveles:

1. Nivel Interno

Objetivos
Posicionar a nivel interno las estrategias de comunicación y las campañas institucionales.
Transmitir y difundir mensajes e información relevante y estratégica en el ámbito interno.

Actividades

• Trabajar de manera coordinada y en directa dependencia del director.

• Construir e implementar el plan de comunicación institucional anual.

• Elaborar una base de datos de los jefes y funcionarios de su dependencia (número de teléfono y correo electrónico).

• Difundir resoluciones, directrices, circulares y otras informaciones oficiales de interés para los funcionarios de su dependencia.

• Permanecer en contacto permanente con los directores y jefes de las diferentes áreas de su dependencia, para informar sobre disposiciones o solicitar información necesaria para la gestión de la comunicación institucional.

• Trabajar de cerca con el Servicio de Atención al Usuario y el área de Promoción de la Salud, instancias donde podrá acceder a información sobre niveles de satisfacción de los servicios prestados, así como de las necesidades particulares de cada comunidad, en materia de mensajes, útiles para el ajuste de las actividades comunicacionales.

• Elaborar y socializar las noticias e informaciones más relevantes generadas en esta gestión interna, a través de sus diferentes plataformas (redes sociales, mailing, grupos) y remitirlas a la Dirección de Comunicación Interna para su difusión a través de la Intranet y otras plataformas, según el contenido.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS

2. Nivel externo

Objetivos

Instalar a nivel externo las estrategias de comunicación y las políticas de salud, posicionando al Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social como una institución que lidera el sector salud en el país.

Actividades

• Solicitar la agenda de actividades de las áreas estratégicas de su dependencia, para planificar las difusiones.

• Solicitar informaciones a las dependencias de la región sanitaria sobre actividades, mejoras, avances, cambios u otras de relevancia para la población, y procesarla para su difusión masiva.

• Remitir los materiales, con fotografías, a la Dirección General de Comunicación en Salud.

• Organizar y convocar a conferencias de prensa, en casos que ameriten, previa coordinación con su director y la Dirección General de Comunicación en Salud.

• Trabajar de cerca con el o los voceros de su dependencia, para la elaboración y emisión de mensajes alineados con el discurso institucional, en coordinación con su director y la Dirección General de Comunicación en Salud.

• Manejar, actualizar y responder las redes sociales de su dependencia.

• Contar con base de datos actualizada (direcciones de correo electrónico, número de teléfono para contacto) de los medios locales de comunicación (prensa, TV, radios, radios comunitarias, etc.).

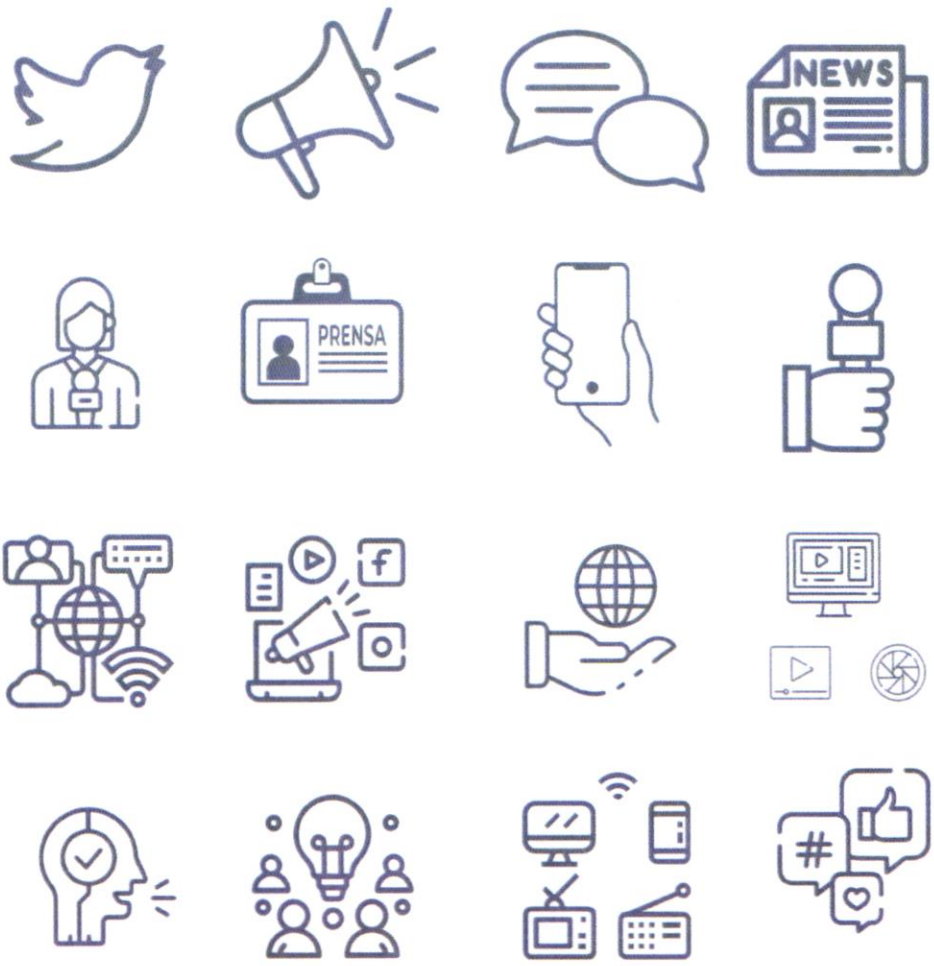
• Ser nexo entre periodistas y la institución, para facilitar el acceso a la información.

• Grabar las entrevistas y conferencias de prensa para socializaras con la Dirección General de Comunicación en Salud y los medios de comunicación.

• Tomar fotografías de los eventos oficiales, así como de las diferentes actividades realizadas por la dependencia.

• Asimismo, es responsabilidad de los comunicadores que integran la Red Nacional de Comunicación en Salud dar réplica, en sus redes sociales y otras plataformas disponibles, de las noticias generadas y publicadas por la Dirección General de Comunicación en Salud.

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS



Ministerio de
SALUD PÚBLICA
Y BIENESTAR SOCIAL

GOBIERNO
NACIONAL

Paraguay
de la gente

www.mspbs.gov.py

ABOG. GUIDO R. BENZA RAGGIO
SECRETARIO GENERAL
MSPBS