

Directriz No. DMT-002-2015

EL MINISTRO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL

En uso de las facultades conferidas por el inciso 18) artículo 140 de la Constitución Política, en concordancia con los artículos 25.2 y 28 de la Ley General de la Administración Pública, 2 y 5 de la Ley Orgánica del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social;

Considerando:

1. Que históricamente la Oficina de Prensa ha funcionado sin una planificación estructurada que permita establecer objetivos generales y específicos en cuanto al manejo de todo lo concerniente a la imagen y divulgación del quehacer institucional, por lo que resulta imprescindible definir una verdadera política de comunicación institucional mediante la definición de una estrategia institucional de comunicación.
2. Que en virtud al vertiginoso desarrollo en las técnicas de comunicación, se hace necesario considerar una estrategia institucional que permita un avance de la mano con el desarrollo tecnológico de los medios de información a través de las diversas herramientas tecnológicas a fin de mantener informado al público interno y externo del MTSS sobre su quehacer diario en pro del cumplimiento de los derechos laborales de las personas trabajadoras.
3. Que resulta de suma importancia que la institución cuente con estrategia de comunicación, que permita una unificación en el manejo de la información y mediante una estrecha coordinación entre la oficina de prensa y las diferentes direcciones y departamentos de la institución, de manera tal que todo cuanto se informe o divulgue sea fácilmente identificado por los diferentes públicos como información del Ministerio de Trabajo.

Por tanto:

PRIMERO: Se emite la presente **DIRECTRIZ** para implementar una estrategia de comunicación institucional eficiente y efectiva tanto a nivel externo como interno que posicione al MTSS como la institución rectora y ejecutora de la política laboral y de

seguridad social de Costa Rica, para las personas trabajadoras, empleadoras, pensionadas y de otros sectores sociales vulnerables, según corresponda por ley, para propiciar el trabajo digno y contribuir al desarrollo y la justicia social; dirigida a todos los funcionarios del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social.

Segundo. La Oficina de Prensa debe ser entendida por los jefes y directores y coordinadores técnicos de la institución, así como por el resto de funcionarios como un medio de asesoría, orientación y apoyo en las diferentes iniciativas que se plantean en las diferentes dependencias del MTSS.

Tercero. Para el cumplimiento de este objetivo se establecen lineamientos específicos de acuerdo con el quehacer de cada una de las Direcciones del MTSS y los programas medulares de cada una de ellas.

Cuarto. Toda información a nivel de comunicación y divulgación de derechos y servicios institucionales debe ser gestionada a través de la oficina de prensa o bien mediante una coordinación previa de cualquier publicación o declaración, esto con el objetivo de evitar sesgos informativos o mal uso de los signos externos de la institución.

Quinto. Se debe posicionar al Ministerio de Trabajo como una institución de servicio a la población trabajadora de Costa Rica que permite luchar contra la pobreza mediante programas como FODESAF, PRONAMYPE, PRONAE y EMPLEATE, entre otros.

Sexto. Al lado de la lucha contra la pobreza, el MTSS es el ente rector del cumplimiento de los derechos laborales de las personas trabajadoras de Costa Rica, esta estrategia buscará contrarrestar la visión popular de una institución “policía”.

Séptimo. A nivel interno de la institución, se promoverá un conocimiento más claro del trabajo realizado por cada dependencia del MTSS a fin de que los funcionarios y funcionarias conozcan con claridad el quehacer de la institución, de manera que esta sirva también como base para el desarrollo de una modalidad de atención integral del usuario, en el que este sea beneficiario no de un único programa sino de diversos programas institucionales.

Octavo. Para la permanencia y reforzamiento de las labores que la Oficina de Prensa ha venido realizando, se realizan las siguientes acciones:

- Cobertura de actividades oficiales del MTSS: Las actividades oficiales a las que asistan los jefes y Directores o jefes de las dependencias institucionales deberán ser coordinadas o al menos informadas a la Oficina de Prensa para que los funcionarios de esta valoren la pertinencia de dar cobertura a las mismas.
- Acompañamiento a fuentes de información en entrevistas de los Medios de Comunicación: Los encargados de prensa, en la medida de lo posible, acompañarán a las fuentes autorizadas cuando sean requeridas por los medios de comunicación a fin de evitar sesgos informativos o malas interpretaciones a la hora de publicar las notas. De cada entrevista se llevará un registro de audio que tendrá la Oficina de Prensa en sus archivos.
- Coordinación de logística y protocolo de actos oficiales: Los actos oficiales organizados o coordinados por el Ministerio de Trabajo, deberán contar con el apoyo logístico de la Oficina de Prensa, para estos efectos, las dependencias inmersas en la organización del acto llenarán una “Lista de cotejo” suministrada por la OP para establecer las responsabilidades de cada dependencia en los diferentes requerimientos que el acto demande.

Se propone, además, una reformulación de otras acciones realizadas por la Oficina de Prensa:

- Boletín informativo *Trabajamos*: durante la administración 2010-2014, la Oficina de Prensa retomó la elaboración de un boletín informativo institucional, luego de no contar con esta herramienta durante 8 años. Este boletín se ha posicionado en el público interno y externo del MTSS, por lo que se propone darle una visión diferente al agregarle un rostro más humano, considerando notas no solo informativas sino de sensibilidad para los funcionarios y funcionarias de la institución, además de abrir una ventana para quienes sientan la necesidad de escribir sobre sus tareas diarias en la institución.

- Monitoreo de medios de comunicación: El proceso de monitoreo que se realiza en este momento es únicamente de archivo de información; se propone realizar un trabajo más analítico del manejo noticioso de manera que esto sirva de insumo para la estrategia informativa del MTSS así como una herramienta para los jefes de la institución de manera que puedan conocer de primera mano la visión que tienen los Medios de Comunicación sobre el trabajo realizado por el MTSS .
- Redes Sociales: Sistematizar el análisis de la atención de consultas en las redes sociales de manera mensual, de manera que sirva de insumo para realizar acciones específicas en torno a los temas más manejados por el público de las Redes Sociales.
- Sitio WEB: El sitio del MTSS, actualmente manejado por el Departamento de Tecnologías de Información y Comunicación (DTIC), deberá estar manejado en cuanto a contenidos por la Oficina de Prensa en coordinación permanente con el funcionario encargado de soporte técnico del DTIC.
- Imagen institucional: Se propone manejar una serie de lineamientos en el manejo de los signos externos de la institución, de forma tal que todos los recursos visuales utilizados por los diversos funcionarios de la institución mantengan una misma línea en el formato de sus presentaciones o documentos de uso externo e interno. Esto permite una identificación inmediata de la institución en cualquier lugar que sea visto. Se establecerá un libro de marca con los lineamientos generales de uso de signos externos institucionales. Todo documento oficial emitido por el MTSS deberá contar con el visto bueno de la Oficina de Prensa en cuanto a cuestiones de forma se refiera.

Noveno. La implementación de esta estrategia es posible de realizar con los recursos humanos con que cuenta la institución actualmente, no obstante se podrá reorganizar para un mejor aprovechamiento; en este sentido, la institución cuenta con un funcionario experto en diseño gráfico que ha sido capacitado por el Ministerio de Trabajo que se ha integrado al equipo de comunicación para sacar un mejor provecho de este recurso.

Décimo. Se presentan las acciones informativas por programa que deben desarrollarse como parte de esta estrategia de comunicación institucional. Las mismas se pueden desarrollar

mediante la programación de pauta informativa o bien, como el resultado de gestiones de *publicity* y alianzas estratégicas.

Programa	Objetivo	Público Meta	Ubicación	Medios recomendados
Estrategia Nacional de Empleo	Posicionar el tema del empleo de calidad como una prioridad para el estado en su lucha contra la pobreza	Patronos, personas trabajadoras, cámaras empresariales	Nacional	Medios escritos de circulación nacional, televisoras nacionales, publicidad exterior, redes sociales
Salario Mínimo	Sensibilizar a personas trabajadoras y empleadoras sobre la importancia del cumplimiento del pago del salario mínimo para el desarrollo socioeconómico del país	Patronos, personas trabajadoras, cámaras empresariales	GAM, Región Brunca, Región Chorotega	Medios escritos de circulación nacional, traseras de bus, mupis, radio, revistas especializadas, redes sociales e internet
Derechos laborales	Informar a las personas trabajadoras sobre sus derechos laborales y la importancia de su cumplimiento posicionando al Ministerio como ente rector que propicia el trabajo digno y contribuye al desarrollo y la justicia social.	Personas trabajadoras Patronos Estudiantes	Nacional	Medios escritos de circulación nacional, televisoras nacionales, publicidad exterior, redes sociales
Trabajo Infantil	Sensibilizar a la sociedad costarricense sobre los efectos negativos derivados de la participación de niños, niñas y adolescentes en actividades laborales que vulneran sus derechos	Sector empresarial Comunidades específicas con alta incidencia de Trabajo Infantil Sociedad Civil	GAM, Puntarenas, Guanacaste	Medios escritos nacionales y regionales, televisión nacional y regional, radio, publicitapis, mupis.
EMPLÉATE	Promover la inserción laboral de personas jóvenes en situación de vulnerabilidad a través de opciones reales de capacitación en TICs	Personas entre los 17 y 24 años que no estudian ni trabajan en situación de vulnerabilidad Sector	GAM, Guanacaste, Limón, Puntarenas,	Programas de radio y televisión con corte juvenil, mupis, traseras de bus, publicitapis y

		empresarial		Facebook.
Aguinaldo	Promover el cumplimiento a tiempo y completo del pago del aguinaldo	Trabajadores, patronos y medios de comunicación	Todo el país	redes sociales, medios escritos de circulación nacional
Migraciones Laborales	Informar a las personas trabajadoras extranjeras y a sus patronos sobre la importancia de la legalización y el cumplimiento de los derechos laborales en una condición equitativa con la población nacional	Personas trabajadoras migrantes Patronos	GAM, Zonas fronterizas	Radio y medios escritos
PRONAMYPE	Posicionar el Programa en los medios de comunicación colectiva como una herramienta real y accesible en la lucha contra la pobreza.	Asociaciones de desarrollo comunal y cooperativas	GAM, comunidad es rurales claves para el Programa	TV, Radio y medios escritos
FODESAF	Implementar una campaña informativa y publicitaria agresiva sobre el impacto que tiene el Fondo en la lucha contra la pobreza, identificando los programas específicos a los que va dirigida la ayuda social del Fondo.	Trabajadores, patronos y medios de comunicación	Todo el país	TV, Radio y medios escritos

Décimo Primero. Rige a partir de esta fecha.

San José, a los cinco días del mes de enero del año dos mil quince.

Víctor Morales Mora
Ministro de Trabajo y Seguridad Social