



Presidencia de la República  
Secretaría de Comunicación Institucional

**Manual de Gestión General de la Secretaría de Comunicación Institucional  
Presidencia de la República  
FEBRERO 2010**

<b>1. OBJETO .....</b>	<b>2</b>
<b>2. REFERENCIAS.....</b>	<b>2</b>
<b>3. DEFINICIONES .....</b>	<b>2</b>
<b>4. ASPECTOS LEGALES .....</b>	<b>2</b>
<b>5. MISIÓN .....</b>	<b>2</b>
<b>6. COMETIDOS.....</b>	<b>2</b>
<b>7. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....</b>	<b>3</b>
<b>8. ORGANIGRAMA.....</b>	<b>8</b>
<b>9. COMETIDOS ESPECÍFICOS POR ÁREA.....</b>	<b>10</b>
<b>10. PRODUCTOS DE LA SCI.....</b>	<b>12</b>
<b>11. RECURSOS HUMANOS .....</b>	<b>14</b>
<b>12. ANTECEDENTES HISTÓRICOS .....</b>	<b>16</b>
<b>13. ESTADO DE SITUACIÓN 01/03/2005 Y BALANCE DE LO ACTUADO ...</b>	<b>17</b>
<b>14. TABLERO DE CONTROL .....</b>	<b>21</b>
<b>15. PROYECTO QUINQUENAL .....</b>	<b>23</b>



**Presidencia de la República  
Secretaría de Comunicación Institucional**

## **1. OBJETO**

Establecer las acciones principales, Misión, Visión y Estrategia de la Secretaría de Comunicación Institucional, así como su estructura de funcionamiento.

## **2. REFERENCIAS**

- Antecedentes históricos de la Organización **(REF\_SCI\_001)**
- Estado de situación de la Organización al 1 de marzo de 2005 y balance de los actuado **(REF\_SCI\_002)**
- Plan Quinquenal de Gastos e Inversiones 2005-2009 **(REF\_SCI\_003)**

## **3. DEFINICIONES**

SCI es la Secretaría de Comunicación Institucional perteneciente al Inciso 02: Presidencia de la República, Unidad Ejecutora 001: Servicios de Apoyo a la Presidencia de la República.

## **4. ASPECTOS LEGALES.**

Por el artículo 55 de la Ley Número 18.362, de 6 de octubre de 2008 se crea en el Inciso 02, Presidencia de la República, Unidad Ejecutoria 001 “Servicios de Apoyo a la Presidencia de la República, la “Secretaría de Comunicación Institucional” en sustitución de la “Secretaría de Prensa y Difusión”, creada por el inciso primero del artículo 115 de la Ley Número 15.809, de 8 de abril de 1986.

## **5. MISIÓN – OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

Participar activamente en la instrumentación de la comunicación institucional del Poder Ejecutivo, promoviendo la utilización adecuada de herramientas, recursos humanos y materiales, que asegure una eficiente comunicación con la Sociedad.

## **6. COMETIDOS**

### **a) COMETIDOS SUSTANTIVOS:**

- 1) Implantar la estrategia de comunicación definida por el Poder Ejecutivo.



**Presidencia de la República  
Secretaría de Comunicación Institucional**

- 2) Proponer estrategias y políticas de comunicación institucional
- 3) Desarrollar acciones de comunicación que:
  - Garanticen la transparencia de la información.
  - Transmitan a la sociedad las políticas públicas del Gobierno.
  - Garanticen amplia difusión y cobertura en todo el territorio nacional.
  - Permitan relevar la opinión de la población respecto a las políticas desarrolladas por el Gobierno.
  - Pongan a disposición de la sociedad, elementos de juicio que enriquezcan la formación de opinión pública.
- 4) Promover la profesionalización de la comunicación institucional del Gobierno.
- 5) Promover, impulsar y coordinar la comunicación transversal entre las organizaciones de Gobierno.
- 6) Desarrollar mecanismos de relación con los medios de comunicación de todo el territorio nacional en procura de facilitar el pleno desarrollo de la labor de los periodistas y promover ámbito de trabajo en conjunto con ellos.
- 7) Evaluar la capacidad de penetración en la sociedad de los instrumentos de comunicación utilizados.
- 8) Brindar servicio técnico audiovisual a todas las reparticiones de la Presidencia de la República.
- 9) Brindar, de acuerdo con las posibilidades, servicio técnico audiovisual y de asesoramiento a todos los organismos de Gobierno que lo soliciten.
- 10) Organizar, mantener actualizado y preservar el archivo de comunicación institucional.
- 11) Recopilar la información contenida en los medios de comunicación, elaborar resúmenes y transmitirlos a los actores de Gobierno.
- 12) Observar la legalidad de los procedimientos de comunicación institucional.

**b) COMETIDOS DE APOYO A LOS SUSTANTIVOS:**

- 1) Gerenciar los recursos humanos, materiales y financieros.
- 2) Brindar asesoramiento específico sobre su área de competencia a solicitud del Poder Ejecutivo.

**7. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA**

Por el Artículo 56 de la Ley Número 18.362, de 6 de octubre de 2008 se crean cuatro cargos de Dirección en el Escalafón CO (Conducción), Sub-escalafón "CO", grado 16, en el Sistema Integrado de Remuneraciones y Ocupaciones "SIRO", que dependerán directamente de la Dirección de la Secretaría de Comunicación Institucional:



**Presidencia de la República  
Secretaría de Comunicación Institucional**

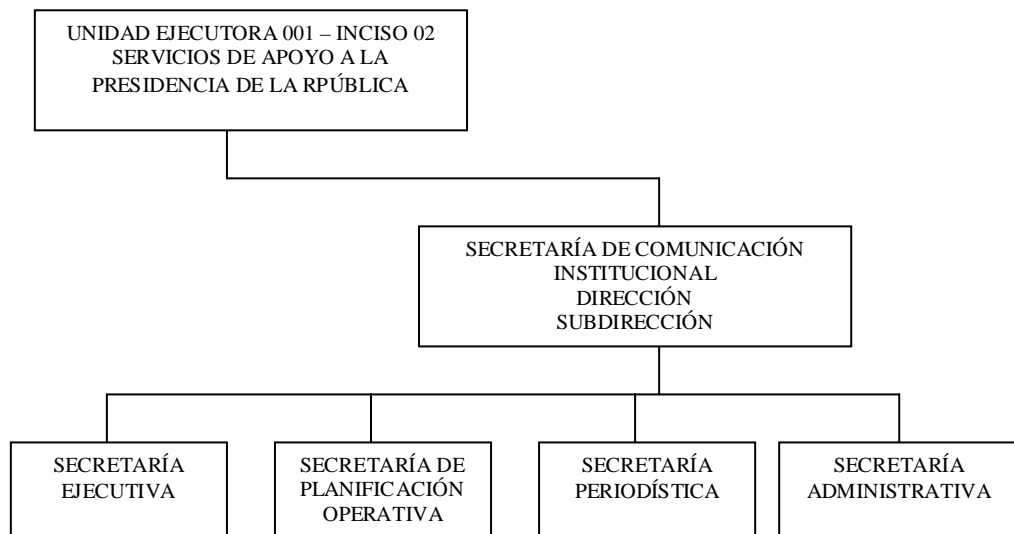
Director de la Secretaría Ejecutiva  
Director de la Secretaría de Planificación Operativa  
Director de la Secretaría Periodística  
Director de la Secretaría Administrativa

Con fecha 19 de octubre de 2009, el Presidente de la República decreta la aprobación de la estructura organizacional de la Secretaría de Comunicación Institucional.

## **7.1. ORGANIZACIÓN**

La estructura organizativa de la Secretaría de Comunicación Institucional se refleja en el diagrama expuesto a continuación “Organización para el Cumplimiento de Cometidos”.

“Organización para el Cumplimiento de Cometidos”



## **7.2. DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES ASIGNADAS A LAS DISTINTAS UNIDADES ORGANIZATIVAS.**

### **7.2.1- DIRECCIÓN**

1. Proponer estrategias y desarrollar las acciones necesarias para implantar las políticas de comunicación establecidas por el Poder Ejecutivo.
2. Asesorar al Poder Ejecutivo en materia de comunicación institucional.



**Presidencia de la República  
Secretaría de Comunicación Institucional**

3. Planificar, dirigir, coordinar y controlar el cumplimiento de los cometidos sustantivos de la unidad y administrar sus recursos humanos y materiales.

### **7.2.2- SECRETARÍA ADMINISTRATIVA**

1. Promover el cumplimiento de políticas, normas, estándares y procedimientos en materia de secretaría, gestión humana y administración de la SCI.
2. Velar por el cumplimiento del marco normativo y funcionamiento general de la Secretaría.
3. Efectuar el seguimiento y control de las comunicaciones que presenten los ciudadanos, proporcionando las respuestas solicitadas o canalizando los requerimientos hacia las organizaciones especializadas.
4. Gestionar la distribución de los productos comunicacionales de la SCI hacia sus destinatarios finales.
5. Gestionar las necesidades de insumos para funcionamiento e inversiones de la SCI.
6. Prestar apoyo logístico para la gestión de los recursos humanos, tecnológicos y materiales de la SCI.
7. Coordinar, tramitar y ejecutar cuando corresponda, la emisión y/o obtención de documentos de acreditación para periodistas propios o externos a la SCI.

### **7.2.3- SECRETARÍA DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA**

1. Promover y coordinar la comunicación transversal entre las organizaciones de Gobierno, impulsando la realización de talleres de coordinación institucional.
2. Desarrollar mecanismos de relación con los medios de comunicación de todo el territorio nacional en procura de facilitar el pleno desarrollo de la labor de los periodistas y promover ámbitos de trabajo conjunto con ellos.
3. Proponer estrategias de comunicación institucional.
4. Desarrollar acciones de comunicación que:
  - Transmitan a la sociedad las políticas públicas del Gobierno.
  - Garanticen amplia difusión y cobertura en todo el territorio nacional.
  - Pongan a disposición de la sociedad, elementos de juicio que enriquezcan la formación de opinión pública.
5. Planificar, dirigir y ejecutar la provisión de audio para las actividades del Poder Ejecutivo en todo el país, gestionando instalaciones fijas y móviles de amplificación y grabación para su publicación en Internet o la utilización por medios de radio broadcasting.
6. Brindar de acuerdo a las posibilidades, servicio técnico de audio y de asesoramiento a los organismos de Gobierno que lo soliciten, coordinando con sus unidades de comunicación la realización de producciones de



**Presidencia de la República**  
**Secretaría de Comunicación Institucional**

amplificación o registros digitales de sonido.

7. Organizar, mantener actualizado y preservar el archivo de comunicación institucional.

8. Supervisar la realización del mantenimiento preventivo del equipamiento y el respaldo del archivo de audio en medios ópticos.

9. Asistir a las restantes áreas de la SCI durante actividades del Poder Ejecutivo en todo el país, en el acopio, conservación, traslado, armado y desarme de estructuras o elementos tecnológicos o arquitectónicos pesados.

10. Diseñar, producir y emitir para todo el país las programaciones radiales del Poder Ejecutivo.

11. Supervisar el montaje y la operación de los sistemas de amplificación, registro y distribución de sonido de la SCI y si corresponde, ejecutar directamente esas acciones en los casos de arquitectura compleja de dichos sistemas o de actividades especialmente sensibles que desarrolle el Poder Ejecutivo.

#### **7.2.4- SECRETARÍA EJECUTIVA**

1. Coordinar la aplicación de los recursos y medios tecnológicos para el cumplimiento de los objetivos de comunicación institucional de la SCI, incluyendo el servicio de televisión, fotografía y registros electrónicos, como asimismo la puesta al aire de una señal de TV a través de Internet.

2. Proponer estrategias de desarrollo tecnológico de la SCI.

3. Promover, impulsar y coordinar la realización de talleres de transferencia de conocimientos dentro y fuera de la SCI.

4. Coordinar y dirigir la prestación de servicios de TV, iluminación, producción y fotografía de los eventos de comunicación de la SCI, o solicitados por otras Organizaciones.

5. Interactuar con grupos específicos u otras unidades de comunicación, en el desarrollo y realización de producciones TV.

6. Protocolizar y coordinar la digitalización del acervo histórico de televisión y fotografía para su uso público a través del Archivo de la Imagen del SODRE.

7. Realizar la cobertura fotográfica y fílmica de las actividades del Poder Ejecutivo dentro y fuera del país, seleccionando y produciendo en formatos adecuados los archivos digitales para su publicación en Internet, medios impresos o televisión broadcasting.

8. Realizar el mantenimiento preventivo de equipamiento y el respaldo de los archivos fotográfico y televisivo en medios ópticos.

9. Generar señales de televisión en ocasión de eventos del Poder Ejecutivo en cualquier punto del país, transmitiendo en vivo la misma a través de Internet o facilitándola a los canales abiertos de televisión para su utilización.

10. Realizar el registro computarizado permanente de las principales



**Presidencia de la República  
Secretaría de Comunicación Institucional**

transmisiones de radio de Montevideo y televisión de Montevideo y exterior.

#### **7.2.4- SECRETARÍA PERIODÍSTICA**

1. Diseñar y ejecutar la agenda de cobertura periodística para los eventos de gobierno u otros de generación propia, coordinando el envío electrónico de los contenidos generados para su publicación en el Sitio Web Institucional de la Presidencia.
2. Coordinar y ejecutar la generación de contenidos periodísticos para Internet y/o publicaciones gráficas.
3. Realizar el diseño y desarrollo de portales escalables para Intranet o Internet, vigilando su adecuado mantenimiento y la actualización de sus contenidos.
4. Promover ámbitos de trabajo en conjunto con periodistas de todo el país, para relevar los grupos de interés y las diferentes necesidades a ser atendidas.
5. Desarrollar trabajos de investigación periodística que puedan ser usados parcial o totalmente en la elaboración de contenidos originales de la SCI.
6. Asistir a otras Organizaciones o participar de grupos de trabajo, para coordinar la generación de contenidos comunicacionales especiales por demanda.
7. Compilar la información legal generada desde el Poder Ejecutivo, para ser publicada en el Sitio Institucional de la Presidencia.

#### **7.3. ESTRUCTURA DE PUESTOS DE TRABAJO**

##### **7.3.1- DIRECCIÓN**

De acuerdo a lo dispuesto por el artículo 116 de la Ley 15.809 del 8 de abril de 1986 estará integrada por el Director y el Sub-Director.

Ambos cargos son de Particular Confianza y designados directamente por el Presidente de la República, correspondiendo al Director el Escalafón Q literal c) y al Sub-Director el Escalafón Q literal d).

##### **7.3.2- DIRECTORES DE LAS SECRETARÍAS**

Los Directores de las Secretarías dependerán directamente del Director de la Secretaría de Comunicación Institucional.

Son cargos presupuestados según lo dispuesto por artículo 56 de la Ley 18.362 del 15 de octubre de 2008, correspondientes al Escalafón CO "Conducción", Subescalafón CO2, Grado 16, habiéndose efectuado las equivalencias por la Oficina Nacional de Servicio Civil, a un Escalafón A Grado 16 y a tres escalafones D, grado 14, según resoluciones Número



**Presidencia de la República  
Secretaría de Comunicación Institucional**

000007/2009, de fecha 16 de enero de 2009 y Número 000065/2009, de fecha 16 de abril de 2009. Las equivalencias de los cargos, fueron ratificadas por Decreto del Presidente de la República en acuerdo con el Ministerio de Economía y Finanzas, con fecha 19 de octubre de 2009.

### **7.3.3- DEPARTAMENTOS**

De la Dirección de la Secretaría Administrativa, dependen el:

- Departamento de Secretaría
- Departamento de Administración y Recursos Humanos

De la Dirección de la Secretaría de Planificación Operativa, dependen el:

- Departamento de Audio
- Departamento de Logística

De la Dirección de la Secretaría Ejecutiva, dependen el:

- Departamento de Televisión
- Departamento de Fotografía
- Departamento de Producción
- Departamento de Registros

De la Dirección de la Secretaría Periodística, dependen el:

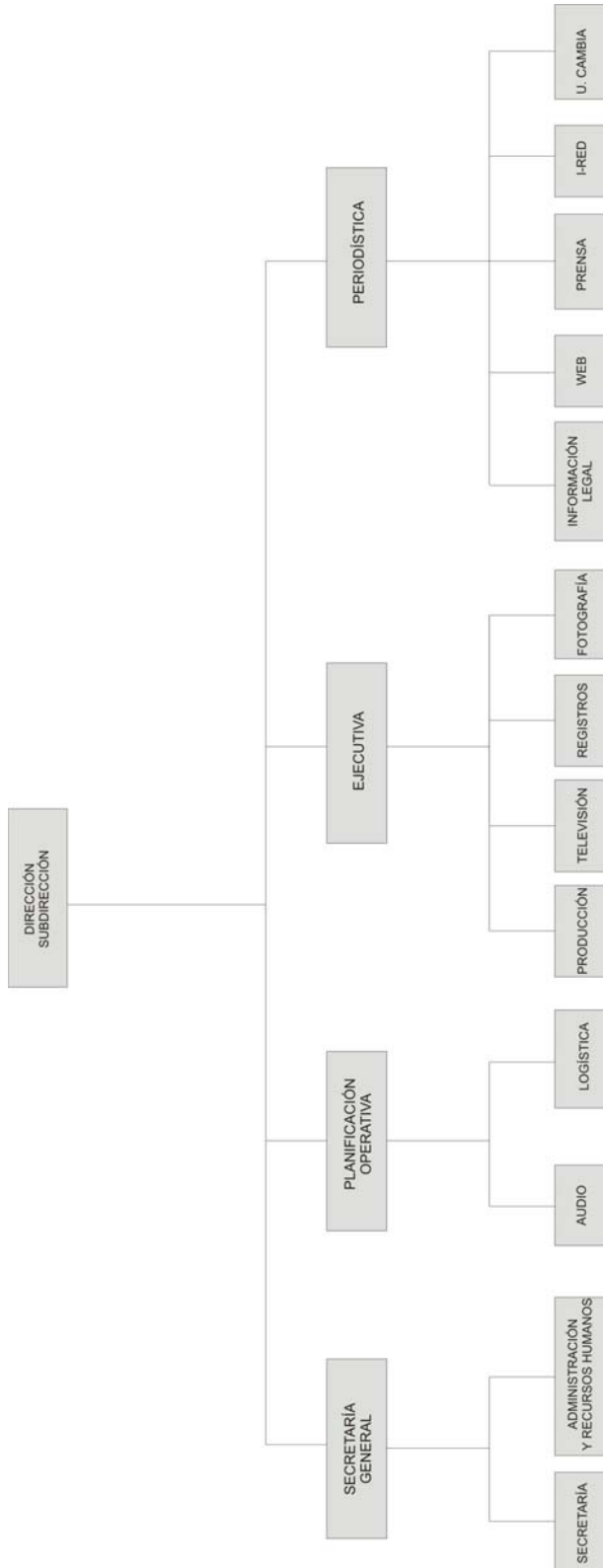
- Departamento de Prensa
- Departamento de I-Red
- Departamento de Uruguay Cambia
- Departamento de Página Web





Presidencia de la República  
Secretaría de Comunicación Institucional

8. ORGANIGRAMA





**Presidencia de la República  
Secretaría de Comunicación Institucional**

## **9. COMETIDOS ESPECÍFICOS POR ÁREA**

### **PÁGINA WEB.**

Realizar el diseño y desarrollo de portales escalables para Intranet o Internet, supervisando su adecuado mantenimiento y realizando la actualización permanente de sus contenidos.

### **FOTOGRAFÍA:**

Realizar la cobertura fotográfica de las actividades del Poder Ejecutivo dentro y fuera del país, seleccionando y produciendo en formatos adecuados, los archivos digitales para su publicación en Internet o medios impresos. Realizar el mantenimiento preventivo de equipamiento y el respaldo del archivo fotográfico en medios ópticos.

### **PRENSA:**

Realizar la cobertura periodística de las actividades del Poder Ejecutivo dentro y fuera del país, generando contenidos de información escrita para su publicación en Internet o medios impresos. Generar contenidos de información propios basados en investigaciones periodísticas originales.

### **TELEVISIÓN:**

Realizar la cobertura fílmica de las actividades del Poder Ejecutivo dentro y fuera del país, editando y post-produciendo en formatos adecuados, los archivos de video digital para su publicación en Internet o la distribución magnetoscópica a medios de televisión broadcasting. Realizar el mantenimiento preventivo de equipamiento y el respaldo del archivo televisivo en medios ópticos. Generar señales de televisión en ocasión de eventos en cualquier punto del país, transmitiendo en vivo la misma a través de Internet o facilitándola a los canales de televisión para su utilización.

### **PRODUCCIÓN:**

Producir y realizar el programa de televisión Informe Semanal, realizando multicopiado óptico a gran escala para su distribución semanal en todo el país. Asistir en la producción de otras realizaciones audiovisuales internas o externas a la Organización.

### **AUDIO:**

Planificar, dirigir y ejecutar la provisión de audio para las actividades del Poder Ejecutivo en todo el país, gestionando instalaciones fijas y móviles de amplificación y grabación, generando en formatos adecuados los archivos de audio digital para su publicación en Internet o la utilización por medios de



**Presidencia de la República  
Secretaría de Comunicación Institucional**

radio broadcasting. Realizar el mantenimiento preventivo del equipamiento y el respaldo del archivo de audio en medios ópticos. Realizar la generación de sonido para el programa Informe Semanal.

**LOGÍSTICA:**

Asistir a las restantes áreas de la organización durante actividades del Poder Ejecutivo en todo el país, en el acopio, conservación, traslado, armado y desarme de estructuras o elementos tecnológicos o arquitectónicos pesados, realizando además el montaje de las plataformas de alimentación eléctrica necesarias en cada caso.

**INFORMACIÓN LEGAL:**

Compilar la información legal generada desde el Poder Ejecutivo, para ser publicada en el Sitio Institucional de la Presidencia en Internet.

**IRED:**

Monitorear, sintetizar y producir dos resúmenes diarios de las principales noticias coyunturales difundidas o publicadas por los medios radiales, escritos y televisivos, para su publicación a través de Internet y su puesta a disposición de los integrantes del Poder Ejecutivo.

**URUGUAY CAMBIA:**

Producir, diagramar y realizar para su publicación en Internet y en formato impreso, un resumen semanal original de las principales actividades del Poder Ejecutivo en todo el país.

**REGISTROS:**

Realizar el registro computarizado permanente de las principales transmisiones de radio de Montevideo y televisión de Montevideo y exterior. Realizar el mantenimiento preventivo del equipamiento y proporcionar por demanda, contenidos específicos en medios ópticos.

**SECRETARÍA:**

Recibir y realizar las comunicaciones telefónicas de la Organización, confeccionar las órdenes de servicio para las diferentes actividades de comunicación institucional del Poder Ejecutivo, mantener y actualizar las bases de datos de: medios de comunicación, agenda telefónica, órdenes y pedidos de servicios. Implementar la distribución hacia los destinatarios finales, de los productos de la Organización: Informe Semanal, Uruguay Cambia, correspondencia, etc.



**Presidencia de la República  
Secretaría de Comunicación Institucional**

**ADMINISTRACIÓN Y RECURSOS HUMANOS:**

Gestionar las necesidades de insumos para funcionamiento y de inversiones de la Organización, tramitación de viáticos, solicitudes y rendición de partidas a rendir cuentas ante eventos especiales del Poder Ejecutivo, producción de carné para periodistas acreditados ante la organización.

Tramitación de formularios para funcionarios, supervisión de registro de faltas y labores fuera de horario, protocolarizar el plan anual de licencias de la organización y gestionar la confección de las calificaciones del funcionariado.

**10. PRODUCTOS DE LA SCI**

**10.1. PRODUCTOS INTERNOS**

**1. IRED**

- a. Sitio web especializado, dedicado a jerarquías de gobierno, que resume en 2 ediciones diarias, un compendio de noticias difundidas por la prensa escrita y televisiva del Uruguay.

**2. REGISTROS**

- a. Sistema telemático de registro digitalizado permanente, de la programación emitida por canales de televisión y radios de Montevideo.

**10.2. PRODUCTOS EXTERNOS**

**1. PÁGINA WEB**

- a. Sitio Institucional de la Presidencia de la República en Internet diseñado y administrado por la SCI, en el que se publican: informaciones legales, documentos, contenidos de comunicación propios, audios, fotografías y videos.

**2. URUGUAY CAMBIA**

- a. Publicación gráfica y electrónica de carácter semanal, que resume la agenda gubernativa del Poder Ejecutivo.

**3. INFORME SEMANAL**

- a. Programa de televisión de carácter semanal, dedicado a divulgar temas de interés de la acción de gobierno, a la vez que informar a la ciudadanía sobre los logros en las diferentes áreas del quehacer nacional.



**Presidencia de la República**  
**Secretaría de Comunicación Institucional**

**4. COBERTURA GUBERNAMENTAL**

- a. Cobertura periodística en las áreas de prensa, fotografía y televisión de las actividades gubernamentales, con posterior procesamiento y generación de contenidos propios, para su difusión en medios de comunicación o a través de Internet.

**5. SERVICIOS DE AUDIO**

- a. Planificación, dirección y ejecución de servicios de audio en el Gobierno, gestionando las instalaciones fijas y móviles de amplificación, grabación y difusión.

**6. REALIZACIÓN DE EVENTOS**

- a. Diseño, planificación, dirección y ejecución de actividades institucionales de comunicación y difusión del gobierno, en el marco de eventos, cumbres o congresos que se realicen en el país.

**7. DIFUSIÓN**

- a. Divulgación a nivel de los medios de comunicación o vía electrónica a través de Internet, de las actividades de gobierno, en las áreas de gráficos, audio, fotografía y televisión.

**8. VIAJES OFICIALES AL EXTERIOR**

- a. Planificación, dirección y ejecución de la cobertura de prensa, audio, fotografía y televisión, de los viajes oficiales al exterior del país, realizando la generación de contenidos propios de cada evento y enviándolos a través de Internet para ponerlos a disposición de los medios de comunicación interesados en su uso parcial o total.

**10.3. PRODUCTOS FUTUROS**

**1. PRODUCCIÓN**

- a. Creación, producción y realización de contenidos de comunicación gráficos y audiovisuales por demanda, para todos los Organismos de gobierno que lo soliciten.

**2. RADIO WEB**

- a. Señal de radio producida y realizada con contenidos propios de gobierno, que estará a disposición de los usuarios a través de Internet o por fibra óptica para los medios de comunicación



**Presidencia de la República  
Secretaría de Comunicación Institucional**

interesados en su uso parcial o total.

**3. SEÑAL DE TV**

- a. Señal de televisión producida y realizada con contenidos propios de gobierno, que estará a disposición de los usuarios a través de Internet o por fibra óptica cuando esta se implemente, para los medios de comunicación interesados en su uso parcial o total.

**11. RECURSOS HUMANOS**

Al momento de asumir la Organización, se contaba con 23 funcionarios, de los cuales la mayoría de ellos estaban desmotivados y sin rumbo cierto.

Además, un número tan acotado de recursos humanos, no permitía poner en marcha fácilmente los procesos de reforma de los mecanismos de trabajo que significaban la implantación de un sistema de Comunicación Institucional.

Adicionalmente, el promedio de edad de los recursos humanos era de 52 años.

En virtud de tal situación, se comenzó un proceso gradual de sondeo en otras organizaciones del Estado, donde se detectó la presencia de funcionarios públicos altamente capacitados o con amplia experiencia en materia de comunicación, los que luego de sustanciados los procedimientos para sustanciar su pase en comisión a esta Secretaría, cumplieron con un rol fundamental en la concreción de las metas planteadas.

Es así, que sin generar gastos al erario público por contrataciones u otros conceptos, tan solo optimizando los recursos humanos que el Estado disponía, se logró aumentar el número de funcionarios a la cifra de 70, disminuyendo a su vez el promedio de edad a 42 años.

Otro factor sustancial para la profesionalización de las tareas de comunicación institucional realizadas, lo constituye en grado de formación académica de buena parte de los recursos humanos incorporados bajo el régimen de comisión.

En el año 2009 y en virtud de los procedimientos legales que posibilitaron la asimilación final de funcionarios en régimen de comisión en la Presidencia de la República, más del 95% de quienes prestan funciones en la Secretaría



**Presidencia de la República  
Secretaría de Comunicación Institucional**

de Comunicación Institucional, optaron por pertenecer definitivamente a la Organización.

---

Este nuevo escenario que significó el poseer un cuadro de funcionarios óptimos para las metas globales de la Organización, fue uno de los factores decisivos para la implementación de un proceso de reforma y reestructura general de la entonces SEPREDI, transformándose en la Secretaría de Comunicación Institucional, con una estructura moderna y acorde a sus funciones.

Esta transformación, fue la que permitió concretar 3 logros fundamentales:

a) Coordinar y ejecutar, política y ejecutivamente, una agenda comunicacional común entre el Poder Ejecutivo, Ministerios, Entes y Organismos descentralizados, homogeneizando la estrategia de comunicación de logros del Gobierno. Desde la implantación del sol naciente como símbolo de la nueva Administración, hasta el diseño e implementación de un formato de funcionamiento de las Salas de Prensa o de la forma de comunicar durante las Conferencias, se consolidaron pruebas fehacientes de la transversalidad del compromiso asumido.

b) Optimizar los recursos del Estado, poniendo a disposición permanente de las organizaciones del Gobierno todo, la infraestructura integral, técnica y humana de la SCI, lo que permitió facilitar las acciones de comunicación propias de cada organización, a la vez que ahorrar sustancialmente en la adquisición de tecnología por parte de ellas o la contratación de servicios privados para tales fines.

c) Imprimir un sello de identidad institucional a la comunicación del gobierno, transformándose el Sitio Web de la Presidencia en un vehículo transparente y reconocido en la divulgación de informaciones, a la vez que referente a nivel nacional e internacional.

Finalmente, la reforma implantada en la Secretaría de Comunicación Institucional, no lo fue solo a nivel conceptual u operativo. La gran reforma la promovieron sus propios funcionarios; por ello y en virtud de las tareas de gran responsabilidad que se debieron afrontar, se puso en práctica un régimen de compensaciones por productividad, mediante el que con estricto sentido de justicia, se contempló económicamente a quienes aportaron esfuerzo, dedicación permanente, capacidad y sentido de responsable compromiso con la Misión de la organización.

---



**Presidencia de la República  
Secretaría de Comunicación Institucional**

### **Antecedentes históricos de la Organización**

Los orígenes de los cometidos de la organización, datan del texto emergente del artículo 92 del Decreto-Ley 15.738 Ley 14416 con fecha marzo de 1975, mediante el que se crea el Programa 1.09 Dirección Nacional de Relaciones Públicas (DI.NA.R.P.) para coordinar y regir las Relaciones Públicas del Uruguay.

El 21 de octubre de 1985, se deroga el artículo de creación referido, más los artículos complementarios 93 y 94 de la Ley 14.416, y se crea en su sustitución el Programa 009 “Información y Comunicaciones”, cuya unidad ejecutora 007 sustituye a la DI.NA.R.P. y adopta la denominación de Secretaría de Información de Presidencia (S.I.PRE). En la rendición de cuentas del año 1990, presentada el 1 de marzo de 1991, se deroga y por tanto se suprime definitivamente lo actuado en 1975, y en el artículo 105 de la Ley 15809, se habilita la creación por parte de la Secretaría de la Presidencia, de la Secretaría de Prensa y Difusión (SE.PRE.DI), denominación que se mantiene hasta 2008.

Por el artículo 55 de la Ley Número 18.362, de 6 de octubre de 2008 se crea en el Inciso 02, Presidencia de la República, Unidad Ejecutoria 001 “Servicios de Apoyo a la Presidencia de la República, la “Secretaría de Comunicación Institucional” en sustitución de la “Secretaría de Prensa y Difusión”, creada por el inciso primero del artículo 115 de la Ley Número 15.809, de 8 de abril de 1986.

---





**Presidencia de la República  
Secretaría de Comunicación Institucional**

Estado de situación de la Organización al 1 de marzo de 2005 y balance de lo actuado

El 1 de marzo de 2005, al asumir la Presidencia de la República el Dr. Tabaré Vázquez, se asume la conducción de la SEPREDI, con el siguiente estado de situación:

- Desmotivación de todo el funcionariado ante la carencia de una cadena de mando.
- Incertidumbre ante la prohibición de participar en una transición fluida con las nuevas autoridades.
- Ineficacia e Ineficiencia de las funciones por el cumplimiento de objetivos poco claros.
- Recursos informáticos obsoletos en estado crítico.
- Recursos tecnológicos obsoletos y muchos de ellos fuera de funcionamiento, en las áreas de: televisión, fotografía, audio, página web.
- Recursos humanos menguados por la implementación de una política de constricción de la misiones que se cumplían.
- Falta de rumbo o metas precisas.
- Oficina dependiente exclusivamente de la Presidencia, sin rango alguno, valoración interna o externa y organización estructural.

Desde el inicio de la administración se propuso mediante un trabajo colectivo con los funcionarios:

- Diseñar un plan estratégico para el quinquenio: visión y misión, organización, inversiones, funcionamiento y capacitación
- Transformar la organización en una herramienta de comunicación institucional del gobierno todo
- Incrementar los recursos humanos, buscando un alto grado de profesionalización
- Poner un claro énfasis en servir a los ciudadanos desde la comunicación institucional

Fue así que se plantearon como metas del Quinquenio:

- Año 2005: Diseño del proyecto y recuperación tecnológica y humana
- Año 2006: Implantación del modelo de comunicación institucional
- Año 2007: Consolidación de las metas planteadas
- Año 2008: Fortalecimiento de las metas planteadas
- Año 2009: Mantenimiento del modelo
- Año 2010: Transición al nuevo Gobierno



**Presidencia de la República  
Secretaría de Comunicación Institucional**

**Logros 2005 – 2006:**

- Implantación de un modelo de comunicación institucional ( p,ej: salas de prensa, talleres temáticos, horizontalización).
- La organización aumenta su producción periodística, fotográfica, televisiva y de audio en un 1.200%
- Se potencia el relacionamiento con los medios y a través de ellos con la ciudadanía
- Se inicia la coordinación de una agenda institucional global del gobierno.

**Logros 2006 – 2007:**

- Se consolida el proyecto institucional de comunicación del gobierno (agenda común, diálogo con los actores políticos, sensibilidad y oportunidad)
- La organización aumenta su producción periodística, fotográfica, televisiva y de audio en un 900 % sobre el año anterior.
- La demanda de servicios consume las posibilidades
- La Cumbre Iberoamericana brinda una oportunidad inmejorable para desarrollar la organización
- Se desarrollan Mecanismos de Cooperación Internacional y se obtienen por esa vía 170 equipos de computación que no solo potencia a la Organización sino que además benefician al resto de la Presidencia de la República.
- El crecimiento registrado exige una reestructura urgente de la organización

**Logros 2007 – 2008:**

- Se produce un programa de televisión
- Se mantiene la demanda de servicios del año anterior y su satisfacción
- Comienza la reestructura de la organización (OPP – ONSC)
- Finaliza el plan de inversiones para recuperación tecnológica y funcional según lo proyectado
- La organización se transforma en referente para la comunicación institucional del gobierno

**Logros 2008 – 2009**

- Se consolida la reestructura de la organización a través de la Rendición de Cuentas
- La SEPREDI se transforma en Secretaría de Comunicación Institucional, como una organización dentro de la Presidencia de



**Presidencia de la República**  
**Secretaría de Comunicación Institucional**

la República

- Se completa el equipamiento tecnológico total del quinquenio
- Se superan las metas de crecimiento en inversión planteadas y se implementan Alianzas Estratégicas con múltiples organizaciones del gobierno, que permiten ahorrar en gastos a la vez que optimizar los resultados
- Se implementa un régimen de compensaciones que permite disminuir las terribles inequidades salariales, contemplando el enorme esfuerzo realizado por los funcionarios.

Logros 2009

- Se concreta la reestructura organización de la SCI.
- Se cumplen todas las metas planteadas, manteniendo el nivel de coberturas y productos generados diariamente
- Se incorpora equipamiento de transmisión satelital de televisión
- Se realiza la mudanza a las nuevas instalaciones en Torre Ejecutiva, sin deteriorar la calidad o continuidad de los productos
- Se implementa la protocolarización de todos los procedimientos de la organización.
- Se celebra la XXXVIII Cumbre de Presidentes del MERCOSUR en el edificio Torre Ejecutiva y se implementa un Centro Internacional de Prensa en las mismas instalaciones para un total de 400 comunicadores.
- Se recibe una donación procedente de China, consistente en 40 equipos de computación de última generación que permiten sustituir y fortalecer los medios existentes.

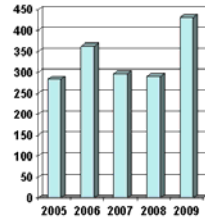


Presidencia de la República  
Secretaría de Comunicación Institucional

Algunas cifras:

- Coberturas de Audio
  - 2005: 284 eventos
  - 2006: 363 eventos
  - 2007: 298 eventos
  - 2008: 291 eventos
  - 2009: 432 eventos
  - Total: 1.668 eventos

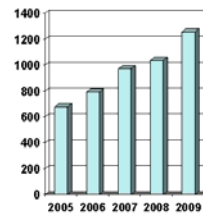
Interior: 73 eventos



Algunas cifras:

- Coberturas de Prensa
  - 2005: 679 eventos
  - 2006: 791 eventos
  - 2007: 972 eventos
  - 2008: 1038 eventos
  - 2009: 1.259 eventos
  - Total: 4.739 eventos

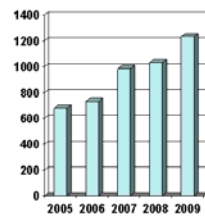
Interior: 280 eventos



Algunas cifras:

- Coberturas de Foto
  - 2005: 679 eventos
  - 2006: 732 eventos
  - 2007: 985 eventos
  - 2008: 1033 eventos
  - 2009: 1.234 eventos
  - Total: 4.663 eventos

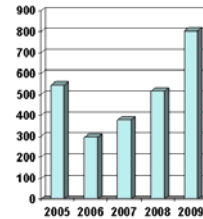
Interior: 242 eventos



Algunas cifras:

- Coberturas de TV
  - 2005: 546 eventos
  - 2006: 296 eventos
  - 2007: 379 eventos
  - 2008: 517 eventos
  - 2009: 806 eventos
  - Total: 2.544 eventos

Interior: 297 eventos





**Presidencia de la República**  
**Secretaría de Comunicación Institucional**

**TABLERO DE CONTROL DEL QUINQUENIO**  
**ÍNDICE: CANTIDADES POR DEPARTAMENTO/PRODUCTO**

**Uruguay Cambia:**

Ediciones color del quinquenio: 146

Ediciones especiales: 7 dossier

Impresiones color de distribución nacional: 125.000

**I-red**

Cantidad de ediciones publicadas en el quinquenio: 1.086

Cantidad de visitas recibidas en el quinquenio: 26.200

**Prensa:**

Cantidad de Coberturas periodísticas del quinquenio: 4.739

Cantidad de notas publicadas en el quinquenio: 6.215

Cantidad de eventos cubiertos en Montevideo en el quinquenio: 4.459

Cantidad de eventos cubiertos en el Interior en el quinquenio: 280

**Fotografía:**

Cantidad de coberturas fotográficas del quinquenio: 4.663

Cantidad de fotografías sacadas en el quinquenio: 141.768

Cantidad de fotografías publicadas en el quinquenio: 17.221

Cantidad de eventos cubiertos en Montevideo en el quinquenio: 4.421

Cantidad de eventos cubiertos en el Interior en el quinquenio: 242

**Audio:**

Cantidad de eventos de audio producidos en el quinquenio: 1.168

Cantidad de horas de audio registradas en el quinquenio: 6.400

Cantidad de archivos de audio publicados en el quinquenio: 6.150

Cantidad de transmisiones on-line efectuadas en el quinquenio: 97

Cantidad de programas Ejes de Acción realizados en el quinquenio: 29

**Televisión:**

Cantidad de coberturas televisivas en el quinquenio: 2.544

Cantidad de horas de video registradas en el quinquenio: 4.290

Cantidad de horas de video archivadas en el quinquenio: 1.616

Cantidad de videos publicados en el quinquenio: 1.728

Cantidad de programas Informe Semanal producidos en el quinquenio: 94

Cantidad de transmisiones satelitales realizadas en el quinquenio: 62

Cantidad de copias DVD Informe Semanal realizadas en el quinquenio: 13.100



**Presidencia de la República**  
**Secretaría de Comunicación Institucional**

**Web:**

Cantidad promedio de visitas mensuales del quinquenio: 11.500.000  
Cantidad aproximada de visitas del quinquenio: 690.000.000  
Cantidad promedio de usuarios mensuales del quinquenio: 107.000  
Cantidad de archivos publicados en el quinquenio: 86.700  
Peso aproximado de archivos publicados en el quinquenio: 40 Giga Bytes  
Cantidad aproximada de archivos descargados en el quinquenio: 384.000.000

**Institucionales:**

Cantidad de eventos de comunicación organizados en el quinquenio: 9  
Cantidad de cumbres organizadas en el quinquenio: 5  
Cantidad de Consejos Públicos de Ministros realizados en el Quinquenio: 26  
Cantidad de envíos al interior de contenidos comunicacionales realizados en el quinquenio a través del Correo Uruguayo: 19.680  
Cantidad de órdenes de servicio generadas en el quinquenio: 26.215

**Ahorros del quinquenio:**

Por donación china 40 computadoras: U\$S 39.200  
Por donación de 8 televisores Plasma Cumbre Iberoamericana: U\$S 14.400  
Por donación china 2 máquinas fotográficas: U\$S 6.000  
Por Alianza Estratégica ANTELDATA: U\$S 18.000  
Por Alianza Estratégica Correo Uruguayo: U\$S 7.200  
Por Alianza Estratégica ANTEL: U\$S 74.400  
Por utilización tecnología de audio Relaciones Exteriores: U\$S 68.000  
Por diseño, hosting y mantenimiento sitios Web: U\$S 23.500  
Por prestación de servicios de audio: sin valorar  
Por prestación de servicios de video: sin valorar  
Por prestación de servicios de fotografía: sin valorar  
Por prestación de servicios de organización: sin valorar



Presidencia de la República  
Secretaría de Comunicación Institucional

## PRESUPUESTO 2005-2009

### PROYECTO: SECRETARIA DE COMUNICACIÓN

<b>INVERSIONES</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>Proyectado 2006</b>	<b>Proyectado 2007</b>	<b>Proyectado 2008</b>	<b>Proyectado 2009</b>	<b>TOTALES 2006-2009</b>
Infraestructura Institucional	787.303	0	0	0	<b>787.303</b>
DIRECCION	16.475	0	0	0	<b>16.475</b>
SUBDIRECCION	11.750	0	0	0	<b>11.750</b>
SECRETARIA ADMINISTRATIVA	21.550	0	0	0	<b>21.550</b>
SECRETARIA	205.975	0	0	0	<b>205.975</b>
DEPARTAMENTO DE PRENSA	327.350	43.850	32.600	32.600	<b>436.400</b>
DEPARTAMENTO IRED	137.725	17.950	0	0	<b>155.675</b>
GRABACION DE RADIO Y TV	194.750	0	0	0	<b>194.750</b>
PRODUCCION - Equipamiento y mobiliario	178.125	0	0	0	<b>178.125</b>
PRODUCCION - Equipamiento	525.150	525.150	525.150	0	<b>1.575.450</b>
FOTOGRAFIA - Equipamiento y mobiliario	171.400	0	0	0	<b>171.400</b>
FOTOGRAFIA - Equipamiento	558.000	470.250	50.000	0	<b>1.078.250</b>
TELEVISION - Equipamiento y mobiliario	81.600	0	0	0	<b>81.600</b>
TELEVISION - Equipamiento	5.211.975	1.623.625	0	0	<b>6.835.600</b>
PAGINA WEB	156.875	0	0	0	<b>156.875</b>
DEPARTAMENTO DE AUDIO	8.668.483	4.477.800	863.425	93.500	<b>14.103.208</b>
<b>PROYECTADO DE INVERSIONES \$:</b>	<b>17.254.486</b>	<b>7.158.625</b>	<b>1.471.175</b>	<b>126.100</b>	<b>26.010.386</b>
<b>TOTALES AUTORIZADOS \$:</b>	<b>8.627.243</b>	<b>3.579.313</b>	<b>735.588</b>	<b>63.050</b>	<b>13.005.193</b>



**Presidencia de la República  
Secretaría de Comunicación Institucional**

<b>FUNCIONAMIENTO:</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>Proyectado 2006</b>	<b>Proyectado 2007</b>	<b>Proyectado 2008</b>	<b>Proyectado 2009</b>	<b>TOTALES 2006-2009</b>
Gastos de funcionamiento Institucional	634.186	635.186	635.186	635.186	<b>2.539.744</b>
Gastos derivados de actividades institucionales especiales	556.250	556.250	556.250	556.250	<b>2.225.000</b>
Gastos derivados de mantenimiento de infraestructura tecnológica	217.300	217.300	217.300	217.300	<b>869.200</b>
PRODUCCION - Publicaciones	240.000	240.000	240.000	240.000	<b>960.000</b>
FOTOGRAFIA - Equipamiento (DVD)	15.000	14.000	0	0	<b>29.000</b>
<b>PROYECTADO FUNCIONAMIENTO \$:</b>	<b>1.662.736</b>	<b>1.662.736</b>	<b>1.648.736</b>	<b>1.648.736</b>	<b>6.622.944</b>
<b>TOTALES AUTORIZADOS \$:</b>	<b>831.368</b>	<b>831.368</b>	<b>824.368</b>	<b>824.368</b>	<b>3.311.472</b>

<b>TOTALES AUTORIZADOS DE LA SECRETARIA DE COMUNICACIÓN:</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>Proyectado 2006</b>	<b>Proyectado 2007</b>	<b>Proyectado 2008</b>	<b>Proyectado 2009</b>	<b>TOTALES 2006-2009</b>
GASTOS DE INVERSIONES	8.627.243	3.579.313	735.588	63.050	<b>13.005.193</b>
GASTOS DE FUNCIONAMIENTO	831.368	831.368	824.368	824.368	<b>3.311.472</b>
<b>TOTALES AUTORIZADOS \$:</b>	<b>9.458.611</b>	<b>4.410.681</b>	<b>1.559.956</b>	<b>887.418</b>	<b>16.316.665</b>
<b>TOTALES U\$S - T/C 26,43:</b>	<b>357.874</b>	<b>166.882</b>	<b>59.022</b>	<b>33.576</b>	<b>617.354</b>