

POLÍTICA DE COMUNICACIONES DE LA FISCALÍA DE CHILE

2018 – 2022

**UNIDAD DE COMUNICACIONES
FISCALÍA NACIONAL
Santiago, julio de 2017**

CONTENIDOS

▪ POR QUÉ UNA POLÍTICA DE COMUNICACIONES	3
▪ ROL LEGAL Y MISIÓN INSTITUCIONAL DEL MINISTERIO PÚBLICO	5
▪ OBJETIVOS DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES	6
▪ PRINCIPIOS DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES	6
▪ DIRECTRICES DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES	8
▪ ROLES Y ACTORES	9
▪ SISTEMA DE COMUNICACIONES	10
▪ LAS AUDIENCIAS, CANALES Y EL LENGUAJE	12
→ Audiencias relevantes	12
→ Canales de comunicación	15
→ El lenguaje	15
▪ COMUNICACIONES INTERNAS	16
→ Objetivos de la comunicación interna	16
→ Conducción y responsabilidades	17
→ Canales	18

POR QUÉ UNA POLÍTICA DE COMUNICACIONES

“Somos la institución pública y autónoma que dirige exclusiva y objetivamente las investigaciones penales; ejercemos la acción penal pública proponiendo la mejor solución al conflicto penal, dentro del marco legal establecido, teniendo presente los intereses de las víctimas y de la sociedad, protegiendo a las primeras como, asimismo, a los testigos de delitos”¹.

Buscamos “ser una institución confiable, integrada por personas con vocación de servicio público, reconocida por la sociedad por su eficacia en la persecución penal, que involucra a víctimas y testigos en todo el proceso penal y se consolida como un actor relevante dentro del sistema de justicia”².

Estas dos declaraciones plasman el sentido, rol legal y principios de la existencia constitucional del Ministerio Público. Y encierran una serie de conceptos altamente complejos que suponen, a la vez, un buen número de desafíos, temas pendientes, logros, vacíos, fortalezas y áreas de proyección.

Palabras y conceptos como *“institución pública, autonomía, mejor solución, víctimas, sociedad, confiable, eficacia, actor relevante, sistema de justicia”* engloban buena parte de la gestión de la Fiscalía, cuyo centro está en las personas, las relaciones societales en torno al respeto a las normas de vida en común, el delito y la reparación.

Una definición ampliamente divulgada de la comunicación indica que ésta es una operación que reproduce sistemas sociales para la mantención o retención de la sociedad como tal (Niklas Luhmann), que tiene en síntesis tres elementos basales: un mensaje, información que se transmite por canales diversos, y un proceso de comprensión. La comunicación es un fenómeno humano, que nos define como especie y es exitosa cuando tiene efectos.

Hay tantas definiciones de comunicación y de comunicación organizacional como autores se han referido al tema, pero lo esencial es entender que la comunicación es la

¹ Misión institucional, Plan Estratégico Fiscalía de Chile 2016/2022, p. 28.

² Visión institucional, Plan Estratégico Fiscalía de Chile 2016/2022, p. 29.

herramienta que nos permite dar forma a estructuras complejas de cooperación, planificación y articulación de objetivos comunes. Es, por tanto, la clave para dar coherencia, generar efecto y asegurar impacto de los planes de gestión institucional.

El reconocido tratadista y filósofo de la administración Peter Drucker alguna vez sostuvo que lo más importante de la comunicación *“es escuchar lo que no se dice”*, frase que encierra uno de los enigmas y paradojas que suelen *paralizar* a las organizaciones: cada vez que hay una crisis de gestión, cuando la organización se ve envuelta en polémicas ventiladas en la prensa o cuando hay falencias de coordinación y asignación de roles dentro de la institución, entonces se llega a la conclusión de que *“tenemos un problema comunicacional”*. El problema es, por lo general, la gestión, pero una mala planificación de las comunicaciones desnuda y evidencia ante la comunidad aquello que se está haciendo mal.

¿Por qué una política de comunicaciones? Porque la comunicación es el riel por donde transita el plan de desarrollo estratégico, la gestión neta y la administración de la organización.

La comunicación se planifica. Nunca es aleatoria y actúa ex ante, no ex post.

La comunicación organizacional busca coordinar a individuos interrelacionados dentro de un entorno que es la institución, para conseguir objetivos que se han puesto en común, que han sido definidos por el colectivo y que están validados por la organización. Por ende y por su propia naturaleza, es culturalmente contextual, flexible y sujeta a evaluación y cambio permanente.

¿Qué hace una política de comunicaciones? Resuelve la ecuación entre cómo hacer que el Plan Estratégico Institucional y sus principales líneas de trabajo, acción, intervención o gestión tengan aliados externos e internos que compartan los objetivos institucionales, de modo de proyectar la credibilidad, confianza y resultados de gestión del Ministerio Público. Alinea a los equipos, ordena las actuaciones públicas comunicativas, define lo que hacemos y lo que no hacemos en materia de comunicaciones corporativas, establece principios y valores, actores y sus roles y genera un ecosistema favorable al logro de los objetivos organizacionales.

ROL LEGAL y MISIÓN INSTITUCIONAL del MINISTERIO PÚBLICO

El Ministerio Público es un organismo autónomo y jerarquizado, cuya función es dirigir en forma exclusiva la investigación de los hechos constitutivos de delito, los que determinen la participación punible y los que acrediten la inocencia del imputado y, en su caso, de ejercer la acción penal pública en la forma prevista por la ley. De igual manera, le corresponde adoptar medidas para proteger a las víctimas y a los testigos³.

En forma concordante, el Plan Estratégico Institucional 2016 -2022 (PEI) definió que la misión que caracteriza y diferencia a la Fiscalía de Chile de otros organismos es ser la institución pública y autónoma que dirige exclusiva y objetivamente las investigaciones penales, y que ejerce la acción penal pública proponiendo la mejor solución al conflicto penal, dentro del marco legal establecido, teniendo presente los intereses de las víctimas y de la sociedad, protegiendo a las primeras como, asimismo, a los testigos de delitos.

En ese contexto, el PEI estableció que para el cumplimiento de la misión institucional es “fundamental identificar las necesidades concretas de los actores clave y de los usuarios con quienes la Fiscalía interactúa habitualmente”, a los que ordenó en cinco grupos: Víctimas, testigos y denunciante; sujetos procesales; aliados estratégicos; organismos relacionados; y comunidad en general⁴. Y determinó cuatro áreas estratégicas a través de las cuales se debe plasmar la misión institucional, siendo la N° 3, referida al *“Rol del Ministerio Público como representante de la sociedad en la persecución penal”*, a la que compete “generar e implementar una política comunicacional del Ministerio Público”⁵.

³ Según lo establecido en el artículo 83 de la Constitución Política de la República de Chile y en el artículo 1 de la Ley N° 19.640, Orgánica Constitucional del Ministerio Público.

⁴ Plan Estratégico Fiscalía de Chile 2016/2022, p. 30.

⁵ Ibidem, p. 41.

OBJETIVOS DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES

OBJETIVO GENERAL

Propender a una adecuada comprensión de la labor y facultades de la Fiscalía de Chile y fortalecer la identificación de los equipos internos con la institución, con el fin de elevar los niveles de confianza en la gestión del Ministerio Público y, con ello, colaborar en la facilitación del cumplimiento de su rol legal y de su misión corporativa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Aumentar el conocimiento y comprensión de la labor y las facultades con que cuenta el Ministerio Público entre audiencias relevantes para la institución, entendiendo que existen distintos grados de profundidad, relevancia y urgencia en el grado de conocimiento que deben tener nuestras actuaciones públicas, en esos distintos públicos.
2. Moderar, orientar y equilibrar las expectativas que las víctimas y testigos, la ciudadanía, los agentes de la opinión pública y los actores sistema político, mantienen respecto de los resultados de la gestión del Ministerio Público, a partir de una correcta, pertinente y oportuna comunicación de las facultades, ámbito y límites legales de acción de la Fiscalía.
3. Profundizar el alineamiento institucional de los equipos de trabajo internos, mediante la adhesión a los principios, estrategias y responsabilidades emanadas de la comunicación de las actuaciones públicas de la Fiscalía, con herramientas comunicacionales validadas y estandarizadas.

PRINCIPIOS DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES

El Ministerio Público (MP) es una institución del Estado de Chile cuyo interés es cumplir el rol legal que se le ha asignado en la Constitución y la misión institucional que se ha definido en su Plan Estratégico 2016/2022, marco en el que su Política de Comunicaciones colabora con el logro de los objetivos que estas tareas demandan.

En este contexto, la Política de Comunicaciones es una herramienta coadyuvante de la gestión, cuyo fin es mejorar el conocimiento que la ciudadanía tiene respecto del rol, facultades y alcance del Ministerio Público en el Sistema de Administración de Justicia del país.

De esta forma, la Política de Comunicaciones del MP se basa en **principios que guían la acción coordinada y disciplinada** de los miembros de la Fiscalía de Chile para asegurar la debida confianza que el país debe tener en las comunicaciones institucionales que dan cuenta del desarrollo de su gestión.

Las comunicaciones del Ministerio Público son:

Abiertas, porque al ser un organismo público, regido por la Constitución y las leyes, tiene el deber de mantener sus actuaciones a la luz del escrutinio público –en el marco que la ley y la reglamentación lo establezcan-, sujeto siempre al cumplimiento de las normas vigentes y a la legítima demanda de la opinión pública.

Transparentes, porque es un organismo cuyas actuaciones, resoluciones y directrices no guardan ninguna razón de reserva, que no sean las que establece la ley en el cumplimiento estricto del mandato constitucional y de las garantías que asisten a las personas naturales y jurídicas que intervienen en el proceso penal. Esto incluye además el capítulo que la autoridad institucional defina respecto de las líneas de comunicación interna, destinadas a satisfacer las necesidades comunicacionales de sus funcionarios.

Oportunas, porque entendemos que la sociedad requiere ser debidamente informada de las consecuencias y efectos que el proceso de persecución penal puede tener en el debate de políticas públicas y en los procesos de toma de decisiones relevantes para el país.

Formales, pues el Ministerio Público es una institución de rango constitucional y sus acciones están debidamente regladas y bajo escrutinio de los organismos que la ley fija para estos efectos. Son por este entendido, siempre comunicaciones oficiales. El Ministerio Público no ampara ni promueve faltas a la debida reserva de las investigaciones, no ampara ni promueve ninguna acción comunicacional que no sea la

de informar a la luz de la Constitución y las leyes sus actos que sí son de interés público. Por este mismo principio, el Ministerio Público siempre dará curso a acciones legales cada vez que se quebrante el resguardo de la reserva de una investigación.

Con enfoque de derechos, porque pone en el centro de su acción a las personas, promueven el respeto a los derechos humanos, la promoción de la paz social y la democracia, la estabilidad social y el respeto a la ley.

DIRECTRICES DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES

Las acciones comunicacionales de la Fiscalía de Chile deben:

Promover el apego irrestricto al principio de objetividad e imparcialidad en todos los actos comunicacionales del Ministerio Público.

Resguardar el respeto a las garantías fundamentales de las personas involucradas en el proceso penal y **preservar la presunción de inocencia** del imputado.

Enmarcarse en la ejecución y desarrollo de la Política de Persecución Penal del Ministerio Público, dando cuenta de su desempeño, resultados e impacto.

Ser coherentes con el rol legal y la misión institucional del Ministerio Público.

Dar cuenta de la vocación por la víctima y su protección desde un modelo integral, que apunte a acoger y comprender la situación de vulnerabilidad de quien es afectado por un delito. Por lo mismo, no toleran ninguna acción que conlleve algún tipo de menoscabo a la dignidad de la víctima.

Dar cuenta del compromiso social de los fiscales, como representantes de la sociedad en la persecución penal.

Comunicar en forma transparente y asertiva, con un lenguaje comprensible para el ciudadano, donde el eje sea aclarar, educar, esclarecer y hacer comprensible los términos legales para todos los ciudadanos.

Enmarcarse en el **servicio a las personas**, con foco en el respeto y la no discriminación.

Proporcionar en forma oportuna información útil y necesaria a los equipos internos sobre el quehacer y el desarrollo de la gestión institucional.

ROLES Y ACTORES

Son voceros oficiales del Ministerio Público:

- El Fiscal Nacional.
- Los Fiscales Regionales.
- Los fiscales jefes y adjuntos en las causas bajo su dirección.

La vocería oficial y principal de los temas de carácter institucional con impacto en el quehacer global del Ministerio Público le corresponde la Fiscal Nacional, como asimismo de todas aquellas materias que requieran una mirada de largo plazo que represente el rol legal y la misión corporativa, en su calidad de “jefe superior del Ministerio Público y responsable de su funcionamiento”⁶.

Les corresponde a los Fiscales Regionales la vocería oficial los temas relacionados con su mandato institucional regional, en materia de persecución penal y gestión administrativa.

El Fiscal Nacional y los Fiscales Regionales podrán delegar la función cuando lo estimen necesario, en consideración a los aspectos técnicos, jurídicos o especializados de la información que se comunicará, como asimismo por razones de seguridad. En tales casos, los contenidos y su formato de entrega deberán ser coordinados con las respectivas unidades de Comunicaciones, del nivel central o regional.

⁶ Art. 13, Ley N° 19.640.

Es responsabilidad de todos quienes trabajan en la Fiscalía de Chile resguardar la reputación⁷ institucional y cuidar que las iniciativas comunicacionales en las que intervengan se adecuen a los objetivos institucionales

Los funcionarios y fiscales del Ministerio Público están impedidos de entregar a terceros información sensible, sujeta a reserva, que pueda afectar la acción del Ministerio Público o propia del quehacer institucional sin autorización del Fiscal Nacional o del Fiscal Regional, según corresponda. Los requerimientos de la prensa serán siempre derivados a unidad de Comunicaciones Nacional o Regional, según corresponda, la que será responsable de coordinar su respuesta, bajo los estándares y directrices de la Política de Comunicaciones.

Los fiscales y funcionarios del Ministerio Público deben abstenerse de emitir opiniones⁸ relacionadas con investigaciones penales a su cargo y, concordantemente, deben actuar con prudencia en las declaraciones que emitan a través de medios oficiales de comunicación⁹, a fin de resguardar que no sea afectado el principio de objetividad.

La filtración o divulgación indebida de información sujeta a reserva es una infracción grave de los deberes funcionarios, sujeta a sanciones administrativas y a las responsabilidades civiles y penales que correspondan.

SISTEMA DE COMUNICACIONES

El sistema de comunicaciones de la Fiscalía de Chile está constituido por:

- La Unidad de Asesoría de Comunicaciones (UCOM, nivel nacional)
- Asesores de Comunicaciones (AC, nivel regional)

⁷ En las acepciones 1 y 2 del Diccionario de Real Academia la Lengua Española, respecto de la "opinión que se tiene a alguien o algo" y el "prestigio en que son tenidos alguien o algo".

⁸ Art. 64, Ley N° 19.640

⁹ Ver página 15 de este documento.

Son funciones de UCOM:

- Asesorar al Fiscal Nacional en la gestión de las comunicaciones.
- Mantener la coordinación con los Asesores de Comunicaciones de las Fiscalías Regionales en los ámbitos de su competencia.
- Coordinar la relación institucional con áreas de comunicaciones de otras entidades, públicas y privadas.
- Mantener la interlocución de la Fiscalía Nacional con los medios de comunicación.
- Definir y ejecutar la línea editorial y la edición de contenidos del sitio web institucional y de las redes sociales institucionales.
- Diseñar y ejecutar actividades institucionales de convocatoria masiva, resguardar el protocolo institucional y la correcta aplicación y uso de la imagen corporativa.

Los encargados del área en el ámbito regional asesoran a los Fiscales Regionales en la planificación y gestión de planes locales de comunicaciones, gestión de prensa, publicación de contenidos en sitios de intranet, diseño y producción de eventos, participación en actividades públicas, correcto uso de la imagen institucional y protocolo.

Los asesores de comunicaciones del nivel central y del regional cumplen un rol estratégico en la ejecución de la política y de la estrategia institucional de comunicaciones, tarea cuyo desempeño requiere que sean oportunamente incorporados en el análisis de escenarios comunicacionales.

La relación del Ministerio Público con la prensa es siempre formal. Los requerimientos de los medios de comunicación a fiscales, miembros de los equipos directivos o funcionarios son derivados a la UCOM o a los asesores regionales, según sea el caso, los que coordinarán las respuestas, obtendrán la autorización de contenidos de la jefatura pertinente y velarán por la oportuna entrega de la información. Las respuestas podrán ser institucionales o entregarse a través de los voceros oficiales o de los funcionarios a quienes el Fiscal Nacional o los Fiscales Regionales encomienden la función.

Cuando excepcionalmente y en resguardo del principio de oportunidad de la comunicación que promueve esta política, los fiscales respondan a requerimientos de

la prensa sin mediar la coordinación con la respectiva unidad de comunicaciones –al término de una audiencia, en el sitio del suceso, por ejemplo-, informarán a la brevedad a ésta, a fin de que la información sea divulgada por los canales oficiales, asegurando su acceso abierto, oportuno, transparente y formal a toda audiencia interesada en ella.

LAS AUDIENCIAS, LOS CANALES Y EL LENGUAJE

Como organismo integrante del Sistema de Administración de Justicia del país, el Ministerio Público tiene interés en trabajar de manera colaborativa con un sinnúmero de actores sociales y políticos que aseguren el logro de los objetivos institucionales.

Las audiencias relevantes para el Ministerio Público están definidas en función de las metas que el Plan Estratégico y las distintas políticas institucionales y directrices generales definan. Los medios de difusión son definidos de manera autónoma por el Ministerio Público sobre la base de las directrices emanadas por su Unidad de Comunicaciones, que orientará sobre los medios más idóneos y eficientes, así como el lenguaje pertinente a cada actuación pública, fijando estándares y protocolos que regulen su gestión y uso.

1. Son audiencias relevantes para el Ministerio Público:

▪ COMUNIDAD

Víctimas y Testigos, con quienes el Ministerio Público tiene una relación prioritaria, al ser ellos los principales receptores de los esfuerzos de fiscales y funcionarios por conseguir justicia y reparación. Son el grupo al que se deben los mayores esfuerzos de atención, comprensión y acompañamiento, por cuanto la Fiscalía es el órgano que tiene la exclusividad de la acción penal y a que, en concordancia con su Plan Estratégico Institucional, el Ministerio Público busca erigirse como el más nítido representante de la sociedad ante la Justicia.

Imputados, con los cuales corresponde mantener a través de sus defensores una comunicación abierta y transparente, apegada

estrictamente a las normas del Procedimiento Penal y siempre observando el respeto al debido proceso y los derechos que le asisten a personas sometidas a la acción penal.

Sociedad civil, con la que se busca mantener una labor de permanente cercanía, extensión y pedagogía, respecto de la acción del Ministerio Público, su naturaleza y su rol legal.

Academia, organismos internacionales y entidades de similar rol persecutor, mundo con el que el Ministerio Público mantiene una política permanente de difusión y extensión de las experiencias y hallazgos de la acción penal en Chile, para así generar nuevo conocimiento y perfeccionamientos deseables para el sistema de administración de justicia a nivel nacional y global.

- **OPINIÓN PÚBLICA**

Medios de Comunicación, entendidos como agentes de alta relevancia para informar a la comunidad la labor y las facultades del Ministerio Público, en el marco de la acción penal pública. Esta relación está enmarcada en la formalidad, la transparencia, la confianza y el apego irrestricto a la legislación vigente en materia de divulgación de las actuaciones del Ministerio Público y de los derechos que asisten a los intervinientes del proceso penal.

- **SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA**

Poder Judicial, con quienes la Fiscalía de Chile mantiene la más alta relación institucional en el ejercicio de su labor diaria y con los que se comparte el deber constitucional de búsqueda de la verdad judicial. Es propósito del Ministerio Público que la comunicación institucional con Jueces, Tribunales, Cortes y la Corporación Administrativa del Poder Judicial sea de alta valoración por todos sus miembros.

Policías y organismos auxiliares, instituciones prioritarias en la gestión de las Fiscalías y esenciales para el logro de los objetivos institucionales. El cumplimiento del rol constitucional del Ministerio

Público requiere una adecuada, fluida y transparente relación de confianza con las policías de Carabineros y de Investigaciones de Chile.

Defensoría Penal Pública, organismo esencial del sistema judicial, con el que se comparte el propósito de logro de la verdad judicial y el cumplimiento cabal de las expectativas de la ciudadanía en materia de debido proceso, marco en el que la Fiscalía de Chile impulsa una comunicación fraterna, respetuosa y centrada siempre en la búsqueda de la verdad.

- **SISTEMA POLÍTICO**

Órganos de Gobierno, con los que el Ministerio Público mantiene una comunicación formal, transparente y apegada estrictamente a los parámetros que fijan la Constitución y las leyes.

Congreso Nacional, organismo de especial relevancia, dado que es allí donde se definen las conductas que forman parte del catálogo de acciones punibles que deben ser perseguidas por el Ministerio Público.

Órganos de fiscalización y control constitucional, con los cuales se mantiene una relación estratégica clave para llevar justicia a aquellas áreas en donde la Constitución y las leyes establecen una titularidad distinta a la del Ministerio Público. La conjunción de objetivos y el rol que la legislación vigente le asigna a la Fiscalía de Chile motivan a una comunicación permanente y sistemática.

- **LOS EQUIPOS DE TRABAJO DEL MINISTERIO PÚBLICO**

Fiscales y funcionarios, cuya relevancia estratégica y operativa para el logro del rol legal y de la misión institucional del Ministerio Público requiere de una adecuada, prioritaria, oportuna y fluida información, a través de canales formales, sobre los objetivos, directrices y decisiones institucionales que guían la gestión de la Fiscalía y los resultados de su desempeño.

2. Canales de comunicación

Siendo las comunicaciones del Ministerio Público abiertas, transparentes, oportunas, formales y oficiales, los canales de divulgación de su quehacer son de conocimiento público. Son medios de difusión oficiales:

- Las intervenciones de los fiscales ante tribunales.
- Las cuentas públicas anuales del Fiscal Nacional, de los Fiscales Regionales y de los Fiscales Jefes de Fiscalías Locales.
- El sitio web institucional.
- La intranet nacional y las intranet regionales.
- Las publicaciones oficiales.
- Los comunicados y declaraciones de prensa.
- Las declaraciones de los voceros oficiales de la Fiscalía de Chile, o de quienes hayan sido delegados en esta función, en conferencias de prensa, puntos de prensa, entrevistas y en cualquier actividad pública en la que actúen como expositores en su calidad de funcionarios del Ministerio Público.
- Las publicaciones en redes sociales que la Unidad de Comunicaciones haya sancionado.

Los grupos de mensajería instantánea administrados por UCOM y los Asesores de Comunicaciones regionales, con la finalidad de facilitar la entrega oportuna de información a la prensa, tienen la calidad de canales oficiales de comunicación. La información divulgada por esta vía debe contar con la autorización de la jefatura correspondiente. Se exceptúan de esta categoría de canal oficial las cuentas personales.

3. El lenguaje:

El Ministerio Público busca que su acción y su gestión sean ampliamente comprendida por la sociedad civil y por todos los aliados, grupos de interés y organismos con los cuales debe relacionarse.

Es por esto que para el Ministerio Público es esencial que su comunicación sea afable, cordial, explicativa, pedagógica e inclusiva.

Propendemos al uso respetuoso del lenguaje de modo de atender a la dignidad de las personas y de las instituciones que están expuestas a nuestros mensajes.

COMUNICACIONES INTERNAS

Las comunicaciones internas son un componente central de la Política de Comunicaciones del Ministerio Público y, consecuentemente, se sostienen sobre los mismos principios de transparencia, oportunidad y formalidad, en el marco de la búsqueda de adhesión, identificación y compromiso de los equipos de trabajo con las orientaciones y objetivos institucionales.

El logro de este compromiso requiere que las jefaturas ejerzan la responsabilidad de mantener una adecuada y fluida transferencia de información hacia todos los niveles y estamentos, respecto de los objetivos y directrices que guían el quehacer de la Fiscalía; como de los equipos de trabajo de interesarse y mantenerse informados.

En ese contexto, el Ministerio Público resguarda la divulgación por canales internos de información clara y oportuna sobre los lineamientos institucionales, con el fin de contribuir al buen clima laboral y facilitar el cumplimiento del rol legal y de la misión corporativa. Esta directriz comunicacional comprende tanto la relación con los distintos estamentos de la institución, -sean directivos, profesionales, administrativos, técnicos o auxiliares-, como con las diversas asociaciones gremiales de fiscales y funcionarios.

Son objetivos de la comunicación interna:

1. Disponer de canales formales, permanentes, flexibles y suficientes de información, sobre los temas relevantes para cada miembro de la institución, de acuerdo a su posición y responsabilidades en las estructura funcionaria, reduciendo así la incertidumbre frente a las acciones que lleve adelante el Ministerio Público.

2. Asegurar el debido conocimiento de los objetivos estratégicos institucionales y de las diversas políticas que se sancionen a nivel central, dando certezas que fortalezcan la gestión de los equipos internos y la cultura colaborativa, en torno a propósitos transversales del Ministerio Público.
3. Disponer de una comunicación definida y establecida previamente de aquello que se establezca como institucionalmente relevante de manera que se constituyan en hitos de participación común de los funcionarios y fiscales.

Conducción y responsabilidades:

Las comunicaciones internas del Ministerio Público se desenvuelven en dos niveles simultáneos:

- **Plano estratégico**, orientado a la divulgación de los lineamientos del PEI 2016/2022, con el fin de asegurar que sean conocidos por todos los miembros de la organización e incorporados como eje central del quehacer institucional. La UCOM y la Dirección Ejecutiva Nacional –junto a la división o unidad que la segunda defina- elaborarán el plan anual de comunicaciones internas de estos contenidos, en cuyo diseño se considerará la efectiva participación de los equipos directivos de todo el país en la difusión regional, como también la rendición de una cuenta anual ante el Comité Estratégico del PEI, sobre las acciones realizadas.
- **Plano operativo**, orientado a la difusión entre los equipos internos de todas aquellas materias relacionadas con las áreas de recursos humanos relevantes para el ejercicio de las labores diarias o para la vida funcionaria. Los contenidos y canales de divulgación serán definidos por la UCOM en acuerdo con la Gerencia de Recursos Humanos y con los Asesores Regionales de Comunicaciones.

Es responsabilidad de la UCOM asesorar al Fiscal Nacional, a la Dirección Ejecutiva y a la Gerencia de Recursos Humanos en la definición de las áreas de interés de la Comunicación Interna y recomendar las mejores prácticas para el funcionamiento de los mecanismos de difusión interna. Estos mecanismos deberán ser plasmados en la Estrategia de Comunicaciones.

La UCOM podrá coordinar con otras divisiones, unidades y reparticiones internas del Ministerio Público la colaboración y cogestión de canales pertinentes y suficientes que aseguren los objetivos en materia de comunicación interna.

Las Direcciones Ejecutivas Regionales tendrán un rol participativo fundamental en la implementación de las soluciones y herramientas que demanden la Estrategia de Comunicaciones en lo referido a las comunicaciones.

Canales:

Los canales de comunicación interna serán siempre formales, permanentes, flexibles y suficientes, en relación a diferentes audiencias internas y nivel de intensidad que cada Fiscalía demande.

Las definiciones de comunicaciones internas que emanen del nivel central serán coordinadas a nivel regional por un comité integrado por el Director Ejecutivo Regional, el Asesor de Comunicaciones y el jefe de Recursos Humanos.