



SECRETARÍA EJECUTIVA

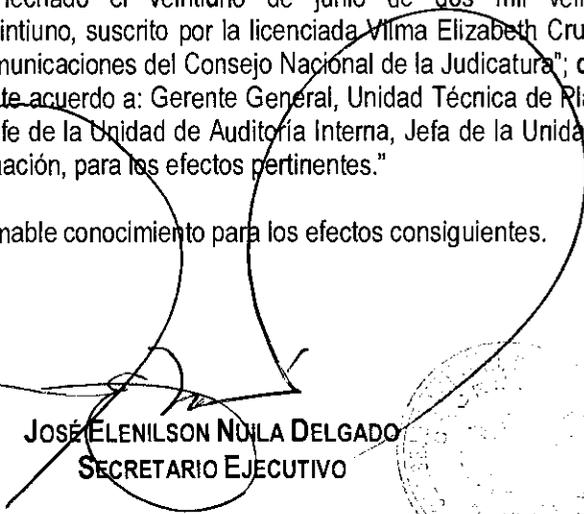
San Salvador, 25 de junio de 2021

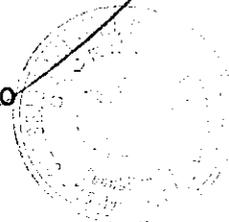
PRESENTE

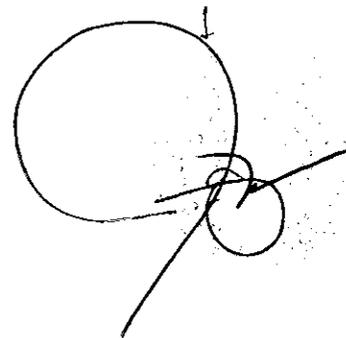
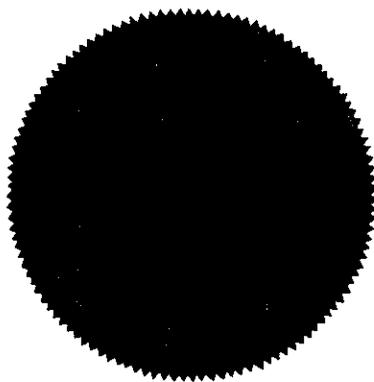
En la Sesión N° 24-2021, celebrada el veintitrés de junio de dos mil veintiuno, el Pleno del Consejo tomó el acuerdo que literalmente dice:

“Punto siete. VARIOS... Punto siete punto tres. GERENTE GENERAL PRESENTA LA POLÍTICA DE COMUNICACIONES DEL CONSEJO NACIONAL DE LA JUDICATURA. El Secretario Ejecutivo, somete a consideración el memorando y anexo, fechado el veintiuno de junio del año en curso, con referencia GG/PLENO/doscientos dos/dos mil veintiuno, suscrito por la licenciada Vilma Elizabeth Cruz de Martínez, Gerente General, mediante el cual expresa que recibió el documento suscrito por la Jefatura de Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas, que contiene la “Política de Comunicaciones del Consejo Nacional de la Judicatura”; que norma aspectos relevantes establecidos en los artículos cuarenta y siete y desde el cincuenta hasta el cincuenta y cuatro del proyecto de Reglamento de Normas Técnicas de Control Interno, que fue sometido a revisión y aprobación de la Corte de Cuentas de la República; dicho documento ha sido elaborado con el objetivo de definir con claridad el proceso de comunicación externa e interna del Consejo Nacional de la Judicatura, roles de las dependencias, públicos de interés, canales de comunicación, medios utilizados, para garantizar el suministro de información en forma objetiva, oportuna y eficaz, a fin de satisfacer la demanda de información Institucional a nivel interno como externo. Con base a lo antes expuesto, la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas, a través de la Gerencia General, solicita: Uno) Dar por recibida y aprobada la “Política de Comunicaciones del Consejo Nacional de la Judicatura”; y dos) Ratificar el acuerdo en la misma sesión. El Pleno, **ACUERDA: a)** Tener por recibido el memorando y anexo, fechado el veintiuno de junio de dos mil veintiuno, con referencia GG/PLENO/doscientos dos/dos mil veintiuno, suscrito por la licenciada Vilma Elizabeth Cruz de Martínez, Gerente General; **b)** Aprobar la “Política de Comunicaciones del Consejo Nacional de la Judicatura”; **c)** Ratificar este acuerdo en esta sesión; y **d)** Notificar el presente acuerdo a: Gerente General, Unidad Técnica de Planificación y Desarrollo, Jefa de la Unidad Técnica Jurídica, Jefe de la Unidad de Auditoría Interna, Jefa de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas y Oficial de Información, para los efectos pertinentes.”

Lo anterior lo hago de su estimable conocimiento para los efectos consiguientes.


JOSÉ ELENILSON NUILA DELGADO
SECRETARIO EJECUTIVO





POLÍTICA DE COMUNICACIONES

UNIDAD DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS

JUNIO DE 2021

Tabla de contenido

Presentación.....	2
Antecedentes.....	3
I. Alcance de la Política de Comunicaciones.....	5
II. Marco de referencia.....	5
III. Definiciones.....	5
IV. Principios.....	7
V. Objetivos.....	7
V.i Objetivo General.....	7
V.ii Objetivos Específicos.....	8
VI. Canales de comunicación institucionales.....	8
VII. Proceso de comunicación.....	9
VII.i Comunicación Externa.....	9
A. Objetivos de la comunicación externa.....	10
B. Públicos de interés.....	10
C. Rol de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas.....	10
D. Normas.....	11
VII.ii Comunicación Interna.....	13
A. Objetivos de la comunicación interna.....	13
B. Públicos de interés.....	14
C. Rol de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas.....	14
D. Normas.....	15
VI. Disposiciones finales.....	16
VI.i. Revisión y actualización.....	16
VI.ii. Vigencia de la política.....	16

Presentación

El Consejo Nacional de la Judicatura es una institución independiente, encargada de proponer las candidaturas para ocupar los cargos de magistrados(as) de la Corte Suprema de Justicia, magistrados (as) de Cámaras de Segunda Instancia, jueces y juezas de Primera Instancia y de Paz; asegurar el mejoramiento en la formación profesional de jueces, juezas y demás funcionarios judiciales; así como evaluar la gestión judicial.

Su misión, visión y valores han sido definidos con base a su mandato constitucional y legal, enfocándose en contribuir a que sea realidad la aspiración ciudadana de una pronta y cumplida justicia.

Por ello es determinante que la ciudadanía conozca el trabajo y audite la labor de una institución, cuya naturaleza actual fue concebida en el marco de la negociación de los Acuerdos de Paz y cobró vida en las reformas constitucionales aprobadas por la Asamblea legislativa en 1991.

Su consolidación como parte de la institucionalidad democrática está vinculada con el actuar de las máximas autoridades, la prestación de servicios de calidad por parte del equipo humano y la facilitación de información que rinda cuentas de su quehacer.

Antecedentes

La Ley del Consejo Nacional de la Judicatura, en su artículo 47, contempla dentro de sus Unidades Administrativas a la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas (literal c); cuyas atribuciones principales son descritas a mayor detalle en el Reglamento de la ley, en su art. 54.

Sobre esa base, esta Unidad –además de desarrollar una labor de asesoría en cuanto a las relaciones con los medios de comunicación social– realiza actividades para promover la comunicación tanto interna como externa, a partir de la información emanada de las máximas autoridades y de la resultante del quehacer de la institución en el cumplimiento de su mandato constitucional.

La comunicación del Consejo se gestiona con base al derecho humano a la información (art. 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos-1948) y a lo que dispone la legislación salvadoreña en ese sentido, con la finalidad primordial de contribuir al cumplimiento de los objetivos institucionales que en su conjunto sustentan aspectos fundamentales en la calidad del servicio de la administración de justicia para la población de El Salvador

Para administrar la comunicación del Consejo Nacional de la Judicatura con sus diferentes públicos de interés, es decir sus usuarios internos y externos, se ha definido la presente política; con el propósito de viabilizar de forma expedita la información de utilidad para la población objetivo, la cual es divulgada de manera oportuna mediante los diferentes canales de difusión con los que cuenta la institución.

**CONSEJO NACIONAL DE LA JUDICATURA
UNIDAD DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS**

La política de comunicaciones tiene un carácter de transversalidad basado en la transparencia, la ética y excelencia; valores que forman parte del Pensamiento Estratégico Institucional.

En ese espíritu, cada unidad del Consejo interactúa en su implementación a nivel interno, canalizándose la información hacia la ciudadanía en general a través de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas.

Para ello, esta Unidad realiza procedimientos relacionados con la imagen institucional, la divulgación del quehacer, así como con la publicidad y publicaciones; una labor que se desarrolla en cumplimiento de las directrices emanadas de la dirección superior y en soporte y coordinación con las diferentes dependencias de la institución.

I. Alcance de la Política de Comunicaciones

Establece los objetivos, las responsabilidades e interacciones que deben realizar las diferentes dependencias de la institución para la gestión adecuada de la comunicación – ya sea en situaciones ordinarias como en coyunturas de crisis– asegurándose de esa manera que tanto la alta dirección como el personal colaborador técnico y administrativo, conozcan con claridad la responsabilidad de su rol en cuanto a la implementación de los criterios y marcos de actuación definidos para las buenas prácticas de la comunicación, tanto a nivel interno como externo, y por consiguiente consolidar la identidad, la imagen y la credibilidad de la ciudadanía en la institución.

II. Marco de referencia

- Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- Constitución de la República.
- Ley del Consejo Nacional de la Judicatura y su Reglamento.
- Ley de Acceso a la Información Pública.
- Plan Estratégico Institucional y Plan de Trabajo (aprobados por el Pleno).
- Normas Específicas de Control Interno.
- Manual de Organización del Consejo Nacional de la Judicatura.
- Código de Ética del Consejo Nacional de la Judicatura.

III. Definiciones

Comunicación: Es el proceso que consiste en la transmisión e intercambio de mensajes entre un emisor y un receptor, el cual permite que los seres humanos se expresen, compartan información entre sí y que construyan relaciones transparentes, confiables y veraces.

Medios de comunicación: son canales que permiten o facilitan la comunicación y/o difusión de información de la institución hacia sus diferentes públicos de interés y de éstos hacia la institución.

Públicos de interés: Grupos de personas que inciden directa o indirectamente en la imagen y en la reputación de la institución. Son los receptores de los servicios que proporciona la institución y de la información que genera como parte de su quehacer.

Imagen: Conjunto de creencias y asociaciones que perciben los distintos públicos con relación a hechos comunicativos directos o indirectos que se relacionan ya sea con una persona (autoridad), servicio o con la institución. Imagen es la proyección que se hace de la institución.

Información: Es toda comunicación o representación de datos con significado para el receptor. Son elementos de contenido (textos, números, gráficas) que se comparten con otros seres humanos en cualquier formato (magnético, papel, pantallas de computadoras, internet, audiovisual, etc.).

Reputación institucional: Es el conjunto de señales percibidas por los públicos de interés de la institución. Se constituye en determinante fundamental de las expectativas en relación con la demanda de los servicios que brinda la institución. Es el “cómo” las personas conciben o perciben a la institución. Ésta se construye con base a diferentes elementos como la entrega y calidad de los servicios, la información y las actuaciones institucionales en el tiempo.

Vocería: Acto de hablar en nombre de la institución llevando su representación a las diferentes audiencias y asumir la responsabilidad formal de transmitir posiciones oficiales en la institución ante ciertos públicos de interés. Es la persona responsable de dirigirse a los medios de comunicación, y a través de ellos a la sociedad en general.

Es habitual que el vocero interactúe con los periodistas con el objeto de garantizar que el mensaje institucional sea transmitido correcta y oportunamente. Sin embargo, la persona que desempeña dicho rol también dirige el mensaje tanto a nivel interno como externo.

Redes sociales: Son plataformas digitales de comunicación global que ponen en contacto a gran número de personas. Las redes sociales funcionan como medios de comunicación, información o entretenimiento.

IV. Principios

1. Establecimiento de canales de comunicación fáciles de acceder para traslado de información oportuna tanto en efectividad y tiempo.
2. Mensajes unificados y acordes con la misión, visión y valores institucionales.
3. Difusión de información veraz, objetiva, transparente y oportuna.
4. Gestión profesional de contenidos de interés y utilización responsable de los medios de comunicación institucionales.
5. Retroalimentación con los públicos de interés de la institución.
6. Respeto al derecho de libre expresión y opinión de la población usuaria.
7. Promoción de la comunicación desde la perspectiva de los derechos humanos.

V. Objetivos

V.i Objetivo General

Definir con claridad el proceso de comunicación del Consejo Nacional de la Judicatura hacia su población usuaria, para garantizar el suministro de información de utilidad práctica; es decir, objetiva, oportuna y eficaz a través de la plataforma divulgativa de la institución, a fin de satisfacer la demanda de información tanto a nivel interno como externo.

V.ii Objetivos Específicos

1. Establecer un flujo ordenado de comunicación que canalice de manera efectiva la obtención y transmisión de la información relevante del quehacer institucional.
2. Promover una comunicación con mensajes armónicos al pensamiento estratégico institucional.
3. Facilitar el cumplimiento de los objetivos institucionales.
4. Divulgar información accesible y comprensible para las personas usuarias de los servicios de la institución.
5. Reforzar la buena imagen y la reputación de la institución.

VI. Canales de comunicación institucionales

El Consejo Nacional de la Judicatura cuenta con diferentes canales de comunicación a través de los cuales se mantiene un flujo permanente y oportuno de comunicación con sus diferentes públicos, siendo estos:

- Escritos
- Tecnológicos
- Orales

Medios	Herramientas	Modalidades	Públicos/alcance
Escritos	Correspondencia Cartelera informativa Revista Perfil Judicial Memoria de Labores Buzón de Opinión Ciudadana	Memorándums, actas, circulares, avisos, notas, tarjetas, cartas, encuestas, brochures, documentos.	Se utilizan para todos los públicos. Sirven para transmitir información a quienes no pueden acceder a los medios electrónicos de comunicación en el CNJ. También se usan en lo concerniente a los aspectos protocolarios.
Tecnológicos	Intranet Página web	Correos Notas	Además de la comunicación interna,

**CONSEJO NACIONAL DE LA JUDICATURA
UNIDAD DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS**

	Redes sociales Telefonía Pantallas de televisión	Convocatorias Boletines informativos Comunicados de prensa Comunicación de actividades institucionales Mensajes de texto	sirven para transmitir información a la población usuaria que visita las instalaciones del Consejo y la que puede acceder a internet. En algunos casos, facilitan la retroalimentación.
Orales	Eventos conmemorativos Comité Técnico Institucional Actividades formativas Relaciones con medios de comunicación	Foros, talleres, cursos Diplomados Jornadas de salud Reuniones Conferencias de prensa Entrevistas Comunicación vía telefónica	Se utilizan para fomentar la comunicación interna, tanto para la transmisión de lineamientos y regulaciones intra-institución como para fortalecer habilidades, competencias y obtener retroalimentación. Además permiten dar a conocer el quehacer institucional, tanto al interior como al exterior del CNJ.

VII. Proceso de comunicación

En este apartado se describen, por separado, las políticas del proceso de comunicación (interna y externa), sus objetivos, los públicos de interés, el rol de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas y las formas de proceder en cuanto a la instancia, la vocería y el rol y los públicos con los que se interactúa, todo enfocado en una adecuada gestión comunicativa.

VII.i Comunicación Externa

Debido a que la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas es responsable de asegurar el buen uso de la imagen institucional, la de sus representantes, de los mensajes

estratégicos del quehacer del Consejo y de promover –a través de los diferentes canales divulgativos– una comunicación integrada y coherente que contribuya al fortalecimiento de la reputación y credibilidad ante la ciudadanía, la comunicación externa debe ser canalizada y divulgada a través de esta, previa autorización de las autoridades superiores.

A. Objetivos de la comunicación externa

- Comunicar mensajes claves y simplificados pensando en la necesidad de información del público de interés.
- Divulgar siempre información precisa, veraz, oportuna y de utilidad para la población.
- Atender las solicitudes de información de los medios de comunicación social.
- Definir los objetivos de comunicación de eventos, previo a su desarrollo.
- Monitorear la respuesta y retroalimentación de la población usuaria.

B. Públicos de interés

- Funcionarios(as) y operadores de las instituciones del Sector de Justicia, abogados(as) y estudiantes de la carrera de Ciencias Jurídicas, organizaciones de la sociedad civil, cooperantes, medios de comunicación social y ciudadanía en general.

C. Rol de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas

- Administrar la comunicación institucional mediante la implementación de diferentes estrategias multimodales.
- Velar por el uso adecuado de la marca institucional (acorde a lo establecido en el manual de imagen especialmente en cuanto a los aspectos gráficos).

- Divulgar información de interés público a través de los canales institucionales de comunicación (redes sociales, página web) y los medios masivos de comunicación social.
- Asesorar a las máximas autoridades y a voceros(as) técnicos(as) delegados(as) por el Pleno del CNJ sobre los mensajes a trasladar a la ciudadanía, a fin de que la información reúna los requisitos de sencillez, precisión, veracidad y oportunidad.
- Canalizar las solicitudes de información y/o entrevistas de los medios de comunicación social.
- Monitorear información externa relacionada con el CNJ.
- Revisar los materiales divulgativos institucionales, junto a la unidad que los genera, antes de realizar su publicación.
- Coordinar la publicación de anuncios, avisos y piezas de publicidad institucional.
- Organizar de manera coordinada, con las diferentes dependencias del CNJ, el desarrollo y comunicación de las actividades institucionales públicas.
- Asegurarse de divulgar en la página web toda información relativa a rendición de cuentas, quehacer institucional y comunicados del Pleno del CNJ.

D. Normas

1. El Pleno del Consejo Nacional de la Judicatura, mediante el o la Consejal que lo presida, deberá autorizar la comunicación de los mensajes institucionales que se divulguen a través de los medios de comunicación social y de las plataformas divulgativas del CNJ.
2. La divulgación de la información institucional será realizada únicamente por la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas.

7

CONSEJO NACIONAL DE LA JUDICATURA
UNIDAD DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS

3. La Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas administrará las cuentas de las redes sociales institucionales para divulgar la información generada en el CNJ relacionada con el quehacer institucional y sobre los servicios que brinda el Consejo.
4. Toda pieza de comunicación institucional difundida por las redes sociales puede ser compartida y retuitada por el personal del CNJ en sus cuentas personales, pero nunca ser publicada como de su propia autoría.
5. La vocería principal será manejada por el o la Consejal que presida el Pleno del Consejo Nacional de la Judicatura.
6. La presidencia del CNJ autorizará la asignación de voceros técnicos, los cuales deberán coordinarse con la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas para recibir la respectiva asesoría comunicacional y transmitir debidamente el mensaje a la ciudadanía. La persona delegada como vocero(a) técnico(a) debe dar a conocer con claridad el hecho y comunicar información de su ámbito de competencia y responsabilidad. No debe opinar o hacer comentarios.
7. Toda solicitud de entrevistas o requerimientos de información de parte de periodistas debe ser trasladada a la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas, la cual hará las gestiones pertinentes para atender lo requerido.
8. En el caso de que una persona de la institución sea delegada para representarla en un acto público o para impartir conferencias relativas al quehacer del CNJ, deberá informar a la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas; la cual realizará las acciones en el área de su competencia.
9. Las jefaturas de cada dependencia del CNJ están obligadas a mantener actualizada la información oficiosa en el Portal de Transparencia del Sitio Web institucional en

cumplimiento de la Ley de Acceso a la Información Pública y de los requerimientos del o la Oficial de Información del Consejo; así como de la información relativa a sus respectivas áreas de trabajo.

10. La Unidad o dependencia del CNJ que requiera dar a conocer alguna pieza publicitaria o material informativo para la población, debe coordinarse con la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas para que ésta revise el contenido en cuanto a forma y estilo.
11. Los cambios o actualizaciones en el diseño de la página web, que tengan relación con el uso de la marca e imagen gráfica institucional deben ser informados y/o coordinados con la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas para mantener la uniformidad de la imagen del Consejo.

VII.ii Comunicación Interna

Está enfocada en el talento humano. Es clave para crear cultura, buena imagen y capital reputacional. La identificación y sentido de pertenencia con la institución facilitan un clima laboral favorable, viabilizan iniciativas innovadoras; así como generan una buena imagen a través de las personas responsables del trato diario con el público, porque además de desempeñar las funciones con el compromiso y responsabilidad que se requieren, son repetidoras de mensajes positivos a través de la comunicación directa o mejor conocida como “boca a boca” o “uno a uno” (son los primeros portavoces o voceros naturales de la institución, de su misión, visión y valores).

A. Objetivos de la comunicación interna

- Fomentar la participación del personal para cultivar el sentimiento de orgullo y de pertenencia, así como la solidaridad (motivar la conversación organizacional).
- Comunicar y retroalimentar al personal sobre el quehacer institucional y los lineamientos vigentes relacionados con su rol y el servicio a la ciudadanía.
- Aportar y complementar la comunicación externa.

B. Públicos de interés

- Alta dirección, jefaturas y personal.

C. Rol de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas

- Diseñar, editar y difundir todo material divulgativo o boletines internos, que generen las diferentes dependencias de la institución, previamente autorizados.
- Divulgar vía intranet los comunicados emitidos por el Pleno del Consejo Nacional de la Judicatura.
- Apoyar al fortalecimiento del buen clima laboral mediante la difusión de efemérides; acciones y productos publicitarios sobre reconocimientos al talento humano.
- Coordinar y apoyar, con las diferentes unidades, el desarrollo y divulgación de eventos integradores en fechas conmemorativas relacionadas con las líneas estratégicas y objetivos operativos de la institución.
- Diseñar la señalética interna en la institución en coordinación y apoyo de la unidad correspondiente.
- Diseño de concepto e implementación de estrategias de comunicación (campañas) en coordinación con la dependencia respectiva.
- Cobertura y registro fotográfico de eventos internos.

D. Normas

1. El Pleno del CNJ y las jefaturas de cada una de las dependencias de la institución son responsables de comunicar y mantener actualizado al personal bajo su cargo, acerca de los objetivos institucionales y del plan de trabajo del área respectiva; así como de las funciones y responsabilidades que le han sido asignadas. Además, deben socializar las disposiciones legales y técnicas relacionadas con el quehacer institucional y las medidas aplicables a la mejora en la prestación de los servicios a la ciudadanía.
2. Las jefaturas de las unidades técnicas sustantivas de la institución deberán enviar a la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas, los boletines o piezas de comunicación interna que hayan elaborado, para que ésta las diseñe, edite y divulgue, previa autorización de la máxima autoridad.
3. Las jefaturas de las diferentes dependencias del CNJ y el personal serán responsables del uso adecuado y racional de los canales de comunicación provistos en su puesto de trabajo, estableciendo y manteniendo líneas recíprocas de comunicación en todos los niveles de organización, utilizando terminología clara y uniforme, así como los medios de comunicación normalmente establecidos. Los canales de comunicación como el correo electrónico y las carteleras informativas, deben utilizarse para comunicación relativa al quehacer institucional.
4. Las jefaturas de las diferentes dependencias del CNJ deberán notificar previamente a Gerencia General y ésta al área de Servicios Generales toda creación, cambio de nombre o reubicación física de las Unidades Organizativas, a fin de que realice las modificaciones correspondientes en la señalización. Además, deberá notificarse a la

Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas, en el caso que las medidas puedan afectar a la población usuaria para que se realice la respectiva divulgación.

5. Todo el personal del CNJ debe utilizar la firma de correo electrónico conforme a la línea gráfica institucional, para lo cual las jefaturas de cada dependencia de la institución deben enviar los datos correspondientes a la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas, la cual será responsable de elaborarlas. Su instalación en los equipos de cómputo, debe ser coordinada por cada responsable de área.
6. Las jefaturas y el personal de las diferentes dependencias del CNJ deberán hacer uso adecuado del correo electrónico, de manera especial cuando se trate de respaldar con evidencias el cumplimiento del debido proceso de alguna diligencia.
7. Las jefaturas y el personal del CNJ deben evitar correos no solicitados como cadenas de mensajes, rumores o publicidad.

VI. Disposiciones finales

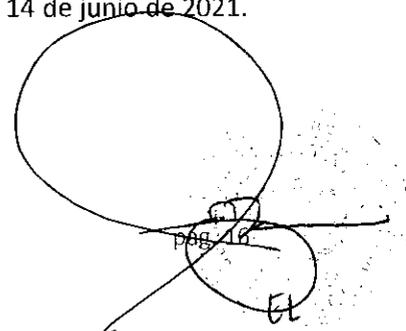
VI.i. Revisión y actualización

La política de comunicaciones será revisada y actualizada por la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas cada 3 años de las autoridades superiores.

VI.ii. Vigencia de la política

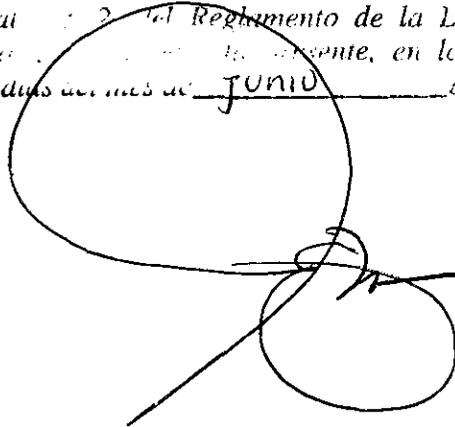
La presente Política entrará en vigencia a partir de la fecha de aprobación por parte del Pleno del Consejo Nacional de la Judicatura.

San Salvador, 14 de junio de 2021.



A large, handwritten signature in black ink is written over a circular stamp. The stamp contains the text 'pág. 16' and 'EL' at the bottom. The signature is written in a cursive style and extends across the right side of the page.

El suscrito Secretario Ejecutivo del Consejo Nacional de la Judicatura, **CERTIFICA** la fidelidad y conformidad de la presente fotocopia, que consta de 9 folios, con el original y de conformidad al artículo 2 del Reglamento de la Ley del Consejo Nacional de la Judicatura. Extiende la presente, en la ciudad de San Salvador, a los Veinticuatro días del mes de JUNIO del año DOS mil Veintuno.

A large, stylized handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.