

COMUNICACIÓN CORPORATIVA

La generación oportuna de variados productos comunicacionales, en su mayoría impresos y audiovisuales, permitió al resto de las instituciones públicas y a la ciudadanía, conocer el trabajo realizado por el máximo Órgano de Control de la Nación en materia de fortalecimiento del Poder Popular y el cumplimiento del mandato constitucional en cuanto al control, vigilancia y fiscalización de los ingresos, gastos y bienes públicos. Sin embargo, todo el esfuerzo realizado este año en la CGR desde este ámbito no contó con el apoyo constante de los medios de comunicación social, tanto privados como del Sistema Nacional de Medios Públicos, lo que redujo considerablemente el impacto que podía haber generado en la sociedad la divulgación oportuna de las actuaciones, asesorías y actividades de capacitación al Poder Popular emprendidas por la Contraloría General de la República y el Sistema Nacional de Control Fiscal. Más de 170 noticias publicadas en el portal web y enviadas a medios nacionales y regionales, así como talleres dirigidos a comunicadores sociales y distribución oportuna de publicaciones con trabajos especiales en materia de control fiscal y social, demuestran el empeño de la CGR por llegar a cada uno de los venezolanos. Este trabajo se vio reflejado en:

- Generación oportuna de productos informativos y campañas comunicacionales internas y externas, así como el envío de boletines de prensa a los medios de comunicación social privados, públicos, comunitarios e internacionales, y publicación oportuna de noticias en la página web de la Institución, todo ello derivado de una amplia y eficaz cobertura de actividades.
- Diversificación en la presentación de la oferta informativa interna y externa a través del correo electrónico, la Intranet y las carteleras institucionales, mostrando un diseño moderno para una mejor distribución de las informaciones, y la masificación del uso de las tecnologías de información y comunicación como las redes sociales.
- Fortalecimiento en el intercambio de información y articulación institucional con los órganos de control regionales, garantizando la rectoría comunicacional ante el Sistema Nacional de Control Fiscal, e influyendo positivamente en los resultados de todas las acciones comunicacionales emprendidas.
- Implementación de nuevos sistemas de comunicación interna que impactaron considerablemente en el ahorro de papel y de energía.
- Incorporación a la red social Twitter, como refuerzo externo de

todas las actividades de la Contraloría General de la República, así como para brindar apoyo y asesoría a la población en las inquietudes o dudas que pudieran tener sobre temas inherentes al máximo Órgano Contralor. A su vez se efectuó un encuentro formativo con representantes del área de prensa de las contralorías estatales, para sumar esfuerzos comunicacionales y lograr que se multipliquen a nivel regional y municipal todas las informaciones que se generan en la CGR y en cada una de sus dependencias.

- Puesta en marcha de campañas informativas con el fin de posicionar en los diferentes órganos y entes públicos, los servicios, decisiones, proyectos y visión de la Contraloría General de la República. Esta implementación se llevó a cabo mediante la articulación con las contralorías estatales, el Ministerio de Comunicación e Información (MINCI) y sus Oficinas de Información Regional (OIR). Dichas campañas se refirieron a:
 - Registro de Auditores, Consultores y Profesionales Independientes en materia de control: enero 2012.
 - Programa Ciudadano Auditor: febrero-marzo 2012.
 - Sistema de Registro de Órganos y Entes del Sector Público, SISROE: marzo-abril 2012.
 - Actualización de la Declaración Jurada de Patrimonio de altos funcionarios: junio-julio 2012.
 - Campañas institucionales durante todo el año.
- Se logró avanzar en la cobertura audiovisual de todas las actividades y en el procesamiento del material para ser transmitido como informaciones en el portal web de la CGR y dentro de un resumen informativo que se produce y publica en la Intranet.
- Producción de videos especiales sobre diferentes actividades que refuerzan los programas que a todo nivel adelanta la CGR y envió de estos a los medios de comunicación nacional para su difusión.
- Rediseño de la revista corporativa de la Institución con el fin de despertar mayor interés, facilitando la lectura a través de una imagen fresca y un contenido textual novedoso. Además, se incluyeron más artículos de investigación y se disminuyó la reseña de acontecimientos sociales, para dar paso a un producto didáctico orientado a la divulgación de los proyectos emblemáticos del organismo.

- Transferencia de las competencias de la Dirección General Técnica a la Dirección de Comunicación Corporativa, en cuanto a la diagramación y distribución de las publicaciones técnicas de la CGR: Revista de Control Fiscal, Dictámenes de la Dirección de los Servicios Jurídicos, Informe de Gestión y Revista Internacional de Auditoría Gubernamental.
- Producción de trípticos informativos sobre el Sistema Nacional de Control Fiscal; la Contraloría General de la República; la Oficina de Atención al Ciudadano; la Declaración Jurada de Patrimonio; y el Registro de Auditores, Consultores y Profesionales Independientes en Materia de Control. Con este material se logró la difusión de temas técnicos e institucionales tanto para los visitantes como para el público que participa en las actividades del máximo órgano de control y del Sistema Nacional de Control Fiscal.
- Diagramación y renovación de los productos informativos internos: Al Día, Puntual, afiches y demás trabajos elaborados, tanto para las carteleras como para la Intranet.
- La producción y distribución de todas las publicaciones impresas antes mencionadas repercutió positivamente en la imagen y divulgación de las políticas comunicacionales de la Contraloría General de la República.