

12 de agosto del año 2005

CIRCULAR Nº 30.286

Señores

Directores Servicios de Sede
Directores Regionales de Servicios Médicos
Directores Regionales de Sucursales
Directores Administrativos y Jefes de Servicio de Hospitales y Clínicas
Jefes de Departamento, Sección y Oficina
Jefe de Sucursales y Agencias

Caja Costarricense de Seguro Social

Presente

Estimados señores:

Asunto: Aprobación Políticas institucionales en el campo de la comunicación, la información pública y la educación en salud y seguridad social

Me permito informarles, con el ruego de que lo hagan del conocimiento de sus colaboradores, que la Junta Directiva, en artículo 1º de la sesión Nº 7979, celebrada el 28 de julio del año en curso adoptó la resolución que a la letra se lee así:

“ARTICULO 1º

La Junta Directiva, en el ejercicio de las responsabilidades que en materia de salud y seguridad social le otorga la ley, al considerar que:

“La dinámica social exige a las organizaciones la transmisión oportuna y veraz de la información que sus públicos necesitan y desean conocer, además de aquellos mensajes que la empresa quiere comunicar.

“Los públicos tienen derecho a recibir información; la institución tiene la obligación de comunicarse como un compromiso con la sociedad.

“Compete a la entidad proveer los recursos, acciones y oportunidades para que todos los ciudadanos tengan acceso a la información y a la educación, en aplicación real al principio de participación social.

“La comunicación, la información y la educación en salud y seguridad social en salud, son procesos que favorecen la toma de conciencia de los ciudadanos en el

uso racional de los servicios y el apoyo a los programas que la institución ha decidido para su beneficio.

“La comunicación, la información y la educación en salud y seguridad social son procesos esenciales para el desempeño de la misión institucional, el desarrollo de la estrategia de descentralización, el fortalecimiento de la infraestructura, y mejoramiento de la capacidad técnica y operativa de los servicios asistenciales en todo el país.

ACUERDA LA FORMULACION Y EL DESARROLLO DE LAS SIGUIENTES POLITICAS INSTITUCIONALES EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN, LA INFORMACION PÚBLICA Y LA EDUCACION EN SALUD Y SEGURIDAD SOCIAL:

I. Políticas de Información

1. El vocero oficial de la institución es el Presidente Ejecutivo. En orden de precedencia le siguen los Gerentes de División, por delegación o por competencia de los temas que se debe tratar.
2. El Presidente Ejecutivo delegará -durante su ausencia- su representación para estos fines en el Vicepresidente de Junta Directiva, en uno de los miembros de la Junta Directiva o en uno de los Gerentes de División.
3. En el caso de los entes desconcentrados, el vocero oficial de las políticas de esa unidad será el superior jerárquico delegado. En los asuntos de carácter técnico la responsabilidad recae en el experto designado por el jerarca, según tema.
4. Los asuntos de carácter político-institucional deben ser atendidos por la Junta Directiva y la Presidencia Ejecutiva.
5. Las autoridades, jefaturas y directores de unidades tienen la obligación de responder a los requerimientos de los profesionales de la noticia con oportunidad y en un término perentorio. Le compete a la Dirección de Comunicación Organizacional (D.C.O.) asesorar lo pertinente en esta materia.
6. Se entiende por oportunidad, hasta un máximo de 24 horas siguientes a la publicación o transmisión de la noticia que merece respuesta, salvo casos calificados en donde por la índole de la investigación se convenga un plazo mayor.
7. Las declaraciones emitidas por funcionarios a título personal, es decir aquellas dadas por expertos no delegados, se realizan bajo la responsabilidad directa de quien las emita. (Art. 29 de la Constitución

Política de la República: "...Todos pueden comunicar sus pensamientos de palabra o por escrito, y publicarlos sin previa censura; pero serán responsables de los abusos que cometan en el ejercicio de este derecho, en los casos y del modo que la ley establezca").

8. Los temas sobre promoción, prevención, educación para la salud y pensiones podrán ser atendidos directamente, por los expertos según competencia y pertinencia.
9. Los temas de naturaleza técnica y otros a juicio de la Dirección de Comunicación Organizacional han de ser atendidos por los expertos que determinen las autoridades mencionadas o la Dirección de Comunicación Organizacional, en representación de ésta, el Director, el Jefe del Departamento de Comunicación o la Jefatura de Prensa.
10. Toda solicitud de información planteada por un medio de comunicación o periodista, ya sea por medio de entrevista o cuestionario, ha de ser canalizada por la Dirección de Comunicación Organizacional para su pronta atención.
11. Los voceros oficiales y quienes se designen para brindar información, dispondrán siempre de la asesoría de un profesional en comunicación para elaborar la respuesta, a fin de adecuar contenidos y estructurar los mensajes de acuerdo con los requerimientos de los medios de comunicación.
12. Es competencia de la Dirección de Comunicación Organizacional asesorar a las autoridades de la Caja respecto de la conveniencia de publicar o no una respuesta en "campo pagado".

II. Políticas de Promoción, Prevención y Educación para la Salud y la Seguridad Social

1. Las estrategias de comunicación para: promoción, prevención y educación para la salud deben ser sistemáticas y fundamentadas en las prioridades nacionales de morbi-mortalidad.
2. Las estrategias de promoción, prevención y educación para la salud y seguridad social han de ser propuestas y diseñadas sobre la base de las consideraciones técnicas y lo que determinen las investigaciones de hábitos y exposición de los costarricenses a los medios de comunicación, según segmento. En tal sentido se ha de tomar en cuenta el "rating", la cobertura, la penetración y el alcance del medio seleccionado según grupo meta y como elemento complementario de observancia obligatoria, el principio de democratización de la comunicación entendida como la mayor participación de los diferentes actores de los medios alternativos.

3. La Dirección de Comunicación Organizacional es la unidad responsable de diseñar estas estrategias con participación efectiva de los grupos especializados de la institución.
4. Las estrategias de promoción, prevención (modificación de factores de riesgo), educación en salud y seguridad social se diseñarán propiciando el principio de democratización, en el sentido de que todos los usuarios tengan acceso a estos programas. La Dirección de Comunicación Organizacional es la entidad responsable de producir y contratar directamente los servicios para estos fines, según pronunciamiento de la Contraloría General de la República y avalada por la Junta Directiva en sesión No. 7861, artículo 18, celebrada el 27 de mayo del 2004:
 - a) Que como requisito previo de cada una de las contrataciones que lleguen a darse, se cuente con el contenido presupuestario, suficiente y disponible para atender la erogación.
 - b) Que de previo a proceder a la contratación queden debidamente acreditadas las razones por las cuales se selecciona un determinado periódico, televisora, radioemisora, etc.
 - c) Que no se recurra a agencias de publicidad ni para la producción de los mensajes educativos e informativos, ni para la contratación de espacios en los medios de comunicación, actuaciones que deberá desarrollar directamente la CCSS, (acuerdo de Junta Directiva, artículo 18, Sesión No. 7861, celebrada el 27 de mayo del 2004 y pronunciamiento de la Contraloría General de la República).
 - d) Que para cada contratación quede debidamente acreditada la razonabilidad de los precios.
 - e) Que se procure, en igualdad de condiciones, dar participación a la mayor cantidad posible de medios.

III. De las Publicaciones

1. Las publicaciones en los medios escritos y en televisión financiadas con presupuesto institucional se distinguirán, únicamente, por el logotipo oficial de la Caja Costarricense de Seguro Social.
2. Se podrá incluir otros logotipos cuando el costo de la publicación se comparta con otras instituciones u organismos, por la conveniencia del contenido.
3. Ninguno de los responsables de las unidades administrativas y prestadoras de servicios o sus subordinados podrá suscribir convenios “gratuitos” de

publicación donde se combinen temas institucionales y anuncios comerciales de patrocinadores particulares. Aunque esas publicaciones promocionen la celebración de aniversarios o hechos relevantes de las unidades asistenciales.

4. Las alianzas estratégicas que suscriban con empresas privadas para publicaciones de su interés deben contar con la autorización y justificación expresa de la gerencia respectiva (Informe Auditoría AO-267-R-2004.)
5. Se prohíbe establecer este tipo de alianzas para la promoción de cigarrillos, licores y cualquier otro producto que se considere nocivo para la salud.
6. La administración activa no podrá autorizar mensajes de salutación o esquelas, con cargo al presupuesto institucional. Salvo acuerdo de la Junta Directiva de la Caja Costarricense de Seguro Social.
7. Los signos propios de la imagen institucional tales como: logotipo, bandera, himno y otros que identifiquen a la Caja Costarricense de Seguro Social, no pueden ser utilizados para derivar beneficio particular.
8. Le corresponde a la Dirección de Comunicación Organizacional en virtud de sus facultades, la asesoría en la materia de su especialidad a las diversas unidades operativas cuando así lo requieran.

IV. Políticas Generales

1. Respecto de lo que dispone el artículo 85 de la Ley de Protección al Trabajador y el artículo 74 de la Ley Constitutiva de la Caja Costarricense de Seguro Social no se contratará servicios a proveedores que no estén al día con sus obligaciones a la seguridad social o indirectos, es decir, aquellos que para su transmisión arriendan el espacio en un medio de comunicación social. Para efectos de morosidad se considera el medio de comunicación donde se transmitirían los mensajes y el oferente de los servicios publicitarios.
2. Si el oferente es persona física requiere estar asegurado como trabajador independiente y al día en sus obligaciones como tal, tanto al momento de la contratación como al trámite de pago por el servicio. (Artículo 3° Ley Constitutiva, artículo 7° Reglamento Seguro de Salud, artículo 2° Reglamento I.V.M. y Ley de Protección al Trabajador).
3. Si quien formula la oferta es una persona jurídica, ha de ser patrono activo y estar al día en sus obligaciones con la Caja. Si se tratare de una persona física y pensionada, debe tener la condición de trabajador independiente asegurado en el Régimen de Salud.

4. La Dirección de Comunicación Organizacional diseñará el Libro de Marca de la Caja Costarricense de Seguro Social. Sus indicaciones serán de acatamiento obligatorio para todas las unidades de la institución.
5. La institución publicará, anualmente, solo un almanaque por medio de la Dirección de Comunicación Organizacional.
6. La publicación de carpetas, almanaques, afiches, calcomanías, volantes, desplegables y folletos se realizará preferiblemente en la imprenta interna, previa autorización de la respectiva Gerencia.
7. Es competencia exclusiva de la Dirección de Comunicación Organizacional el diseño y producción de las campañas educativas e informativas sobre promoción de la salud, prevención de las enfermedades y seguridad social (ingresos, morosidad, evasión, prestaciones sociales y pensiones).
8. Para definir los temas de las campañas institucionales ha de aplicarse la estrategia proactiva, en el sentido que comprenda la transmisión y publicación de mensajes elaborados sobre la base de los temas que a la Institución le interese. Para lo cual es preciso en primera instancia definirlos y en segunda asignarles la prioridad.
9. La D.C.O. es la responsable administrativa de todas las publicaciones que se hagan en los medios de comunicación social financiados con el presupuesto de la Caja de los seguros de Salud y Pensiones. Esto implica que todas han de recibir su visto bueno para la publicación. Se exceptúan solamente los acuerdos de Junta Directiva, los concursos públicos para selección de personal y aquellas publicaciones para la compra de bienes y servicios de la Dirección de Recursos Materiales y de los entes desconcentrados. No obstante, deben respetar los lineamientos del Libro de Marca.
10. La D.C.O. debe ejecutar programas de capacitación en los niveles locales, de tal forma que se contribuya, de manera práctica mediante el conocimiento y las técnicas de educación para la salud, con la obligatoriedad de ese nivel de cumplir las metas incluidas en los Compromisos de Gestión de realizar acciones sobre: promoción, prevención y educación para la salud.
11. Los centros médicos y administrativos que dispongan de circuitos cerrados de televisión y señal por cable, deberán orientar las transmisiones dirigidas a los usuarios, prioritariamente a la difusión de mensajes educativos en salud, y otros tópicos de interés institucional. En ningún caso se podrá transmitir programas que atenten contra los valores morales de las personas, ya sea por medio de mensajes verbales o musicales o que puedan afectar de alguna manera la condición de salud del paciente. Los

Directores y Administradores de cada centro serán los responsables del cumplimiento de esta disposición. **ACUERDO FIRME**".

Atentamente,

[ORIGINAL FIRMADO]

Emma C. Zúñiga Valverde

Secretaria Junta Directiva

ci:

Presidencia Ejecutiva
Gerencias de División
Auditoría