

DIRECTIVA DE GESTIÓN COMUNICACIONAL DEL MINISTERIO DE CULTURA

I. OBJETIVO

Establecer disposiciones que regulen la gestión comunicacional del Ministerio de Cultura, asegurando coherencia, eficacia y transparencia, en concordancia con los objetivos institucionales.

II. ALCANCE

Las disposiciones contenidas en la presente directiva son de cumplimiento obligatorio para todos los órganos, unidades orgánicas, órganos desconcentrados y unidades ejecutoras del Ministerio de Cultura.

III. BASE LEGAL

- 3.1 Ley N.º 29565, Ley de creación del Ministerio de Cultura.
- 3.2 Ley N.º 29733, Ley de Protección de Datos Personales.
- 3.3 Decreto Supremo N.º 100-2005-RE, que aprueba el Cuadro General y Cuadro Regional de Precedencias protocolar para actos y ceremonias que conciernan al Ceremonial del Estado.
- 3.4 Decreto Supremo N.º 003-2008-PCM, que prohíben el uso de la denominación de los Ministerios y Organismos Públicos Descentralizados, así como de las siglas y logos institucionales sin la autorización respectiva.
- 3.5 Decreto Supremo N.º 056-2008-PCM, que dicta normas sobre información a ser consignada en la documentación oficial de los ministerios del Poder Ejecutivo y los organismos públicos adscritos a ellos.
- 3.6 Decreto Supremo N.º 005-2013-MC, que aprueba el Reglamento de Organización y funciones del Ministerio de Cultura.
- 3.7 Decreto Supremo N.º 033-2018- PCM, que crea la Plataforma Digital Única del Estado Peruano y establecen disposiciones adicionales para el desarrollo del Gobierno Digital.
- 3.8 Resolución de Secretaría de Comunicación Social N.º 01-2019-PCM/SCS, que aprueba el Manual de Estilo de Redes Sociales para el Poder Ejecutivo.
- 3.9 Resolución de Secretaría de Comunicación Social N.º 003-2022-PCM/SCS, que aprueba la Directiva N.º 002-2022-PCM/SCS "Lineamientos aplicables al proceso de coordinación para el desarrollo y difusión de las campañas comunicacionales del Poder Ejecutivo".
- 3.10 Resolución de Secretaría de Comunicación Social N.º 04-2022-PCM/SCS, que aprueba la Directiva N.º 003-2022-PCM/SCS "Lineamientos para la creación, administración y supervisión de las cuentas de redes sociales de las entidades del Poder Ejecutivo".
- 3.11 Resolución de Secretaría de Comunicación Social N.º 003-2023-PCM/SCS, que aprueba la Directiva N.º 002-2023-PCM/SCS, "Lineamientos para la Formulación, Aprobación e Implementación del Plan de Estrategia Publicitaria de la Entidades del Poder Ejecutivo".

- 3.12 Resolución de Secretaría de Comunicación Social N.º 01-2025-PCM/SCS, que aprueba la Directiva N.º 01-2025-PCM/SCS, “Lineamientos para la implementación de acciones estratégicas de comunicación ante situaciones de crisis o emergencia en el trabajo de las oficinas de Comunicaciones de las entidades del Poder Ejecutivo”.
- 3.13 Resolución de Secretaría General N.º 099-2015-SG/MC, que aprueba la Directiva N.º 011-2015-SSG/MC “Lineamientos para la Gestión de Auspicios, otorgados por terceros para la prestación de servicios en favor del Ministerio de Cultura”.
- 3.14 Resolución de Secretaría General N.º 243-2018-SG/MC, que aprueba la Directiva N.º 007-2018-SG/MC “Lineamientos para el uso uniforme y estandarizado de las herramientas gráficas y comunicacionales en el Ministerio de Cultura”.
- 3.15 Resolución de Secretaría General N.º 000117-2021-SG/MC, que aprueba la Directiva N.º 005-2021-SG/MC “Lineamiento para la elaboración, suscripción, registro, ejecución y monitoreo de convenios de colaboración interinstitucional y/o cooperación técnica internacional en el Ministerio de Cultura, con entidades nacionales e internacionales”.
- 3.16 Resolución de Secretaría General N.º 000001-2022-SG/MC, que aprueba la Directiva N.º 001-2022-SG/MC: Directiva para la Formulación, Modificación y Aprobación de Documentos de Gestión, Normativos y Orientadores del Ministerio de Cultura.
- 3.17 Resolución de Secretaría General N.º 000178-2024-SG/MC, que aprueba el Manual de Identidad Gráfica del Ministerio de Cultura.

Las normas citadas incluyen sus respectivas disposiciones modificatorias, complementarias, ampliatorias y conexas, según corresponda.

IV. RESPONSABILIDADES

- 4.1. La Oficina de Comunicación e Imagen Institucional (en adelante la OCII) es la unidad orgánica responsable de conducir, supervisar y garantizar el cumplimiento de la presente directiva.
- 4.2. Los órganos, unidades orgánicas, órganos desconcentrados y unidades ejecutoras del Ministerio de Cultura (en adelante, las dependencias), son responsables de aplicar y cumplir las disposiciones establecidas en la presente directiva, en el ámbito de sus funciones.

V. DISPOSICIONES GENERALES

5.1. Principios Orientadores:

- 5.1.1. La gestión comunicacional del Ministerio de Cultura se rige por los principios de coherencia, transparencia, oportunidad, veracidad, respeto, ética e identidad institucional.
- 5.1.2. La comunicación institucional se alinea con los cuatro ejes estratégicos del sector: Patrimonio Cultural, Industrias Culturales y Artes, Interculturalidad y Gestión Institucional.

5.2. Gestión con medios, crisis comunicacional y vocería

- 5.2.1. La OCII es responsable de la gestión de las relaciones con los medios de comunicación, lo que incluye monitoreo, coordinación, convocatoria y difusión de información institucional.
- 5.2.2. Todo material informativo dirigido a medios de comunicación, como notas de prensa, comunicados u otros, así como la organización de conferencias de prensa, entrevistas a voceros y la cobertura comunicacional de actividades, debe ser gestionado y validado previamente por la OCII.
- 5.2.3. Se considera crisis comunicacional a toda situación coyuntural que afecte o pueda afectar negativamente la imagen institucional, en el ámbito de sus competencias, difundida en medios de comunicación o redes sociales.
- 5.2.4. En situaciones de crisis comunicacional, la OCII lidera la estrategia de comunicación en coordinación con la Alta Dirección y las dependencias involucradas.
- 5.2.5. La vocería institucional es ejercida por el titular del Ministerio de Cultura, los viceministerios y los funcionarios autorizados, quienes comunican la posición institucional ante los medios de comunicación con mensajes claros, precisos y alineados a los objetivos institucionales, evitando opiniones personales.
- 5.2.6. Los funcionarios que participen en entrevistas, declaraciones u opiniones especializadas, en el marco de actividades académicas, investigaciones u otros requerimientos de información de entidades públicas o privadas, deben coordinar previamente con la OCII, la cual determina si dicha participación constituye vocería institucional. De ser así, se requiere validación previa.

5.3. Campañas de comunicación

- 5.3.1. Son acciones planificadas orientadas a difundir información estratégica, posicionar iniciativas institucionales y promover los servicios, programas y acciones del Ministerio de Cultura.
- 5.3.2. La OCII coordina, planifica y valida las campañas en conjunto con las dependencias solicitantes, asegurando su pertinencia institucional, coherencia con los objetivos estratégicos del Ministerio de Cultura y alineamiento con la identidad visual institucional.

5.4. Gestión de plataformas digitales institucionales

- 5.4.1. La OCII gestiona las plataformas digitales institucionales del Ministerio de Cultura, lo que incluye la creación y administración de redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok, X, y LinkedIn), así como la administración de las secciones del portal institucional en Gob.pe, tales como Campañas y eventos e Informes y publicaciones.
- 5.4.2. La OCII es la encargada de administrar los accesos a las cuentas de redes sociales institucionales de las dependencias del Ministerio de

Cultura que cuenten con autorización para la creación de canales digitales.

- 5.4.3. Las publicaciones para redes sociales se alinean al Manual de Identidad Gráfica del Ministerio de Cultura y al Lineamiento para la creación, administración y supervisión de las cuentas de las redes sociales de las entidades del Poder Ejecutivo.

5.5. Diseño, producción, actualización y validación de material comunicacional

- 5.5.1. Se rige por el Manual de Identidad Gráfica del Ministerio de Cultura y la normativa del uso del logotipo y marca de gestión del gobierno vigente, en piezas gráficas y audiovisuales.

- 5.5.2. La OCII supervisa y valida el uso del logotipo institucional y la coherencia visual de los materiales comunicacionales, tanto físicos como digitales, elaborados por las dependencias del Ministerio de Cultura.

- 5.5.3. Las piezas comunicacionales se clasifican en dos categorías:

- a) Simples: Piezas gráficas o audiovisuales cuyo diseño o producción no contiene muchos elementos visuales o de edición, como comunicados, reconocimientos, declaratorias de interés, invitaciones a eventos, banners, rollers, backing, tótems, actualizaciones, presentaciones, entre otros.
- b) Complejas: Piezas gráficas o audiovisuales que requieren mayor nivel de desarrollo, detalle o tiempo en su diseño o producción, como publicaciones para redes sociales, agendas institucionales, revistas, boletines, ilustraciones, infografías, dípticos, trípticos, videos, entre otros.

- 5.5.4. Para la validación del uso del logotipo institucional en piezas gráficas o audiovisuales vinculadas a actividades organizadas o coordinadas con entidades públicas o privadas, se debe identificar la modalidad de participación, la cual debe estar formalizada mediante documento suscrito por las partes. Las modalidades son las siguientes:

- a) Coorganizador: Una entidad organiza la actividad en conjunto con el Ministerio de Cultura, compartiendo el mismo nivel de responsabilidad en su desarrollo y en los resultados del evento.
- b) Apoyo o colaboración: Una entidad brinda apoyo mediante la provisión de bienes o servicios específicos para la organización de una actividad a cargo del Ministerio de Cultura.
- c) Respaldo: Una entidad otorga su reconocimiento institucional, sustentado en su prestigio y reputación, a la organización del evento. En esta modalidad, el Ministerio de Cultura no participa con bienes ni servicios en la organización.

- d) Auspicio: Una entidad, con o sin fines de lucro y de reconocido prestigio, se compromete a realizar un aporte mediante la prestación de servicios a favor del Ministerio de Cultura.

5.5.5. El Ministerio de Cultura financia proyectos culturales mediante concursos públicos y reconoce a organizaciones que promueven las artes y la cultura. El uso del logotipo institucional en materiales gráficos y/o audiovisuales por parte de estas organizaciones debe contar con la aprobación previa de la OCII antes de su difusión.

5.6. Actividades institucionales

5.6.1. Las dependencias informan a la OCII sobre la programación mensual de sus actividades institucionales.

5.6.2. Las actividades institucionales se clasifican en:

- a. Culturales y artísticas: Exposiciones de arte, conciertos, obras teatrales, celebraciones, festividades y campañas de promoción cultural.
- b. Educativas: Talleres, cursos, conferencias y capacitaciones en materia cultural.
- c. Institucionales: Actividades oficiales del Ministerio de Cultura o de otras entidades públicas, así como otras actividades sociales vinculadas al ámbito cultural.

5.7. Soporte en actos protocolares

5.7.1. La OCII brinda soporte, de manera coordinada, en las actividades internas o externas en las que participe la Alta Dirección y las dependencias del Ministerio de Cultura.

VI. DISPOSICIONES ESPECÍFICAS

6.1 De las actividades para la gestión con medios de comunicación, crisis comunicacional y vocería

6.1.1. Para la difusión de notas de prensa o comunicados en medios de comunicación y en el portal web Gob.pe, las dependencias solicitan a la OCII la validación correspondiente, remitiendo el contenido conforme a la estructura establecida en el Anexo 2: "Estructura y criterios para notas de prensa y comunicados", mediante correo electrónico a la OCII con una anticipación mínima de tres días hábiles previos a su difusión.

6.1.2. La OCII realiza el monitoreo de medios de comunicación y plataformas digitales, con el fin de identificar información vinculada a la coyuntura social, política y cultural que pueda impactar al Ministerio de Cultura, así como los rebotes de las notas de prensa o comunicados emitidos por la entidad. Esta acción se efectúa mediante una plataforma de monitoreo de medios bajo su administración.

6.1.3. Sobre la coordinación de entrevistas solicitadas por medios de comunicación, las dependencias informan a la OCII con una anticipación mínima de dos días hábiles, a fin de evaluar su pertinencia.

- 6.1.4. Respecto a la vocería, las dependencias solicitan a la OCII la autorización correspondiente, con una anticipación de dos días hábiles, consignando la información requerida en el Anexo 3.
- 6.1.5. La OCII coordina y valida, en conjunto con las dependencias, la vocería institucional del Ministerio de Cultura, definiendo los mensajes clave que serán transmitidos en las intervenciones ante los medios de comunicación.
- 6.1.6. La OCII organiza las sesiones de entrenamiento en vocería (media training), las cuales pueden desarrollarse de manera presencial o virtual, según las condiciones de la dependencia solicitante.
- 6.1.7. Para solicitar una sesión de media training, la dependencia remite a la OCII la *Ficha de Información para media training* (Anexo 4). La solicitud es evaluada por la OCII, la cual comunica su respuesta en un plazo no mayor de tres días hábiles.
- 6.1.8. En casos de emergencia o crisis comunicacional, las notas de prensa o comunicados son revisados y validados por la OCII de manera inmediata. Para tal efecto, las dependencias remiten oportunamente el material correspondiente.

6.2 Del desarrollo de campañas de comunicación

- 6.2.1. Las dependencias que requieran desarrollar campañas de comunicación remiten a la OCII, a través del Sistema de Gestión Documentaria (en adelante, SGD), la propuesta correspondiente para su revisión y validación, conforme al modelo establecido en el Anexo 5, con una anticipación mínima de veinte días hábiles previos a su implementación.
- 6.2.2. La OCII revisa la propuesta en un plazo máximo de cinco días hábiles y comunica a la dependencia proponente las observaciones y sugerencias.
- 6.2.3. Las dependencias cuentan con un plazo máximo de tres días hábiles para subsanar las observaciones formuladas por la OCII y remitir la versión actualizada para la validación del mensaje y de la estrategia comunicacional.
- 6.2.4. La producción y difusión de la campaña está a cargo de la dependencia correspondiente, en coordinación con la OCII, de acuerdo con el cronograma establecido.

6.3. Sobre la gestión de plataformas digitales

- 6.3.1. Las dependencias remiten a la OCII, a través del SGD, el material comunicacional destinado a las plataformas digitales institucionales para su revisión y validación, con una anticipación mínima de cinco días hábiles previos a su difusión.
- 6.3.2. La OCII revisa y coordina con la dependencia correspondiente la adecuación de contenidos, la validación de piezas comunicacionales y

la generación de materiales complementarios para su difusión en las plataformas digitales institucionales.

- 6.3.3. Las dependencias remiten su grilla de contenidos a la OCII en formato PowerPoint (PPT), los días viernes de la semana previa a su publicación, para la planificación y programación de contenidos en las redes sociales.
- 6.3.4. La redacción de contenido, incluyendo estilo, tono, ortografía y el uso de elementos multimedia, debe cumplir con los lineamientos establecidos en el *Manual de Estilo de Redes Sociales del Poder Ejecutivo*.
- 6.3.5. Las dependencias que administren redes sociales institucionales deben designar como responsables a personal especializado en comunicación, a fin de garantizar el adecuado manejo, coherencia del mensaje institucional y cumplimiento de los lineamientos establecidos por la OCII.
- 6.3.6. La OCII atiende solicitudes de difusión en plataformas digitales presentadas fuera de plazo únicamente cuando estas sean de carácter urgente y no hayan podido ser previstas con anticipación. Se consideran casos excepcionales la publicación de comunicados, declaratorias y la difusión de normas, tales como resoluciones y decretos supremos, entre otros.

6.4. Sobre el requerimiento de diseño, producción, actualización y validación de material comunicacional

- 6.4.1. Las dependencias solicitan a la OCII el diseño, producción, actualización y validación de piezas gráficas o audiovisuales mediante documento a través del SGD, adjuntando el formato de solicitud correspondiente (Anexo 6).
- 6.4.2. Para el diseño y producción de materiales comunicacionales, las dependencias proporcionan los insumos en una carpeta virtual con acceso libre y sin fecha de caducidad, cuyo enlace se consigna en el documento presentado. Esta debe contener textos finales, imágenes y videos en alta calidad, referencias visuales, guiones (en el caso de productos audiovisuales) y cualquier otro elemento que facilite el desarrollo óptimo del material solicitado.
- 6.4.3. El plazo mínimo para el diseño, actualización, producción o validación de piezas simples es de cinco días hábiles. En el caso de piezas complejas, el plazo máximo es de treinta días hábiles, según el nivel de complejidad del requerimiento.
- 6.4.4. Sobre las solicitudes de validación de piezas gráficas
 - 6.4.4.1. Las dependencias que hayan producido piezas comunicacionales remiten el material a la OCII para su validación, previamente a su difusión o publicación.
 - 6.4.4.2. La OCII revisa las piezas comunicacionales y formula, de corresponder, observaciones o recomendaciones, las cuales

son remitidas a la dependencia proponente para su subsanación. Durante el proceso se evalúan aspectos de redacción y diseño, incluyendo la correcta aplicación de la identidad visual institucional, el uso de logotipos, tipografías, colores, jerarquía visual, diagramación y demás elementos gráficos que aseguren coherencia comunicacional.

6.4.4.3. La OCII valida la portada, contraportada y hoja de créditos de publicaciones como libros, revistas e investigaciones. Las dependencias son responsables del contenido de dichas publicaciones.

6.4.4.4. En el caso de indumentaria institucional y merchandising que utilicen el logotipo del Ministerio de Cultura, el diseño es validado por la OCII durante la etapa de elaboración de las especificaciones técnicas y en la primera prueba de impresión o confección, según corresponda.

6.4.5. Sobre las solicitudes de validación del logotipo institucional

6.4.5.1. El material comunicacional institucional que incluya, además del logotipo del Ministerio de Cultura, logotipos de otras entidades públicas o privadas, debe contar con la autorización expresa de uso emitida por la entidad titular del logotipo correspondiente.

6.4.5.2. Dicha autorización debe constar en documentos como acuerdos, convenios, actas u otro documento que respalde la inclusión y difusión del logotipo en los materiales de comunicación.

6.4.5.3. Para la validación de estas piezas, las dependencias presentan una solicitud mediante informe a través del SGD, con una anticipación mínima de diez días hábiles previos al desarrollo de la actividad, detallando la modalidad de participación, la justificación, la necesidad de intervención y las condiciones de participación institucional.

6.4.5.4. El uso del logotipo de una entidad pública o privada en materiales de comunicación, se adecua a la modalidad de participación institucional, ya sea como coorganizador, apoyo, respaldo o auspiciador, y se sujeta a lo establecido en el Manual de Identidad Gráfica.

6.4.5.5. Cuando el Ministerio de Cultura participe como organizador, en apoyo o como auspiciador de una actividad, la ubicación del logotipo se define en coordinación con las instituciones participantes y conforme al Cuadro General de Precedencias Protocolar para actos y ceremonias del Ceremonial del Estado.

6.4.5.6. El uso del logotipo institucional por parte de los administrados se rige por el Manual de Identidad Gráfica y los lineamientos emitidos por la OCII.

- 6.4.5.7. En estos casos, la solicitud de validación del logotipo institucional en piezas gráficas o audiovisuales es remitida a la OCII por la dependencia correspondiente del Ministerio de Cultura mediante documento a través del SGD, adjuntando el material a validar.
- 6.4.5.8. La OCII responde la solicitud en un plazo máximo de cuatro días hábiles, contados a partir del día siguiente de recibido el requerimiento vía SGD.
- 6.4.5.9. La validación efectuada por la OCII se limita al cumplimiento del Manual de Identidad Gráfica y no constituye autorización para la realización de actividades.

6.4.6. Sobre las solicitudes de producción, validación y proyección de videos

- 6.4.6.1. Las dependencias solicitan la producción de videos con una anticipación mínima de catorce días hábiles, adjuntando el guion previamente validado por el director de la dependencia. La OCII revisa el guion y, de ser necesario, solicita ajustes antes de iniciar el proceso de producción.
- 6.4.6.2. Las dependencias solicitan la validación del material audiovisual con una anticipación mínima de siete días hábiles. La OCII verifica el cumplimiento de aspectos técnicos como armonía, concordancia visual, uso de colores corporativos, tipografía institucional, calidad de imágenes o ilustraciones, márgenes, alineaciones, formatos de video compatibles, cintillo de créditos, subtítulo cuando corresponda y claqueta de cierre.
- 6.4.6.3. Para la proyección de videos en actividades realizadas en la sede central, las dependencias solicitan la validación de la OCII, a través del SGD, con una anticipación mínima de cinco días hábiles. En el caso de eventos ministeriales, la validación se realiza con una anticipación de dos días hábiles.
- 6.4.6.4. Las solicitudes de difusión en la pantalla externa, ubicada en la Explanada del Ministerio de Cultura, se presentan con una anticipación mínima de cinco días hábiles, especificando el plazo de difusión. La dependencia remite un informe técnico a través del SGD, adjuntando el video en formato 768 x 576 px y con una duración máxima de sesenta segundos. La OCII verifica el cumplimiento de los aspectos técnicos.

6.4.7. Sobre las solicitudes de coberturas y transmisiones en vivo

- 6.4.7.1. Las dependencias solicitan la cobertura fotográfica y audiovisual de sus actividades con una anticipación mínima de siete días hábiles, mediante documento a través del SGD.
- 6.4.7.2. La OCII responde en un plazo de cinco días hábiles, comunicando la disponibilidad del equipo de cobertura.

- 6.4.7.3. La OCII atiende solicitudes fuera de este plazo únicamente cuando se trate de reuniones de carácter urgente o muy urgente dispuestas por la Alta Dirección.
- 6.4.7.4. En caso la OCII no cuente con disponibilidad de personal para atender la solicitud, coordina con la dependencia solicitante para que esta realice el registro fotográfico o audiovisual, a fin de generar contenido que pueda ser difundido en redes sociales.
- 6.4.7.5. Para las transmisiones a través de las plataformas digitales del Ministerio de Cultura, la dependencia remite la solicitud por SGD con una anticipación mínima de catorce días hábiles y proporciona los recursos comunicacionales requeridos, previamente validados por la OCII.

6.4.8. Sobre la autorización de uso de imágenes

- 6.4.8.1. En caso se utilicen fotografías o imágenes de personas, bienes culturales o actividades protegidas por derechos de autor, se debe contar con la autorización de sus titulares, cuando corresponda, conforme al Anexo 7.
- 6.4.8.2. Cuando se trate de la imagen de niños y adolescentes, se debe obtener la autorización expresa de los padres o tutores legales, garantizando la protección de sus derechos conforme a la normativa vigente, según el formato del Anexo 7.
- 6.4.8.3. El banco de imágenes del Ministerio de Cultura, disponible en Flickr (<https://www.flickr.com/photos/mincu/>) es de libre acceso. Cuando se utilicen fotografías de este repositorio, se debe consignar el siguiente crédito: "Foto o archivo: Ministerio de Cultura".

6.5. Sobre las actividades institucionales

- 6.5.1. La OCII remite, durante la última semana de cada mes, un memorando a las dependencias a través del SGD, solicitando el registro de sus actividades institucionales programadas en la matriz, conforme al formato establecido en el Anexo 8.
- 6.5.2. Las dependencias remiten a la OCII su programación mensual de actividades mediante documento de respuesta, adjuntando la Matriz de Actividades (Anexo 8).
- 6.5.3. Las actividades que requieran la participación del titular del Ministerio de Cultura deben cumplir con criterios de pertinencia, alcance y convocatoria, a fin de determinar su participación. Los plazos para la remisión de las matrices que incluyen actividades con participación de la Alta Dirección se establecen en el documento emitido por la OCII.
- 6.5.4. La OCII consolida la información remitida por las dependencias y la deriva a la Alta Dirección, para su validación.
- 6.5.5. En caso surja una actividad no contemplada en la programación mensual que requiera la participación del titular del Ministerio de

Cultura, la dependencia la comunica a la OCII con una anticipación no menor de diez días hábiles, a fin de facilitar las coordinaciones necesarias. Excepcionalmente, en casos de urgencia, la comunicación puede efectuarse con un plazo menor.

- 6.5.6. Las dependencias informan también a la OCII sobre aquellas actividades que, sin requerir la participación de la Alta Dirección, resulten relevantes, a fin de coordinar acciones de difusión, registro audiovisual o presencia comunicacional.

6.6. Sobre soporte en actos protocolares

- 6.6.1. La dependencia solicita el soporte para el acto protocolar a la OCII, adjuntando el formato del Anexo 9, con una anticipación mínima de diez días hábiles previos a la realización de la actividad.
- 6.6.2. Excepcionalmente, la OCII atiende solicitudes fuera de dicho plazo cuando se trate de actividades urgentes o muy urgentes dispuestas por la Alta Dirección.
- 6.6.3. La dependencia remite la carpeta informativa, la cual debe incluir la ficha técnica, ayuda memoria, desarrollo de la actividad, programa, mensajes clave, vocativo y proyecto de discurso para el titular del Ministerio de Cultura, conforme a lo establecido en el Anexo 10.
- 6.6.4. La OCII recibe la carpeta informativa y verifica que la información se encuentre alineada con los objetivos del evento. Asimismo, revisa el vocativo, el programa y la corrección de estilo.
- 6.6.5. La OCII remite la carpeta informativa al Gabinete de Asesores, para su validación y la elaboración del discurso ministerial, en un plazo de dos días hábiles.
- 6.6.6. La versión final de la carpeta, validada por el Gabinete de Asesores, es remitida a la OCII para su conocimiento y, de ser necesario, su impresión.
- 6.6.7. La OCII puede realizar visitas previas o viajes de avanzada para planificar y coordinar los eventos o actividades en los que participe la Alta Dirección.

VII. DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

- 7.1. Los aspectos no contemplados en la presente directiva son coordinados y resueltos por la OCII del Ministerio de Cultura, en el marco de sus competencias.
- 7.2. La OCII puede emitir manuales, protocolos, guías, instructivos u otros documentos complementarios que faciliten la adecuada aplicación de la presente directiva.

VIII. ANEXOS

- **ANEXO 1: Definiciones.**
- **ANEXO 2:** Estructura y criterios de la nota de prensa y comunicados.
- **ANEXO 3:** Formato de solicitud de vocería.
- **ANEXO 4:** Ficha de información para media training.

- **ANEXO 5:** Estructura de plan de campaña comunicacional.
- **ANEXO 6:** Formato de solicitud de diseño de piezas gráficas y audiovisuales.
- **ANEXO 7:** Formatos de autorización de uso de voz e imagen.
- **ANEXO 8:** Matriz de actividades para participación de Alta Dirección
- **ANEXO 9:** Formato de soporte de protocolo para un evento y/o actividad.
- **ANEXO 10:** Estructura de carpeta informativa.

ANEXO 1 DEFINICIONES

- **Administrados:** Se denomina administrado a quien ha sido beneficiario de un estímulo económico, en tanto participa en un procedimiento administrativo sujeto a condiciones y compromisos.
- **Ayuda memoria:** Documento que contiene información relevante sobre hechos o circunstancias específicas.
- **Carpeta informativa:** Conjunto de documentos que brindan información relevante para facilitar la comprensión de una actividad programada de la Alta Dirección.
- **Carpeta protocolar:** Conjunto de documentos que reúne información clave sobre una actividad programada, incluyendo una ficha técnica y otros datos necesarios para su adecuada gestión y desarrollo.
- **Campañas de comunicación:** Conjunto de acciones o actividades de comunicación que se desarrollan con el objetivo de generar cambios de comportamiento, actitudes o prácticas en la ciudadanía.
- **Cuadro de precedencias protocolar para actos y ceremonias:** Tabla que establece el orden jerárquico de personas y entidades en un acto o ceremonia.
- **Gestión comunicacional:** Proceso de planificación, ejecución y control de la comunicación organizacional, orientado a garantizar una interacción efectiva entre la institución y la ciudadanía o sus usuarios.
- **Gestión con medios:** Proceso de planificación, organización, ejecución y monitoreo de estrategias vinculadas a la producción, distribución y difusión de contenidos en diversos canales de comunicación.
- **Gestión de salas:** Proceso de administración y coordinación del uso de ambientes físicos pertenecientes a una institución.
- **Imagen institucional:** Percepción que proyecta una organización a través de su identidad visual, valores y comunicación, conformada por elementos que reflejan su esencia y carácter distintivo.
- **Matriz de actividades:** Formato digital en el que se registran las actividades programadas, de manera mensual o anual, consignando datos como denominación, lugar, fecha, participantes, entre otros.
- **Material audiovisual:** Conjunto de contenidos que combinan imágenes y sonidos, difundidos a través de plataformas digitales, redes sociales y medios de comunicación.
- **Media training:** Herramienta de preparación para entrevistas y otras apariciones mediáticas, que proporciona técnicas comunicativas orientadas a mejorar la claridad, seguridad y eficacia en la comunicación ante los medios.
- **Manual de identidad:** Documento, en formato físico o digital, que reúne las normas y lineamientos visuales que regulan el uso de una marca.
- **Mensajes clave:** Idea principal o concepto que una organización busca comunicar de manera consistente a su audiencia a través de diversos canales y campañas.

- **Plataformas digitales:** Entornos tecnológicos que integran aplicaciones, servicios y recursos en un mismo espacio para facilitar la interacción y la gestión de información.
- **Piezas gráficas:** Composiciones visuales que integran imágenes, texto y otros elementos para comunicar un mensaje de manera efectiva.
- **Soporte en actos protocolares:** Conjunto de acciones, normas y prácticas que regulan la organización y ejecución de actos públicos y ceremonias institucionales.
- **Redes sociales:** Plataformas digitales diseñadas para facilitar la interacción, comunicación y conexión entre personas, comunidades y organizaciones.
- **Validación:** Proceso estructurado mediante el cual se verifica y confirma información y aspectos técnicos, asegurando el cumplimiento de los lineamientos establecidos.

ANEXO 2
ESTRUCTURA Y CRITERIOS DE LA NOTA DE PRENSA Y COMUNICADOS

Estructura	Criterio
Título llamativo	<i>Debe ser claro, conciso y preciso Resume la esencia de la noticia en una sola línea.</i>
Bajada	<i>Complementa el título, ampliando la información principal de manera breve y atractiva.</i>
Párrafo introductorio (Lead)	<i>Responde a las 5W: ¿qué?, ¿quién?, ¿cuándo?, ¿dónde? y ¿por qué? Resume la información clave en dos o tres líneas.</i>
Desarrollo de la noticia	<i>Profundiza en los aspectos más relevantes. Incluye datos, cifras y citas pertinentes.</i>
Cierre	<i>Señala las acciones esperadas del público o de los medios de comunicación.</i>
Información adicional	<i>Incluye un breve llamado a seguir recibiendo información a través de los canales oficiales, cuando la nota o comunicado lo amerite.</i>

ANEXO 3
FORMATO DE SOLICITUD DE VOCERÍA

Sector	<i>Cultura</i>
Vocero/a	<i>Nombre completo y cargo</i>
Tema central	<i>Descripción concreta del motivo de la vocería</i>
Fecha y hora	<i>00/00/0000 desde las 00:00 a. m. – p. m.</i>
Detalles del medio confirmado o propuesto	<i>Nombre del medio radial, canal televisivo o prensa escrita: indicar el nombre del programa y franja horaria</i>
Temas a tratar	<i>Lista breve y ordenada de ideas que el vocero debe desarrollar. Esto ayuda al vocero a prepararse, asegura coherencia en el mensaje y permite al equipo de comunicaciones hacer seguimiento al impacto del contenido.</i>

ANEXO 4
FICHA DE INFORMACIÓN PARA MEDIA TRAINING

Nombres y Apellidos del vocero: Cargo: Indicar el cargo del vocero Institución: Indicar a qué dependencia pertenece el vocero Fecha: indicar la fecha en 00/00/0000 Hora: Indicar la hora en formato a. m. – p. m.	
Información sobre el objetivo institucional	<i>¿Qué quiere lograr la institución con la vocería?</i>
Motivo de la media training	<i>Indicar el motivo de la media training:</i> • Lanzamiento de nuevo programa, producto. • Inauguración de obra. • Conferencia de balance de gestión. • Atención de situación de crisis. • Entrevista en medios masivos (radio / tv / prensa escrita)
Tema a desarrollar	<i>Breve descripción de qué se trata</i>
Objetivos comunicacionales	<i>¿qué se busca con la difusión?</i>
Mensajes clave a posicionar	<i>Dos o tres mensajes claros que el vocero debe enfatizar</i>
Temas sensibles al sector o vinculados al tema que se desarrollará	<i>Listar los temas controversiales que podrían surgir en la entrevista.</i>
Antecedentes del funcionario / profesión / experiencia como vocero	<i>Indicar la formación profesional del vocero, señalar experiencia en entrevistas en medios de comunicación</i>
Principales rasgos de la personalidad del vocero que faciliten o dificulten la vocería	<i>Describir características que puedan impactar su desempeño comunicacional.</i>
Aspectos que deben mejorar en la comunicación del funcionario	<i>Aquellos que puedan identificarse como muletillas, lenguaje corporal, tips, etc.</i>
Propuesta de cuestionario para el media training	<i>Elaborar un listado de preguntas posibles, que podrían formular en una entrevista real.</i>

ANEXO 5

ESTRUCTURA DE PLAN DE CAMPAÑA COMUNICACIONAL

1. **Presentación:** Incluye información detallada de las acciones planteadas en el plan de campaña de comunicación social y/u orgánica.
2. **Identificación del tema o problema a abordar:** Es fundamental para una campaña comunicacional exitosa. Permite definir objetivos claros, segmentar la audiencia, y diseñar mensajes efectivos que generen el impacto deseado.
3. **Objetivos de comunicación:** Los objetivos de comunicación están orientados hacia lo que la comunicación puede hacer para informar o sensibilizar a la opinión pública sobre un problema o tema de interés público. Los objetivos deben estar desarrollados bajo el método Smart (las metas deben ser específicas, medibles, alcanzables, relevantes y estar sujetas a un plazo concreto).
4. **Público objetivo:** Es el grupo de personas previamente segmentado sobre la base de características geográficas, demográficas, grupo etario y comportamiento del público consumidor, en coherencia con los objetivos de la campaña comunicacional.
5. **Mensajes:** Son las frases concretas, directas y contundentes con las cuales la campaña se va a dirigir al público objetivo.
6. **Estrategia:** Enfoque con el que se va a desarrollar la campaña. Marca la ruta para definir el concepto de la campaña y la idea creativa.
7. **Espacios o canales de difusión a utilizar:** Define en qué espacios o canales se difundirán las piezas comunicacionales.
8. **Ámbito de aplicación:** Indica el lugar o zonas donde se dirigirá la campaña.
9. **Piezas comunicacionales:** Es el producto, físico o digital, que contiene un mensaje destinado a informar, orientar o persuadir a una audiencia, con el propósito de motivar una acción o una conducta de importancia social.
10. **Cronograma de actividades:** Indica las actividades y fechas previstas para su difusión.
11. **Presupuesto:** Incluir una estimación detallada de los recursos necesarios para la ejecución de la campaña.

ANEXO 6
FORMATO DE SOLICITUD DE DISEÑO DE PIEZAS GRÁFICAS Y
AUDIOVISUALES

Nombre de la Dirección / dependencia	Indicar la dependencia que realiza la solicitud.
Público objetivo:	<i>Especificar a qué grupo de personas está dirigido la actividad.</i>
Título del evento:	<i>Colocar el nombre oficial de la actividad.</i>
Objetivo:	<i>Describir brevemente el propósito de la actividad.</i>
Fecha de inicio:	<i>Indicar fecha exacta del inicio de la actividad en días, mes y año (00/00/0000).</i>
Horario:	<i>Indicar la hora en formato a. m. – p. m.</i>
Lugar / plataforma:	<i>Especificar si el evento es presencial (dirección exacta) o virtual (plataforma).</i>
Duración del evento:	<i>Indicar el tiempo estimado de duración de la actividad.</i>
Informes e inscripciones:	<i>Detallar datos de contacto para consultas o registro: correo electrónico, enlace web, formularios, etc.</i>
Contenido del evento:	<i>Describir brevemente la actividad que se realizará: charla, presentación, etc.</i>
Datos del expositor:	<i>En caso lo hubiera, indicar nombre y cargo.</i>
Apoyo de entidades:	<i>Si hay coorganización, auspicio o colaboración de otras instituciones, sean públicas o privadas y si sus logotipos deben incluirse en las piezas.</i>
Tipo de publicidad que se requiere:	<i>Especificar los productos a diseñar: banner, post para redes sociales, etc. Indicando las medidas que deben tener.</i>
Tipo de difusión física o virtual:	<i>Indicar si el material será difundido por plataformas digitales o será impreso, o ambos.</i>
Fotografía o ilustración *	<i>Adjuntar la imagen en alta definición que será utilizada en el diseño.</i>
Tiempo estimado del vídeo**	<i>Solo para solicitudes audiovisuales: indicar duración aproximada del video requerido.</i>

(*) La fotografía o ilustración es sumamente necesaria para la elaboración de la pieza gráfica, y esta debe contar con los derechos de autor cedidos a la dependencia o dirección.

(**) En caso la solicitud sea producción de vídeo.

ANEXO 7
FORMATOS DE AUTORIZACIÓN DE USO DE VOZ E IMAGEN AUTORIZACIÓN DE
USO DE VOZ E IMAGEN

Por el presente documento yo,
_____, con Documento de
Identidad (Tipo y N°) _____, con domicilio en
_____ autorizo el uso de mi
imagen y/o voz fijada con motivo
de _____, a fin que puedan ser utilizadas
en el marco de los programas y/o producciones que realice y/o transmita en las
plataformas digitales, de titularidad del Ministerio de Cultura del Perú, con RUC
20536924273 y con domicilio en la av. Javier Prado n.º 2465 San Borja, Lima,
Perú.

La presente licencia se otorga a título gratuito, para todo el mundo y por una
vigencia indefinida. Asimismo, se brinda para que dichas fijaciones puedan ser
reproducidas, distribuidas, transformadas, comunicadas públicamente, puestas
a disposición del público y sincronizadas.

Firma

AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE REGISTROS AUDIOVISUALES
MENORES DE EDAD

Conste por el presente documento, se otorga la AUTORIZACIÓN para que se
realicen tomas fotográficas y de video del menor, lo que a su vez serán
empleadas por el Ministerio de Cultura en medios gráficos, impresos,
audiovisuales o electrónicos, y otros medios digitales, para fines de difusión o
promoción en diferentes servicios relacionados a... (se menciona la actividad,
campaña o estrategia).

Niño/niña _____

DNI del menor edad _____

Padre/madre/apoderado _____

Firma Padre/madre/apoderado _____

DNI Padre/madre/apoderado _____

ANEXO 8

MATRIZ DE ACTIVIDADES PARA PARTICIPACIÓN DE ALTA DIRECCIÓN

N°	Tipo de actividad (inauguración, exposición, feria, ceremonia, presentación, visita, otro)	MOTIVO DE LA ACTIVIDAD	LUGAR				SECTOR	FECHA	HORA	POBLACIÓN BENEFICIADA	MONTO DE INVERSIÓN	AUTORIDADES PRESENTES EN LA ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN BREVE DE LA IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD	OBSERVACIONES	CONTACTO
			DEPARTAMENTO	PROVINCIA	DISTRITO	CENTRO POBLADO, COMUNIDAD NATIVA, ETC									
1	Seleccionar la categoría que mejor describa la actividad a realizar	Describir de manera breve y clara la finalidad o razón principal de la actividad	Indicar el departamento donde se realizará la actividad	Indicar la provincia correspondiente	Indicar el distrito donde se desarrollará la actividad	Precisar el nombre del centro poblado, comunidad nativa u otro, de corresponder.	Indicar el sector al que pertenece la actividad (cultura, educación, turismo, comunidades, entre otros).	Señalar la fecha exacta de realización de la actividad (día/mes/año)	Indicar la hora de inicio de la actividad.	Describir brevemente el público o grupo beneficiado	Indicar el monto estimado de inversión, de corresponder. En caso contrario, señalar "No aplica".	Detallar las autoridades que participarán o se prevé que participen.	Explicar de manera concisa la relevancia institucional, social o cultural de la actividad.	Incluir información adicional relevante	Registrar nombre completo, cargo, teléfono y correo electrónico de la persona para fines de coordinación

**PERÚ**

Ministerio de Cultura

ANEXO 9**FORMATO DE SOPORTE DE PROTOCOLO PARA UN EVENTO Y/O ACTIVIDAD**

Nombre del evento: Fecha y hora: Lugar del evento: Tipo de evento: Organizador(es): Dependencia responsable	
Descripción del evento	<i>Breve y conciso</i>
Autoridades e invitados previstos	<i>Indicar nombres completos y cargos</i>
Requerimientos de protocolo solicitados	• <i>Recepción de autoridades</i> • <i>Organización de precedencias</i> • <i>Guion del maestro de ceremonias</i> • <i>Montaje protocolar (banderas, atril, escenografía institucional)</i> • <i>Apoyo en conducción o maestría de ceremonia</i> • <i>Coordinación de intervenciones y tiempos</i> • <i>Otros (especificar)</i>
Persona de contacto	<i>Nombre completo</i> <i>Cargo</i> <i>Teléfono</i> <i>Correo electrónico</i>

ANEXO 10

ESTRUCTURA DE CARPETA INFORMATIVA

1. DATOS

Nombre de la actividad:

Fecha, hora y lugar: (indicar referencia de ser necesario)

2. SUMILLA Y DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD (Resumen con datos los datos más importantes)

3. FICHA TÉCNICA

OBJETIVOS	
DÍA, FECHA Y HORA	
LUGAR	
ORGANIZADO	
IMPACTO	
ACCIÓN MINISTERIAL	
PARTICIPANTES	
RELEVANCIA DE LA PARTICIPACIÓN	

4. PROGRAMA:

- Señalar en hora: Inicio y fin de cada acción
Ejemplo (8:00 a. m. – 8:05 a. m.)
- En caso de contar con la participación de autoridades, indicar primero el cargo y luego los apellidos y nombres.
- Enviar la propuesta final del programa. En caso exista modificaciones por parte del equipo de comunicaciones y/o alta dirección se hará mención a la dirección a cargo para las observaciones correspondientes.



HORA	ACTIVIDAD
8:30 a. m. – 9:00 a. m.	Recepción de asistentes.

5. **MENSAJES CLAVE:** (Considerar los datos más importantes sobre la actividad: estadísticas, beneficiados, público objetivo, plazos, entre otros)
6. **AYUDA MEMORIA:** (Contexto, datos estadísticos, impacto en la comunidad e intervención del ministerio).
7. **NOTA DE PRENSA:** (Propuesta de nota de prensa)
 - Destacar hechos históricos sobre las actividades en medida que sea necesario. Es importante resaltar el valor de identidad y el impacto que se tendrá a través de la actividad.
8. **VOCATIVO:** (Nombres y apellidos completos, cargo y entidad a la que representa)
9. **PROPUESTA DE DISCURSO:** (Redactar propuesta de discurso del ministro, teniendo en consideración los datos qué, como dirección quisieran que se resalte)