

Dirección General de Comunicación (DICOM)

AÑO DEL BICENTENARIO DEL NATALICIO DE JUAN PABLO DUARTE

NORMATIVA DE PUBLICIDAD

1. La comunicación Pública/Gubernamental tiene que ser útil a los ciudadanos y ciudadanas.
2. El mensaje podrá rendir cuentas de la labor del Ministerio o Dirección General, haciendo énfasis en el impacto social y/o empoderar al pueblo dominicano del beneficio de las políticas públicas, es decir, explicando con sencillez el porque y contenido de la acción Gubernamental y cómo beneficiarse de ella.
3. Elevar la autoestima del pueblo dominicano y sustentarse en valores y fortalecer la identidad estatal, gubernamental y nacional.
4. En ningún caso podrá significar la auto-promoción del funcionario responsable de la institución.
5. La inversión publicitaria habrá de ser siempre frugal y contar con la apropiación suficiente de fondos, de manera que los términos del contrato puedan ser honrados en el tiempo acordado y poder construir una relación satisfactoria y sostenible con los medios de comunicación.

Además, en su diseño y ejecución, deberá incorporar la complejidad y la diversidad del mapa mediático dominicano.

6. La Pauta o plan de medios, es decir, el listado de programas con productor/conductor, canal/emisora, día y hora de transmisión, monto de la colocación y localidad desde donde se transmite, debe ser remitido en cada ocasión a la DICOM.