

2018



Instituto de Acceso  
a la Información Pública

PLAN DE MEDIOS  
Instituto de Acceso a la  
Información Pública

UNIDAD DE COMUNICACIONES



## Aprobación del Plan

|   |  |  |
|---|--|--|
| <p><b>Elaboró:</b><br/>Nombre: Wilfredo Moreno Torres<br/>Cargo: Jefe de Comunicaciones<br/>Fecha: Noviembre 2018</p> | <p><b>Revisó:</b><br/>Nombre: Roberto Gutiérrez<br/>Cargo: Jefe de Planificación<br/>Fecha: Noviembre 2018</p> | <p><b>Aprobó:</b><br/>Nombre: Carlos Adolfo Ortega<br/>Cargo: Comisionado Presidente<br/>Fecha: Noviembre 2018</p> |
|---|--|--|



## Índice

### Introducción

### **1. Objetivos**

### **2. Alcance**

### **3. Plan de acción de medios**

### **4. Identificación de aliados y mapeo**

### **5. De aliados y productos**

### **6. Identificación de temas a destacar**

### **7. Línea editorial**

### **8. Registro de presencia en medios**

### **9. Evaluación efectiva de las vías de comunicación**

### **10. Renovación de las vías de comunicación**

### **11. Comunicación saliente**

### **12. Comunicación entrante**

### **13. Sistema comunicativo**

### **14. Herramientas comunicativas**

### **15. Procedimiento para la comunicación con medios**

## Introducción

La planeación de medios o el plan de medios de comunicación tiene como objetivo concebir, analizar y seleccionar creativamente los canales de comunicación que se seleccionarán para difundir los mensajes publicitarios de la institución a las personas indicadas en el momento y lugar más oportuno.

Para el plan de medios es importante tener en cuenta diversos aspectos, con el fin de tomar las mejores decisiones, como es el caso de efectuar una campaña publicitaria ya sea en la zona central del país, departamento, nivel municipal o a nivel nacional.

El plan de medios sirve como estrategia comunicacional para el mejoramiento de la imagen institucional y sobre todo es de vital ayuda para la interacción con los públicos objetivos.

### OBJETIVO GENERAL

Posicionar la imagen del Instituto de Acceso a la Información Pública como líder ante los medios de comunicación y opinión pública en la protección y defensa del derecho de acceso a la información pública y otras materias emanadas de la Ley de Acceso a la Información Pública.

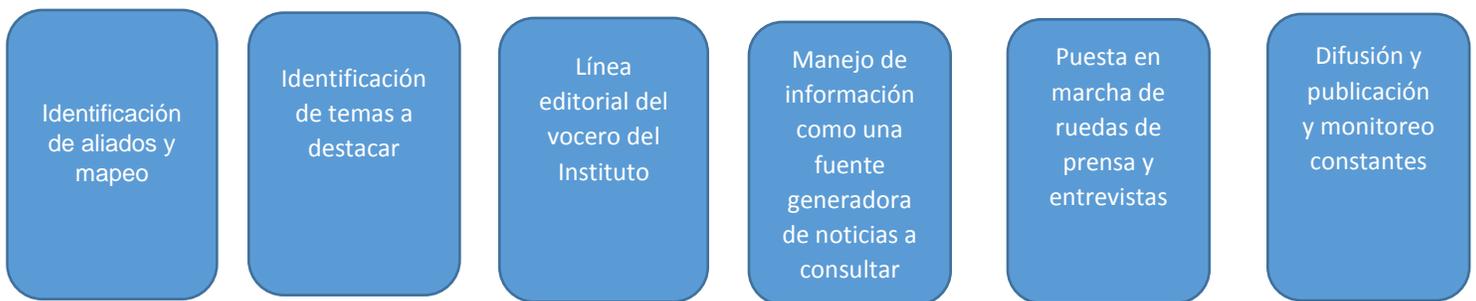
### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Visibilizar en los diferentes medios de comunicación escritos, radiales, digitales y televisivos, la promoción y difusión de las actividades y proyectos que realiza el Instituto de Acceso a la Información Pública en la sociedad en atención a las facultades emanadas por la ley que lo regula.
- Fortalecer la imagen del IAIP orientada en la visibilización de la misión, visión, objetivos y la razón de ser de la Instituto.
- Visibilizar a través del sitio web y redes sociales los esfuerzos del IAIP de garantizar y promover el derecho de acceso a la información pública a nivel nacional y posicionar la institución a nivel internacional.

### Alcance:

El presente plan será aplicado al personal del Instituto de Acceso a la Información Pública que ha sido tomado en cuenta para realizar la función de vocero, es decir, que ha sido encomendado o autorizado para trasladar y facilitar información a los medios de comunicación, en relación al quehacer institucional u otras iniciativas que la institución impulse para fortalecer la cultura de transparencia en el país.

### Plan de acción para medios



### Identificación de aliados y mapeo

Busca el reconocimiento mutuo entre los medios de comunicación y el Instituto de Acceso a la Información Pública, además de la identificación de los periodistas que representan nuestro objetivo principal a través de un constante acercamiento con lo cual gestionar de forma exitosa la socialización y difusión de los logros del IAIP.

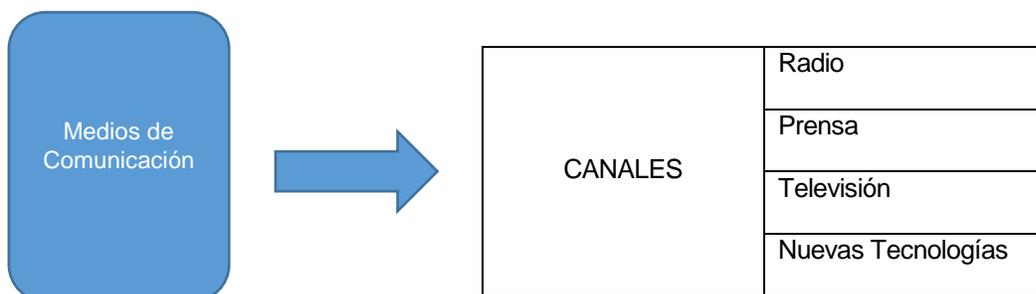
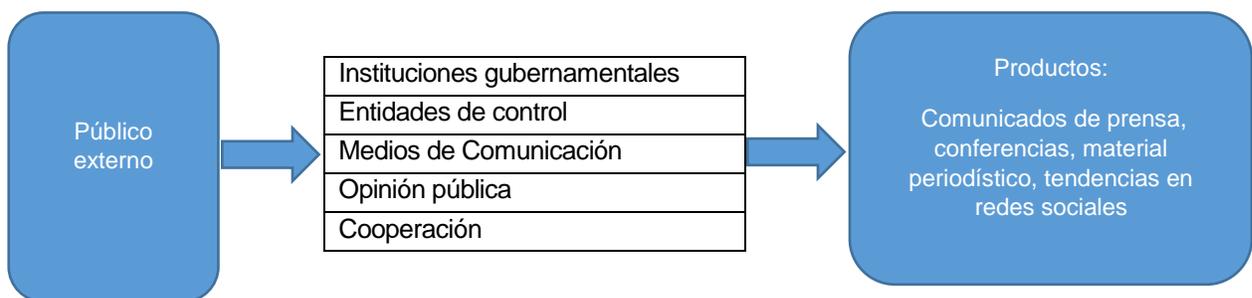
A través del plan de medios se identifican los actores directos que pueden llegar a intervenir en la ejecución del mismo, con el fin de lograr apoyos estratégicos que permitan transmitir la imagen positiva de la institución.

### IDENTIFICACIÓN DE ALIADOS Y MAPEO

| ALIADOS                                     | MAPEO  |
|---|--|
| Unidades de Acceso a la Información Pública | Oficiales de Información de Ministerios, Instituciones Autónomas y Alcaldías Municipales |

|  |   |
|--|---|
| Unidades de Gestión Documental y Archivo       | Oficiales de Archivos de Ministerios, Instituciones Autónomas y Alcaldías Municipales |
| Gobierno                                       | Secretaría de Transparencia   |
| Corte Suprema de Justicia                      | Presidente y Magistrados  |
| Asamblea Legislativa                           | Presidente y diputados  |
| Alcaldías Municipales                          | Alcaldes y Concejales   |
| Gobernaciones                                  | Gobernadores  |
| Organizaciones de la Sociedad Civil Organizada | Director y representantes   |
| Fundaciones                                    | Director y representantes   |
| Empresas privadas                              | Presidentes y empresarios   |
| Gremiales                                      | Presidentes y miembros de juntas directivas   |
| Cooperación internacional                      | Gobiernos y Agencias de cooperación   |
| Academia                                       | Universidades, rectores y decanos   |
| Medios de comunicación                         | Editores y periodistas  |
| Líderes de opinión                             | Escritores y editorialistas especializados  |
| Cuerpo Diplomático                             | Embajadores o Encargados de Negocios  |
| Iglesias                                       | Autoridades eclesiásticas y pastores  |

### De aliados y productos





## **IDENTIFICACIÓN DE TEMAS A DESTACAR**

En coordinación con los Comisionados o Comisionado designado a la Unidad de Comunicaciones se establecen los temas a tratar con los medios de comunicación para generar interés periodístico y posicionamiento en la opinión pública, llevando registro mensual de este logro.

## **LÍNEA EDITORIAL**

Debe reflejar el trabajo, las propuestas, esfuerzos y resultados de la gestión del IAIP en favor de la ciudadanía de defender el derecho que le asiste de acceso a la información pública, así como el de fomentar la cultura de transparencia en el país por parte de las instituciones y de la importancia de la participación ciudadana como contraloría social.

## **REGISTRO DE PRESENCIA EN MEDIOS**

La Unidad de Comunicaciones llevará un registro de la presencia mediática alcanza mediante la participación del Instituto de Acceso a la Información Pública en entrevistas gestionadas, declaraciones a la prensa y menciones del IAIP en los medios de comunicación.

## **EVALUACIÓN EFECTIVA DE LAS VÍAS DE COMUNICACIÓN**

Periódicamente se analizará la eficacia de las vías de comunicación por la Unidad de Comunicaciones y Comisionados del IAIP.

## **RENOVACIÓN DE LAS VÍAS DE COMUNICACIÓN**

Toda herramienta que facilite transferencia de información como puede ser plataformas o aplicaciones, redes sociales, podrá ser considerada y utilizada como vía de comunicación, luego de la respectiva aprobación de la autoridad superior.

## **COMUNICACIÓN SALIENTE**

La información oficial saliente del IAIP provenga esta desde los Comisionados o cualquiera de las unidades operativas del Instituto y que sea requerida por los medios de comunicación o institución solicitante, deberá tener como principio:

Responder solicitudes de información de manera efectiva

Informar de los aspectos más relevantes del trabajo que realiza en el Instituto de acuerdo con las competencias concedidas por la LAIP



## **SISTEMA COMUNICATIVO**

Toda información de interés público emitida por el IAIP que provenga de las autoridades del Instituto, sean Comisionados o Unidades Operativas, será canalizada a la población en general través de la Unidad de Comunicaciones.

## **HERRAMIENTAS COMUNICATIVAS**

Para lograr un posicionamiento institucional en la opinión pública se hará uso de diversas herramientas como las siguientes:

1. Ruedas o conferencias de prensa
2. Comunicados de prensa
3. Sitio web y redes sociales
4. Eventos públicos, entre otros.

## **CONFERENCIAS DE PRENSA:**

Es el contacto directo que se utilizará a través de una convocatoria para el acercamiento de los voceros de la entidad con los medios masivos de comunicación. Se realizará con una programación previa en el que se dará a conocer algún tema de interés de la población.

## **COMUNICADOS DE PRENSA**

Será el instrumento de información frecuente por parte del Instituto de Acceso a la Información Pública y la opinión pública. Estos se emitirán cada vez que sean necesarios, para anunciar, informar, destacar el trabajo realizado por la institución en el marco de sus competencias. Los comunicados incluyen la postura oficial del Instituto.

## **SITIO WEB Y REDES SOCIALES**

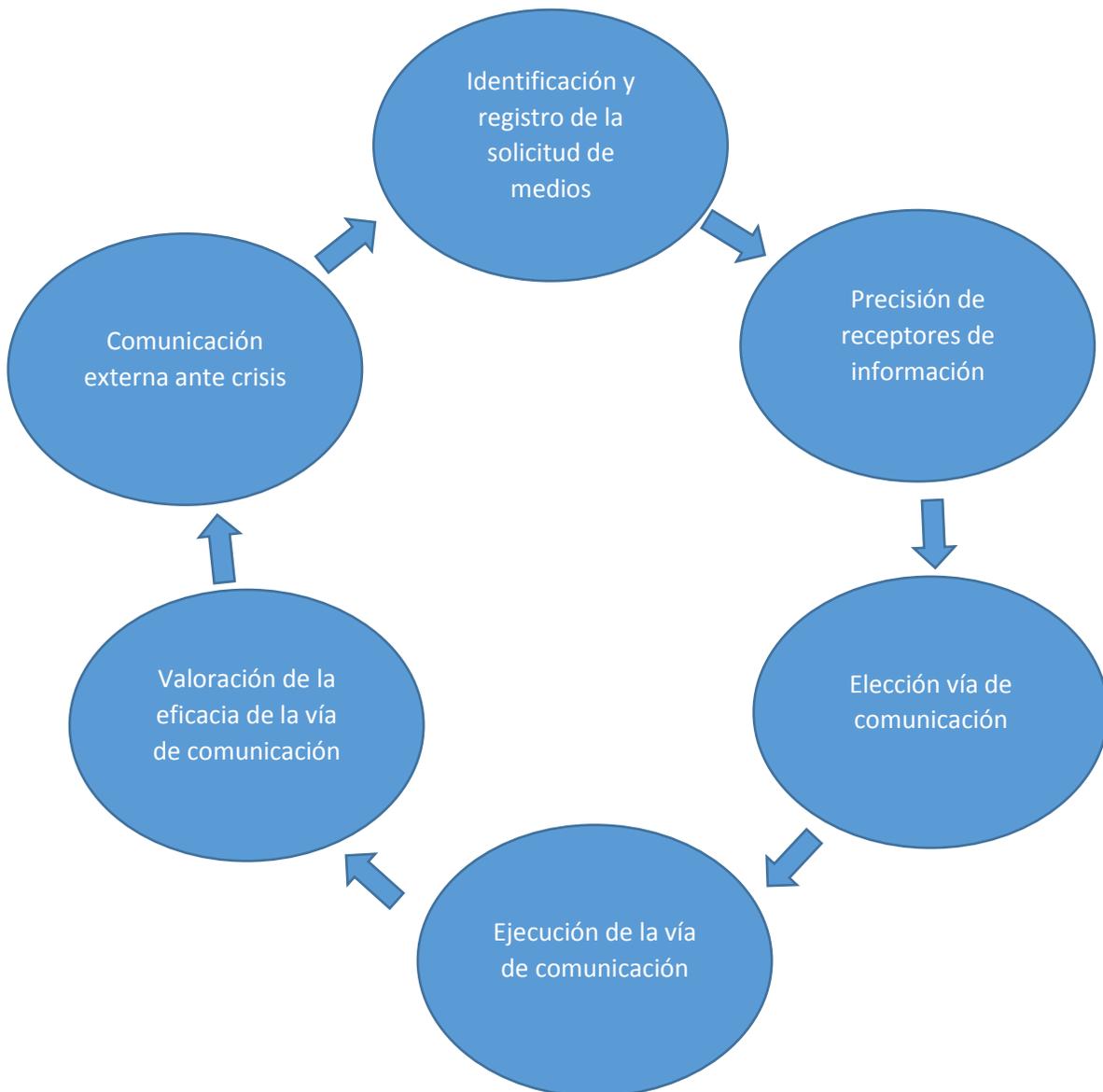
El sitio web institucional representa una herramienta de valor significativo, para poder informar, orientar y difundir las actividades que desarrolla la institución en cumplimiento de la Ley de Acceso a la Información Pública.

De igual manera, la implementación y uso de las redes sociales, representan hoy en día un vehículo importante por su inmediatez para difundir las actividades institucionales.

## EVENTOS PÚBLICOS

La realización de eventos públicos en los cuales se presenten temas específicos y de valor significativo sobre la Ley de Acceso a la Información Pública será un canal importante para lograr la participación e interés de los medios de comunicación y por ende la réplica de contenidos que ellos mismos podrán realizar.

## PROCEDIMIENTO PARA LA COMUNICACIÓN CON LOS MEDIOS





**Identificación y solicitud de medios:**

Registrar el requerimiento de los medios sobre el tema a investigar del Instituto de Acceso a la Información Pública y llevar el respectivo seguimiento

**Precisar receptores de la información:**

Detalla el alcance que tendrá la información entregada

**Selección de vía de comunicación:**

Elección del canal más adecuado para la transmisión de la información

**Ejecución de la vía de comunicación:**

Envío del producto informativo para la difusión

**Valoración de la eficacia de la vía de la comunicación:**

Revisión de la efectividad del medio utilizado para la entrega de la información solicitada.

**Comunicación externa ante crisis**

Ante situaciones que pudiesen afectar la imagen y equilibrio de trabajo de la institución, la Unidad de Comunicaciones analizará con las áreas que estime conveniente, las acciones a tomar en momentos de crisis.

**Vigencia**

El presente Manual entrará en vigencia a partir del día de su aprobación y su revisión y/o actualización será en un plazo no mayor a dos años o cuándo amerite cambios por la Unidad de Comunicaciones.

