



INDEC

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Propuesta de Relaciones
Institucionales y Prensa

2001

Objetivos (1)



CENSO 2001:

- Contribuir a instalar el Censo Nacional de Población, Hogares y Vivienda 2001 como temática corriente en todos los sectores sociales y construir la idea de la responsabilidad ciudadana que esta actividad representa para cada integrante de la población, independientemente de la posición que ocupe.
- Captar la atención de los medios de comunicación a fin de que transmitan la importancia y beneficios del censo, colaborando en la concientización social requerida para su realización.

IMAGEN INSTITUCIONAL DEL INDEC:

- Afianzar la credibilidad del INDEC como organismo TECNICO, PUBLICO e INDEPENDIENTE respecto del entorno político.
- Potenciar la labor del organismo a través de sus profesionales como fuente directa de información en constante perfeccionamiento y adaptación a la coyuntura nacional y tendencias mundiales.

Objetivos (2)



- Difundir las actividades del INDEC en nuevos ámbitos de la comunidad, sectores políticos, cámaras empresarias, organizaciones no gubernamentales e instituciones educativas de los diferentes niveles.
- Jerarquizar el valor de las actividades desarrolladas por el organismo como vector fundamental del reflejo de los diferentes aspectos de la realidad socioeconómica del país.
- Contribuir a la concientización de los distintos sectores acerca de su importancia como “proveedores” de información para el INDEC y sus investigaciones.
- Potenciar el perfil internacional del INDEC.
- Dinamizar la relación del INDEC con la comunidad y la prensa general y especializada.
- Incrementar la presencia del INDEC en los medios de comunicación nacionales, regionales y provinciales.

Estrategia (1)



CENSO 2001(*)

- Coordinar entrevistas one on one con editores de los principales medios nacionales para generar interés en la comunidad sobre el próximo censo y comenzar a instalarlo en la agenda mediática.
- Convocar a la prensa para una conferencia de prensa de Presentación Formal del Censo.
- Preparar el material informativo sobre el censo orientado a la prensa conteniendo información de interés para el INDEC.
- Convocar a una figura reconocida del exterior relacionada con un organismo estadístico de prestigio internacional que brinde apoyo y contribuya a la difusión y concientización de la importancia del censo.
- Elaborar una pauta institucional que incluya a los medios target a fin de generar una red de soporte y mantenimiento de visibilidad del INDEC durante la etapa previa, de lanzamiento y posterior al censo. Los programas de radio y TV por cable a ser seleccionados serán de un perfil de interés para el INDEC y serán provistos oportunamente.

Estrategia (2)



EN EL INTERIOR DEL PAIS

- Seleccionar estratégicamente las principales ciudades del interior del país a fin de potenciar la cobertura nacional de la información y complementar lo anunciado en Capital Federal.
- Establecer un cronograma de acciones de relacionamiento directo con editores y periodistas target de los medios de interés del INDEC en el interior del país.

Estrategia (3)



IMAGEN INSTITUCIONAL DEL INDEC:

NUEVOS SECTORES SOCIALES

- Realizar una selección estratégica de los diferentes ámbitos de la sociedad civil, sectores políticos, organizaciones no gubernamentales, instituciones educativas y medios de comunicación target con quienes se construirá la relación con el INDEC.
- Contemplar y determinar la pertinencia de fechas especiales, a fin de potenciar la difusión de información relacionada con la temática de ese día en particular (Ej: Día del niño, Día internacional de la mujer, Día mundial de la salud, etc.)
- Fomentar la presencia Institucional del INDEC en actividades culturales de concurrencia masiva y generalizada y en Congresos profesionales sobre temas específicos.
- Resaltar la trayectoria de las actividades del INDEC con organismos internacionales, su relación con los centros estadísticos de primer nivel, así como las actividades de capacitación en el exterior.

Acciones (1)



- Todas las actividades propuestas serán coordinadas con la Dirección de Difusión del INDEC.
- Elaborar un press-kit que incluya información institucional del INDEC; sus autoridades; su metodología de trabajo; la programación semestral anticipada de publicación de resultados; los logros obtenidos y sus nuevos proyectos, con particular énfasis en el Censo 2001 y toda otra información que contribuya a afianzar el principio de independencia que rige en la estructuras, actividades y procesos del INDEC.
- Coordinar reuniones periódicas con la prensa especializada, que viabilicen y optimicen la difusión de la información cuya interpretación requiera ser atendida.
- Coordinar y brindar apoyo en workshops.

Acciones (2)



- Realización de la agenda de fechas especiales con la correspondiente selección de las temáticas pertinentes.
- Asesoramiento para la atención permanente de los requerimientos de la prensa de todo el país.
- Monitoreo de la información publicada en los medios gráficos nacionales y provinciales.



Acciones Específicas (1)

**Acciones
específicas a
desarrollar**



• **Censo 2001**



• **Interior del país**



• **Imagen Institucional:
nuevos sectores sociales**

Acciones Específicas (3)



CENSO 2001

Acciones durante el lanzamiento del Censo 2001

- Realización de una conferencia de prensa en la que se transmitan los objetivos del censo, sus beneficios e información específica a determinar en conjunto con el INDEC.
- Coordinación integral de la logística del evento (equipamiento técnico, catering, fotógrafo, etc.).
- Entrega del material informativo a los medios convocados a la conferencia.
- Coordinación del traslado y alojamiento de los periodistas del interior invitados al evento.
- Atención de los requerimientos de los periodistas presentes.
- Coordinación de entrevistas con algunos de los medios convocados a la conferencia de prensa.

Acciones Específicas (2)



CENSO 2001

Acciones previas al lanzamiento del Censo 2001

- Análisis y asesoramiento en la selección de la información a ser difundida durante el encuentro.
- Redacción de la información y elaboración del press-kit específico del evento.
- Gestión de entrevistas con los voceros autorizados del INDEC.
- Elaboración de un listado de periodistas y formadores de opinión de medios target de todo el país a invitar, envío de las invitaciones y follow up posterior.
- Asesoramiento específico en cada noticia para maximizar su impacto en los medios.
- Elaboración de un documento de Preguntas y Respuestas (Q&A) donde se abordarán temas que pudieran surgir como conflictivos/ inquietantes durante los encuentros con la prensa.
- Diseño, negociación e implementación de la pauta insitucional que se sostendrá hasta fin de año.

Acciones Específicas (4)



CENSO 2001

Acciones posteriores al lanzamiento del Censo 2001

- Entrega de la carpeta de prensa a aquellos medios ausentes a la conferencia.
- Seguimiento exhaustivo de los asistentes para lograr un mayor número de publicaciones.
- Programa de entrevistas one-on-one con medios de diferentes temáticas, para lograr la difusión del censo a toda la población
- Entrega de una carpeta de prensa con todas las repercusiones logradas.
- Organización de la reunión de presentación de resultados del Censo 2001 ante la prensa.

Acciones Específicas (5)



INTERIOR DEL PAIS

- Organización de reuniones de prensa - desayunos y/o almuerzos- en las ciudades del interior seleccionadas, con el fin de dinamizar las relaciones con la prensa provincial y regional y potenciar la difusión de las actividades del INDEC, haciendo especial hincapié en el Censo 2001.
- Redacción de información especial para cada encuentro, relacionada con la problemática de la región y con el Censo 2001.
- Comunicación periódica con la prensa contactada en estas reuniones, que fortalezca las relaciones establecidas, permita el envío de información y optimice la difusión de la misma en los medios de todo el país.

Acciones Específicas (6)



IMAGEN INSTITUCIONAL DEL INDEC: NUEVOS SECTORES SOCIALES

- Organización de reuniones con los distintos sectores de la sociedad seleccionados, con el fin de comunicar la modalidad de trabajo del INDEC, detallando la diversificación de sus actividades en estadios y áreas de trabajo.
- Redacción de la información para enviar a los representantes de estos grupos.
- Asesoramiento a los miembros del INDEC asistentes a estas reuniones y atención de los requerimientos de los participantes.