

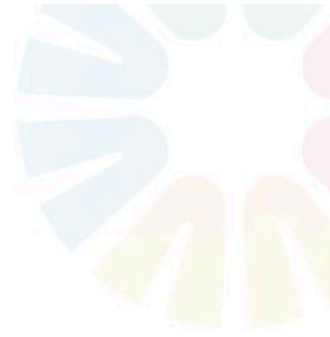
Red ComFIO

Comunicadores F.I.O.

Plan de Comunicación Estratégica

2026 - 2027





Coordinadora General:
Dra. Gabriela Pérez Carretta

Coordinadores regionales:

Andina:

Nombre

Cono Sur:

Nombre

Centroamérica:

Nombre

América del Norte:

Nombre

Europa:

Nombre



Plan de Comunicación Estratégica FIO (2026-2027)

Este plan está diseñado para un período de dos años, con el objetivo de fortalecer la relevancia, la articulación y la influencia de la FIO a nivel Iberoamericano y global. Para esos fines, se recuerdan los roles y objetivos de la Red COMFIO.

A. Rol y Objetivos de la Red COMFIO

- **Estrategia Conjunta:** la Red COMFIO fue creada para **generar una estrategia conjunta e integral de promoción de los derechos humanos** y la **comunicación institucional** en toda la región.
- **Visibilización y Asesoramiento:** su finalidad es **asesorar y facilitar la visibilización y difusión** del trabajo de la FIO.
- **Aliados Clave:** considera a **periodistas y medios de prensa** como aliados naturales, quienes replican la información y los materiales producidos por la FIO.
- **Estructura y Plan de Trabajo:** la Red cuenta con una Coordinación General y con coordinadores/as por Región (América Central, América del Norte, Región Andina, Cono Sur y Europa) que establecen un **plan de trabajo anual** y exponen sus resultados en la Asamblea General de la FIO.



B. Antecedentes de Proyectos y Estrategias Anteriores Relevantes

| Proyecto/Estrategia | Énfasis Temático y Acción | Impacto Destacado |
|---|--|---|
| <p>Premio FIO al Periodismo en DD.HH. (2018)</p> | <p>Visibilizar la labor FIO entre periodistas y generar cobertura sobre temas específicos (Ej. Derechos Humanos de la Niñez Migrante).</p> | <p>Posicionamiento de la FIO en el gremio periodístico y sinergia interna entre la Red COMFIO y otras redes temáticas.</p> |
| <p>Manual de Buenas Prácticas (Propuesta)</p> | <p>Recopilación de experiencias exitosas de comunicación de las Defensorías para el intercambio de conocimiento y posible replicación.</p> | <p>Enfocado en la gestión de conocimiento y el fortalecimiento interno de las oficinas de prensa.</p> |
| <p>Planes de Capacitación</p> | <p>Basados en tres ejes fundamentales: tecnología aplicada a la comunicación, relaciones con los medios y manejo de crisis, y producción de piezas de difusión.</p> | <p>Muestra una visión estratégica temprana sobre el manejo de crisis y la capacitación digital, temas clave para el plan propuesto.</p> |

| | | |
|-----------------------------------|---|---|
| Webinars y Foros Temáticos | Abordaje de temas como "Comunicación estratégica frente a la emergencia del COVID-19" o las implicaciones de las TICs y redes sociales en la difusión de DD.HH. | Demuestra una capacidad de respuesta oportuna y una integración del entorno digital en su estrategia. |
|-----------------------------------|---|---|

C. Fortalezas Identificadas para el Nuevo Plan

1. **Estructura de Red Sólida:** existe una base de trabajo colaborativo regional (Red COMFIO) y redes temáticas (Niñez, Migrantes, Mujeres) que facilitan la **articulación y difusión**.
2. **Enfoque en Derechos Humanos:** que promueva la concepción de la comunicación como bien público y herramienta democratizadora, valiéndose de mensajes inclusivos, con enfoque de DDHH y género.
3. **Enfoque en Capacitación:** el interés histórico por temas de coyuntura que afectan la comunicación.
4. **Compromiso Digital:** la Red reconoce el valor de las **redes sociales y las TICs** para llegar a más personas, así como la necesidad de trabajar en el marco de los desafíos impuestos por la inteligencia artificial.

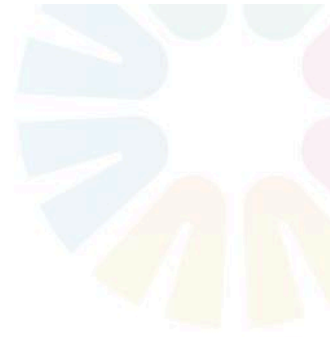


D. Diagnóstico sobre el estado actual

Tras un relevamiento realizado sobre los Informes de Gestión publicados con anterioridad y la situación actual, se vislumbra el retroceso en algunas acciones de comunicación que otrora fueron pilares fundamentales:

- a. Páginas webs desactualizadas en diseño, enlaces y contenido textual, visual y audiovisual¹. Ya se encuentra en proceso de revisión por la nueva Coordinación.
- b. Redes sociales obsoletas: sin actualización. Ya se encuentra en proceso de revisión por la nueva Coordinación.
- c. Pérdida de usuarios y contraseñas (el caso de X, ex Twitter). Solo se recuperó acceso a web y a Instagram.
- d. Inexistencia de campañas de comunicación temáticas en marcha. En ninguno de los formatos posibles.
- e. Inexistencia de base de datos de medios de comunicación internacionales.
- f. Inexistencia de base de datos de Equipos de Comunicación de las defensorías que son parte.
- g. Ausencia de archivos que documenten material previo como publicaciones de televisión o revistas digitales. En la web oficial se encontraron informes que mencionan el material pero no se publican completos.
- h. Ausencia de informes publicados en la web. Solo se encuentran algunos discontinuos.
- i. Imposibilidad de rastrear el Manual de Buenas Prácticas de Comunicación producido en el 2018.
- j. Ausencia de agenda FIO (Autoridades)
- k. Ausencia de agendas de redes y grupos de trabajo integrados.
- l. Situación irregular sobre el rol de un webmaster.
- m. Ausencia de registro fotográfico / fílmico común.

¹ Tanto la de FIO como la web de la Red COMFIO.



Plan de Comunicación Estratégica FIO (2026-2027)

1. Objetivo General

Posicionar a la FIO como el referente clave e incuestionable en la defensa y promoción de los derechos humanos y la buena administración pública en Iberoamérica, aumentando su influencia política y la visibilidad de su impacto en la vida de la ciudadanía en general y de las Defensorías que la integran en particular.

2. Públicos Clave

Ombudsperson / Defensorías del Pueblo miembros: fortalecer la cohesión y el intercambio de buenas prácticas.

Organismos Internacionales y Regionales: (ONU, OEA, Mercosur, UE, ILO, AGOL, etc.): establecer alianzas y legitimar la voz de la FIO.

Gobiernos y Parlamentos Nacionales: influir en la legislación y las políticas públicas.

Sociedad Civil Organizada y Academia: generar conocimiento y alianzas estratégicas.

Medios de Comunicación: asegurar la cobertura de temas y declaraciones clave.

Ciudadanía (Digital): generar conciencia sobre el rol de las Defensorías y los derechos.



3. Ejes Estratégicos de Comunicación

1. Liderazgo Temático y Expertise

Objetivo específico: posicionar a la FIO como la voz autorizada e influyente en debates clave de derechos humanos y gobernanza.

Enfoque principal: generación de contenido de valor y posicionamiento de vocerías.

2. Cohesión y Articulación Interna

Objetivo específico: fortalecer los lazos de colaboración, el intercambio de buenas prácticas y la identidad de red entre los miembros.

Enfoque principal: comunicación horizontal y gestión del conocimiento.

3. Visibilidad de Impacto y Proximidad

Objetivo específico: mostrar a la ciudadanía y stakeholders el valor y el impacto tangible del trabajo de la FIO y sus miembros.

Enfoque principal: comunicación de resultados con enfoque de derechos y género, y campañas digitales.

 **Ejes: Acciones, Indicadores y Cronograma**
Eje 1: Liderazgo Temático y *Expertise***ETAPA BÁSICA**

| Acciones Estratégicas (A1) | Indicadores de Evaluación (I1) | Cronograma Estimativo (C1) |
|---|---|---|
| A1.1. Desarrollo de " FIO Briefs ": Documentos periódicos (trimestrales) sobre 4 temas centrales (Ej. Migración, Crisis Climática, Derechos Digitales, Género). | I1.1. N.º de <i>Briefs</i> publicados y distribuidos. | Publicación Trimestral (Años 1 y 2). |
| A1.2. Agenda de Vocería Proactiva : Designar y entrenar voceros/as (con enfoque de DDHH y género) y diseñar mensajes clave para foros internacionales y nacionales (OEA, ONU, Cumbres). | I1.2. N.º de participaciones de voceros/as FIO en paneles de alto nivel. N.º de menciones en prensa de alta credibilidad citando las posturas FIO. | Permanente (Enero '26 a Dic. '27). |

| | | |
|--|---|---|
| <p>A1.3. Creación del "Observatorio FIO de Derechos". Emisión de un informe anual de tendencias (o lo que definan las autoridades/responsables).</p> | <p>I1.3. Número de informes anuales y repercusiones.</p> | <p>Lanzamiento: Primer Semestre Año 1. Informe: Octubre (Años 1 y 2).</p> |
|--|---|---|

ETAPA AMPLIADA²

Ajuste de Enfoque: Pasar de "Posicionamiento de Vocerías" a "**Estandarización de Narrativa y Vocería Estratégica**".

| Acción Estratégica Original | Fortalecimiento y Ajuste | Indicador Fortalecido |
|---|---|--|
| <p>A1.2. Agenda de Vocería Proactiva.</p> | <p>A1.2. (MEJORADO): Creación y difusión del "Manual de Mensajes FIO (Narrativa de Derechos)". Este manual incluirá los 3 MCs universales, un glosario de lenguaje inclusivo y posiblemente un protocolo de manejo de crisis y temas sensibles.</p> | <p>I1.2. (MEJORADO): Tasa de Consistencia de Mensajes: Medición de la recurrencia de los 3 MCs universales de la FIO en las declaraciones públicas de los voceros/as.</p> |
| <p>A1.3. Creación del "Observatorio FIO de</p> | <p>A1.3. (REFUERZO): Integrar la función de seguimiento mediático regional en el Observatorio. El Observatorio emitirá alertas de fake news y desinformación que afecten a las</p> | <p>I1.3. (REFUERZO): N.º de alertas de desinformación emitidas y n.º de comunicados de prensa de respuesta emitidos de</p> |

² Sujeta a decisiones políticas, capacidad operativa de la Red y presupuesto.



| | | |
|--------------------|---|-------------------------------------|
| Derechos Humanos". | Defensorías (aprovechando la capacidad de la Red COMFIO). | forma coordinada por la FIO/COMFIO. |
|--------------------|---|-------------------------------------|

Eje 2: Cohesión y Articulación Interna

ETAPA BÁSICA

| Acciones Estratégicas (A2) | Indicadores de Evaluación (I2) | Cronograma Estimativo (C2) |
|---|---|--|
| A2.1. Boletín Interno "Pulso FIO": Comunicación exclusiva y bimensual para Defensorías, resumiendo acciones FIO, intercambio de normativas y alertas regionales. | I2.1. Tasa de apertura del boletín (Meta: >70%). N.º de consultas directas de Defensorías a raíz de un tema del boletín. | Envío Bimensual (Años 1 y 2). |
| A2.2. Plataforma Colaborativa de Conocimiento: Espacio digital seguro para compartir modelos de gestión, protocolos de actuación y materiales de capacitación (Google drive / WhatsApp). | I2.2. Porcentaje de Defensorías que acceden y N.º de documentos compartidos/descargados. | Lanzamiento e <i>onboarding</i> : Primer Semestre Año 1. Uso: Permanente. |

| | | |
|---|--|--|
| A2.3. Nuevo Relevamiento de Buenas Prácticas a través de un Formulario de Google Form. | I2.3. N.º de respuestas/material obtenido (Meta: 5 defensorías). | Primer Trimestre (Año 1) y luego de forma permanente. |
| A2.4. Webinar de "Buenas Prácticas FIO" con Enfoque de DDHH y Género: Sesiones virtuales trimestrales obligatorias para equipos técnicos, enfocadas en casos de éxito y uso de la perspectiva de género y los DD.HH : Así como otros que se programen. | I2.4. N.º de <i>webinars</i> realizados. N.º de participantes por sesión (Meta: 50+ funcionarios/as). | Trimestral (Años 1 y 2). |

ETAPA AMPLIADA³

Ajuste de Enfoque: Reforzar el **intercambio de conocimiento operativo** para consolidar la identidad de red.

| Acción Estratégica Original | Fortalecimiento y Ajuste | Indicador Fortalecido |
|-----------------------------|--------------------------|-----------------------|
| | | |

³ Sujeta a decisiones políticas, capacidad operativa de la Red y presupuesto.



| | | |
|--|--|---|
| <p>A2.3. Plataforma Colaborativa de Conocimiento (<i>Intranet</i>).</p> | <p>A2.3. (MEJORADO): La Plataforma debe priorizar la subida y estandarización del Manual de Buenas Prácticas de COMFIO y los protocolos de atención con enfoque de género y DD.HH. para que sean fácilmente accesibles y replicables por los miembros.</p> | <p>I2.3. (MEJORADO): N.º de Defensorías que han adaptado o replicado un protocolo o buena práctica compartida en la Plataforma.</p> |
|--|--|---|

Eje 3: Visibilidad de Impacto y Proximidad (Digital)

ETAPA BÁSICA

| Acciones Estratégicas (A3) | Indicadores de Evaluación (I3) | Cronograma Estimativo (C3) |
|---|---|--|
| <p>A3.1. Campaña Digital "Tu Defensoría en Acción": Creación de micro-videos y cápsulas informativas para redes sociales (RRSS) que expliquen el rol de la Defensoría y muestren historias de impacto ciudadano (con lenguaje sencillo).</p> | <p>I3.1. Incremento de seguidores en RRSS (Meta: 30% en 2 años). Tasa de interacción y alcance de las publicaciones de la campaña.</p> | <p>Campaña central: Segundo Semestre Año 1. Refuerzo temático: Permanente.</p> |
| <p>A3.2. Mejora del Sitio Web FIO: Rediseño centrado en la usabilidad, acceso a información clave, y sección de "Historias de Derechos".</p> | <p>I3.2. Reducción de la tasa de rebote del sitio (Meta: -15%). Aumento del N.º de visitas a la</p> | <p>Rediseño: Primer Trimestre Año 1. Mantenimiento</p> |

| | | |
|--|---|--|
| | sección "Historias de Derechos". | de contenido: Permanente. |
| A3.3. Mapeo de Influenciadores Clave (Academia/ONGs/Periodistas): Identificación y construcción de relaciones estratégicas para amplificar los mensajes y <i>Briefs</i> de la FIO. | I3.3. N.º de aliados/influenciadores contactados. N.º de acciones de co-creación o difusión conjuntas. | Segundo Trimestre Año 1 (Mapeo). Permanente (Activación). |

ETAPA AMPLIADA⁴

Ajuste de Enfoque: Pasar de "Mostrar el valor" a "**Demostrar el Cambio y la Pertinencia Social**".

| Acción Estratégica Original | Fortalecimiento y Ajuste | Indicador Fortalecido |
|---|--|---|
| A3.1. Campaña Digital "Tu Defensoría en Acción". | A3.1. (MEJORADO): Campaña Digital " Antes y Después del Ombudsman ". Se enfoca en el resultado y no solo en la acción. Creación de una serie de Historias de DD.HH. con enfoque de género para RRSS (cápsulas de 1 minuto) que cierran con un <i>call-to-action</i> claro hacia la Defensoría Nacional. | I3.1. (MEJORADO): Tasa de Compromiso (Engagement Rate) de las Historias de Impacto (Likes, Shares, Comments). Medición del N.º de tráfico referido del portal FIO hacia las páginas de contacto de las |

⁴ Sujeta a decisiones políticas, capacidad operativa de la Red y presupuesto.

| | | |
|--|--|---|
| | | Defensorías Nacionales. |
| A3.3. Mapeo de Influenciadores Clave. | A3.3. (MEJORADO): El Mapeo debe incluir la gestión y producción conjunta del Premio Anual de Periodismo FIO . La FIO debe co-crear (no solo premiar) contenido con periodistas/influenciadores sobre las recomendaciones de los Informes FIO (siguiendo la línea del éxito del premio en 2018). | I3.3. (MEJORADO): N.º de piezas periodísticas o artículos de opinión que resultan de la co-creación o difusión activa de los <i>FIO Briefs</i> con los aliados clave. |

4. Reflexión para el Plan 2026-2027

Los informes confirman que la FIO, a través de COMFIO, ha sido efectiva en la **cooperación interna** y la **difusión temática**, especialmente con los Informes FIO de Derechos Humanos.

El nuevo plan busca capitalizar esta **cultura de red y producción de conocimiento** para ir un paso más allá en:

- **Narrativa de Impacto (Eje 3):** Transicionar de sólo difundir los **Informes** a contar las **Historias** detrás de las recomendaciones de los Informes, usando un lenguaje digital más cercano a la ciudadanía.
- **Vocería Consolidada (Eje 1):** Utilizar la infraestructura de *media training* mencionada para asegurar una **coherencia de mensajes** regionales, especialmente en temas sensibles como género y migración o los que indique el Consejo Rector.

5. Cronograma Estimativo General (2 Años)

| Hitos Clave | Año 1 (2026) | Año 2 (2027) |
|---------------------------------|---|---|
| Enero - Marzo (Q1) | <i>Lanzamiento Oficial del Plan. Rediseño Web. Mapeo de Vocerías y Temas FIO. Primer Boletín "Pulso FIO".</i> | Evaluación de medio término. Consolidación de Plataforma Colaborativa. Refuerzo de Vocería. |
| Abril - Junio (Q2) | Lanzamiento de Plataforma Colaborativa . Primer Webinar de Buenas Prácticas . Mapeo de Influenciadores. | Publicación del Informe Anual de Tendencias FIO . Nuevo ciclo de <i>Webinars</i> . |
| Julio - Septiembre (Q3) | Lanzamiento de la Campaña " Tu Defensoría en Acción ". Primer " FIO Brief " (Migración/Género). | Énfasis en la participación en foros internacionales (OEA, ONU). Segundo ciclo de <i>FIO Briefs</i> . |
| Octubre - Diciembre (Q4) | Publicación del Informe Anual de Tendencias FIO . Reunión Anual FIO con cobertura de prensa y <i>media training</i> para miembros. | Evaluación de resultados e impacto (Final de Plan). Documentación de lecciones aprendidas. |

ComFIO  FIO  Federación
Iberoamericana
del Ombudsperson



ComFIO



Federación
Iberoamericana
del Ombudsperson

