

Dirección de Comunicación Social

Objetivo:

Planear, dirigir y supervisar las diversas actividades que se desarrollan en cumplimiento de las acciones de difusión e información establecidas para la promoción de los derechos de acceso a la información pública y de protección de datos personales en la Ciudad de México, a efecto de contribuir en la consolidación de una cultura de la transparencia.

Funciones:

- I. Elaborar y proponer al Pleno, a través de la Comisionada Presidenta o del Comisionado Presidente, la Política de Comunicación Social del Instituto, así como en su caso, la correspondiente actualización.
- II. Elaborar, ejecutar y evaluar los programas y proyectos de comunicación social en materia de transparencia, rendición de cuentas, Estado abierto, acceso a la información, protección de datos personales, archivos, anticorrupción y cualquiera otra que sea competencia del Instituto conforme a la normatividad aplicable, que en su caso estén contenidos en el Programa Operativo Anual aprobado por el Pleno, así como en la Ley de Transparencia, la Ley de Datos Personales o alguna otra disposición que corresponda.
- III. Promover y atender las relaciones del Instituto con los medios de comunicación.
- IV. Planear y dirigir los mecanismos que permitan un permanente y efectivo flujo de información institucional.
- V. Dirigir la estrategia general de las campañas de difusión del Instituto encaminadas a promover el ejercicio del derecho de acceso a la información pública y de protección de datos personales, así como en su caso Estado abierto, rendición de cuentas, archivos y temáticas anticorrupción desde su participación como integrante en el sistema respectivo, entre los habitantes de la Ciudad de México.
- VI. Establecer los mecanismos para dar seguimiento al monitoreo y la cobertura de los medios de comunicación, respecto a los temas que competen al Instituto y elaborar reportes a partir de la información publicada en los medios de comunicación.
- VII. Posicionar al Instituto a través de ruedas de prensa, conferencias, foros, entrevistas y mediante las actividades institucionales que se realicen entre los medios de comunicación.

- VIII. Preparar oportunamente los mensajes a difundir por parte del Instituto entre los medios de comunicación.
- IX. Coadyuvar en las acciones para establecer un Programa de Cultura de la Transparencia y Rendición de Cuentas mediante mecanismos empáticos que resulten idóneos para el interés y entendimiento de las personas que habitan la Ciudad de México.
- X. Coadyuvar para la promoción e implementación de mecanismos para desarrollar una transparencia proactiva y de máxima publicidad.
- XI. Establecer contacto permanente con las unidades administrativas del Instituto, para informar oportunamente a la opinión pública sobre los proyectos y avances que registra el Instituto.
- XII. Apoyar, en el ámbito de su competencia, en la difusión de las publicaciones que genere el Instituto derivadas de su Programa Editorial anual.
- XIII. Apoyar para el uso y aplicación de la Imagen Institucional, en el diseño de materiales de difusión para los medios impresos y electrónicos.
- XIV. Apoyar en el desarrollo de la identidad institucional gráfica de los eventos institucionales.
- XV. Incorporar el uso de tecnologías de información y comunicación en la difusión que el Instituto realiza respecto del derecho de acceso a la información pública y de protección de datos personales, así como de una cultura de transparencia, rendición de cuentas, Estado abierto, archivos y anticorrupción.
- XVI. Colaborar con las áreas de comunicación social externas, públicas o privadas, en tareas de información y difusión orientadas al conocimiento y ejercicio de los derechos que tutela el Instituto.
- XVII. Planear y ejecutar estrategias de comunicación interna para abonar al desarrollo organizacional y al cumplimiento de las funciones institucionales.
- XVIII. Resolver los requerimientos de diseño y producción de las diversas áreas del Instituto para el desarrollo de eventos institucionales,
- XIX. Dirigir la estrategia general de las campañas de difusión en las diferentes cuentas de redes sociales del Instituto encaminadas a promover el ejercicio del derecho de acceso a la información pública y la protección de datos personales entre los habitantes de la Ciudad de México.
- XX. Administrar las cuentas institucionales de redes sociales.

- XXI. Participar en el Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Prestación de Servicios del Instituto.
- XXII. Las demás que se deriven *del* presente Manual, de aquellas disposiciones legales y administrativas aplicables, así como, las que dispongan el Pleno de Instituto.
- XXIII. Fungir como responsable de los sistemas de datos personales a cargo de la Dirección de Comunicación Social.
- XXIV. Designar al, o los, encargados del tratamiento de los sistemas de datos personales de la unidad administrativa a su cargo.