

Original: inglés

**ELEMENTOS DE UNA POLÍTICA DE COMUNICACIONES DE ICCAT**  
**DOCUMENTO DE TRABAJO**  
(Octubre de 2016)

**Audiencia objetivo**

*Público general:* Esta audiencia quiere información básica y sin tecnicismos sobre las pesquerías de ICCAT. La información para esta audiencia debería ser una información de fácil acceso, ya que no está familiarizada con la página web de ICCAT. Los productos de comunicación específicos de interés para esta audiencia serían, por ejemplo: los informes más recientes del SCRS y de la reunión anual de la Comisión, un resumen del estado de los stocks de las especies de ICCAT (por ejemplo, información en la tabla presentada anualmente por el SCRS al Presidente de la Comisión).

*Medios de comunicación:* Al igual que el público general, los medios buscan información básica general sobre las pesquerías de ICCAT. Además, esta audiencia busca información más específica sobre las decisiones tomadas por la Comisión durante sus reuniones ordinarias, que generalmente se celebran cada año en noviembre. Los productos de comunicación y actividades que revisten interés para este grupo son los comunicados de prensa, las notas informativas, las ruedas de prensa, así como las entrevistas de los medios a los delegados de los países miembros.

*Partes interesadas:* Esta audiencia, lo que incluye las asociaciones industriales, los pescadores a nivel individual y las organizaciones de pesca, los colaboradores del mundo académico y las ONG, suele estar, en general, más informada y puede buscar información más específica, como convocatorias de ofertas, ofertas de puestos de trabajo, información sobre actividades de mercado, disponibilidad de informes nuevos, etc.

*CPC:* Esta audiencia depende las comunicaciones de ICCAT para estar informada de las actividades de ICCAT y mantenerse al día de los requisitos relacionados con la comunicación de información científica y de otras obligaciones. Todo esto supone una gran cantidad de información, que en muchos casos tiene un carácter muy técnico. La Secretaría mantiene una comunicación activa a través de las circulares, la página web y mediante otros medios.

**Objetivos**

- Informar de forma objetiva al público sobre la misión de ICCAT, el estado de los stocks de ICCAT y sobre las acciones emprendidas por ICCAT para contribuir a la sostenibilidad a largo plazo de las pesquerías de ICCAT (lo que incluye las actividades de investigación y ordenación).
- Garantizar que las partes interesadas puedan acceder fácilmente a información actualizada y precisa sobre las actividades de ICCAT.
- Teniendo en cuenta el ingente volumen de información que se transmite a las CPC, presentar y transmitir esta información de tal modo que se propicie en la mayor medida posible la participación de las CPC en los trabajos de ICCAT, así como el cumplimiento de sus obligaciones con respecto a ICCAT.
- Tras la reunión de anual, publicar comunicados de prensa con celeridad y que pongan de relieve los resultados principales de un modo objetivo y de tal modo que puedan ser comprendidos por una audiencia amplia.
- Ajustar el enfoque de la Comisión, cuando se requiera, para que pueda complementar a los objetivos de comunicación resaltados en el Plan estratégico para la ciencia del SCRS:

**Próximos pasos para implementar la política: Examen y recomendaciones del Grupo de trabajo virtual**

- Examinar las actividades de comunicación existentes, tal y como fueron resumidas por la Secretaría.
- Solicitar comentarios al respecto por parte de las CPC y las partes interesadas (por ejemplo, mediante un cuestionario) sobre la utilidad de productos específicos, lo que incluye su contenido, formato y frecuencia.
- Realizar un análisis de lagunas basado en estas respuestas y comentarios.
- Analizar los resultados de la segunda revisión del desempeño de ICCAT.
- Basándose en el análisis de lagunas y en los resultados de la revisión del desempeño, recomendar mejoras específicas para las prácticas actuales contribuyan a la consecución de los objetivos de comunicación identificados (preferiblemente sin costes).