

ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO, POR EL QUE APRUEBA LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y LA ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN, ASÍ COMO LA IMAGEN GRÁFICA PARA EL PROCESO ELECTORAL ESTATAL ORDINARIO 2020-2021

G L O S A R I O

Código	Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla
Coordinación de Comunicación	Coordinación de Comunicación Social del Instituto Electoral del Estado
Comisión	Comisión Permanente de Comunicación Social del Instituto Electoral del Estado
Consejo General	Consejo General del Instituto Electoral del Estado
Constitución Federal	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
Constitución Local	Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Puebla
Instituto	Instituto Electoral del Estado
PEEO	Proceso Electoral Estatal Ordinario 2020-2021, para renovar los cargos a las Diputaciones al Congreso Local y Ayuntamientos

A N T E C E D E N T E S

- I. La Organización Mundial de la Salud, el once de marzo de dos mil veinte, declaró pandemia el brote del virus SARS-CoV-2 (COVID-19) en el mundo, por la cantidad de casos de contagio y de países involucrados.
- II. En fecha treinta y uno de marzo del presente año, la Junta Ejecutiva del Instituto emitió el Acuerdo IEE/JE-017/2020, por medio del cual determinó diversas medidas urgentes y extraordinarias con motivo de la pandemia COVID-19.

En virtud de lo anterior, el Consejero Presidente del Instituto, emitió la primera, segunda, tercera, cuarta y quinta ampliación del plazo para la aplicación de las medidas urgentes y extraordinarias determinadas en el acuerdo referido en el párrafo anterior.

- III. En sesión especial del Consejo General, de fecha veintidós de mayo del año en curso, aprobó el Acuerdo identificado como CG/AC-003/2020, mediante el cual autorizó la realización de sesiones virtuales o a distancia de los Órganos Colegiados del Instituto y emitió diversas reglas para su desarrollo.
- IV. Con fecha veintinueve de julio del año en curso, se publicó en el Periódico Oficial del Estado, la Declaratoria del Honorable Congreso del Estado de Puebla, por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Constitución Local.

- V. El veintinueve de julio de la presente anualidad, se publicó en el Periódico Oficial del Estado, el Decreto del Honorable Congreso del Estado por el que se reforma, adiciona y deroga diversas disposiciones del Código.
- VI. En sesión ordinaria de la Junta Ejecutiva del Instituto, de fecha treinta y uno de julio del año en curso, a través del instrumento identificado como IEE/JE-030/2020, se designó al Encargado de Despacho de la Coordinación de Comunicación.
- VII. El treinta y uno de agosto de la anualidad que transcurre, el Consejo General aprobó el Acuerdo CG/AC-017/2020, relativo a la reanudación de los plazos y términos de los procedimientos sustanciados por este Organismo Electoral.
- VIII. Con fecha veintiséis de agosto del presente, se llevó a cabo sesión especial de la Comisión, en dónde se presentó el anteproyecto de las Políticas de Comunicación Social, la Estrategia de Comunicación Social, así como la Imagen Gráfica del PEEO. En el desarrollo de la Sesión anteriormente citada, se vertieron las observaciones de las y los Integrantes de la Comisión y se recesó la misma.
- IX. Con fecha veintitrés de octubre del presente, la Coordinación de Comunicación convocó a la reanudación de sesión especial, iniciada el veintiséis de agosto de dos mil veinte, remitió a la Comisión, los siguientes documentos:
- *"POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL";*
 - *"ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL PROCESO ELECTORAL ORDINARIO 2020-2021";* y
 - *"IMAGEN GRÁFICA PARA EL PROCESO ELECTORAL ESTATAL ORDINARIO 2020-2021".*

Es de mencionarse que los documentos previamente citados, se circularon con las adecuaciones a las observaciones vertidas en la mesa.

- X. En la reanudación de sesión especial del veintiséis de agosto de dos mil veinte, misma que se llevó a cabo el veintisiete de octubre del citado año, la Comisión aprobó los Acuerdos identificados como 01/CPCS-ESP/27-10-2020 y 03/CPCS-ESP/27-10-2020, a través de los cuales se aprobaron los documentos señalados en el numeral anterior.

Asimismo, la Consejera Electoral Presidenta de la Comisión, a través de la memoranda IEE/PRE-CPCS-082/202 e IEE/PRE-CPCS-083/202, ambos de fecha veintisiete de octubre de la anualidad que transcurre, remitió al Secretario Ejecutivo del Instituto, las Políticas de Comunicación Social y la Estrategia Integral de Comunicación, así como la Imagen Gráfica del Proceso Electoral Estatal Ordinario 2020-2021, con la finalidad de que se sometieran a la consideración y, en su caso, aprobación del Consejo General.

En virtud de lo anterior, el Secretario Ejecutivo del Instituto remitió a la Dirección Técnica del Secretariado lo señalado con anterioridad.

- XI. La Dirección Técnica del Secretariado del Instituto, por instrucciones del Secretario Ejecutivo, en fecha veintiocho de octubre de dos mil veinte, remitió vía correo electrónico, a las y los integrantes del Consejo General, para su análisis y posterior discusión, el presente acuerdo.
- XII. Durante el desarrollo de la mesa de trabajo de las y los integrantes del Consejo General, llevada a cabo de manera virtual el día veintinueve de octubre de la presente anualidad, las y los asistentes a la misma discutieron, el presente asunto.

CONSIDERANDO

1. DEL INSTITUTO Y ATRIBUCIONES DEL CONSEJO GENERAL

El artículo 98, numeral 1, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, establece que los Organismos Públicos Locales están dotados de personalidad jurídica y patrimonio propios, gozando de autonomía en su funcionamiento e independencia en sus decisiones, de conformidad con lo previsto en la Constitución Federal, la Ley en cita, así como la constitución y leyes locales, rigiéndose por los principios de certeza, imparcialidad, independencia, legalidad, máxima publicidad y objetividad.

El diverso 3, fracción II, de la Constitución Local, precisa que el Instituto es el Organismo Público Local, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, gozará de autonomía en su funcionamiento e independencia en sus decisiones, de carácter permanente, al que se le encomendará la función estatal de organizar las elecciones, estableciendo los principios rectores electorales.

Asimismo, los artículos 71 y 72 del Código, indican que el Instituto será autónomo en su funcionamiento, independiente en sus decisiones y profesional en su desempeño y se regirá para su organización, funcionamiento y control por las disposiciones constitucionales y las relativas al Código.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 75, fracciones I, II, y IV, del Código, señala como fines del Instituto:

- Vigilar en el ámbito electoral el cumplimiento de las disposiciones de la Constitución Local, del Código y demás ordenamientos que garanticen el derecho de organización y participación política de la ciudadanía.
- Contribuir al desarrollo de la vida democrática;
- Asegurar el ejercicio de los derechos políticos-electorales de los ciudadanos y partidos políticos vigilando el cumplimiento de sus atribuciones.

El artículo 79 del Código, establece que el Consejo General es el Órgano Superior de Dirección del Instituto y el responsable de vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales en materia electoral, así como de vigilar que los principios

rectores del ejercicio de la función electoral, guíen todas las actividades del Instituto, mismas que se realizarán con perspectiva de género.

El diverso 89, fracciones I, II, LIII y LX, del Código, refiere que el Consejo General cuenta, entre otras, con las siguientes atribuciones:

- Determinar las políticas y programas generales del Instituto, necesarios para el cumplimiento de sus fines;
- Vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales relativas, así como las contenidas en el Código;
- Dictar los acuerdos necesarios a fin de cumplir las anteriores atribuciones; y
- Las demás que le sean conferidas por el Código y las disposiciones legales aplicables.

2. MARCO NORMATIVO APLICABLE

El artículo 41, primer párrafo, de la Base V, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, establece que la organización de las elecciones es una función estatal que se realiza a través del INE y de los organismos públicos locales, en los términos que establece la Constitución.

El diverso 30, inciso g), de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, señala como fin del Instituto Nacional Electoral, entre otros, llevar a cabo la promoción del voto y coadyuvar a la difusión de la educación cívica y la cultura democrática.

El artículo 3, fracción II, de la Constitución Local, establece que el Instituto será el organismo público local, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, gozará de autonomía en su funcionamiento e independencia en sus decisiones, de carácter permanente, al que se le encomendará la función estatal de organizar las elecciones. En el ejercicio de estas funciones serán principios rectores la legalidad, la imparcialidad, la objetividad, la certeza, la independencia y máxima publicidad.

Ahora bien, el artículo 11 del Código, establece que el voto constituye un derecho y una obligación ciudadana. Es el instrumento único de expresión de la voluntad popular para integrar el Poder Legislativo y a las y los miembros de los Ayuntamientos, asimismo, es un derecho de la ciudadanía y obligación para los partidos políticos promover y garantizar la igualdad de oportunidades; la prevención, atención, sanción y erradicación de la violencia política contra las mujeres en razón de género, y garantizar la paridad entre hombres y mujeres para tener acceso a cargos de elección popular, así como el respeto a los derechos humanos de las mujeres.

El voto es universal, libre, secreto, directo, personal e intransferible.

Aunado a lo anterior, el artículo 93, fracción XL del Código, precisa que el Secretario Ejecutivo de este Organismo tiene la atribución de conducir la operación técnica y administrativa del Instituto y supervisar el desarrollo funcional de las actividades de sus Direcciones.

La fracción XLI, del artículo en estudio, establece como atribución del Secretario Ejecutivo del Instituto, plantear y ejecutar la política de comunicación social de este Organismo Electoral.

En lo que respecta a la fracción XLII, del artículo antes mencionado, precisa que el Secretario Ejecutivo del Instituto tiene como atribución elaborar el proyecto del diseño de la imagen institucional del Instituto y proponerlo al Consejo General para su aprobación.

De igual forma, la fracción XLIV de la citada disposición, señala como atribución del Secretario Ejecutivo, exponer, implementar y ejecutar la campaña de difusión del voto y promoción de la participación ciudadana, durante la organización del proceso electoral.

Por otra parte, el Reglamento Interno del Instituto Nacional Electoral, en su artículo 121, inciso 2), precisa que por promoción del voto se entiende todo acto, escrito, publicación, grabación, proyección o expresión, por medios impresos o digitales, realizado por personas físicas o morales, así como por organizaciones ciudadanas, con el único propósito de invitar de manera imparcial, a participar a la ciudadanía a ejercer libre y razonadamente su derecho al voto.

Que el artículo 2, fracción IX, del Reglamento de Comisiones de este Instituto, precisa que debe entenderse por Comisión al Órgano Auxiliar del Consejo General que tiene por objeto apoyarlo en el desempeño de sus atribuciones.

El diverso 5 del citado Reglamento, precisa que el Consejo General integrará, en el ejercicio de sus funciones, a las comisiones permanentes que para el efecto se requieran, entre las cuales, se encuentra la Comisión Permanente de Comunicación Social.

En lo referente al diverso 14 del Reglamento en cuestión, dispone que las comisiones permanentes tienen por objeto supervisar, vigilar y coadyuvar con las Unidades Administrativas y Técnicas del Instituto, en el cumplimiento de sus atribuciones.

3. DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y LA ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN PARA EL PEEO

En atención a lo establecido en el artículo 93, fracciones XLI y XLIV del Código, el Secretario Ejecutivo tiene la atribución de plantear y ejecutar la política de comunicación social, así como exponer, implementar y ejecutar la campaña de difusión del voto y promoción de la participación ciudadana, durante la organización del proceso electoral.

De acuerdo con lo anterior, el citado funcionario por conducto de la Coordinación de Comunicación se avocó a realizar los proyectos de Políticas de Comunicación Social y la Estrategia Integral de Comunicación Social, ambos para el PEEO; mismos que se someten al conocimiento de este Consejo General; una vez que el Órgano Central

analizó tales documentos, se tiene que los mismos se integran con los siguientes apartados:

A) De las Políticas de Comunicación Social:

- Políticas generales de comunicación social;
- Políticas de medidas de prevención ante COVID-19 y los medios de comunicación;
- Políticas generales durante el Proceso Electoral;
- Políticas con perspectiva de género, inclusión e igualdad;
- Políticas de comunicación interna;
- Políticas de comunicación externa;
- Políticas de comunicación con medios de comunicación;
- Políticas de comunicación durante la Jornada Electoral;
- Políticas de comunicación y atención a medios en casos de crisis en el Proceso Electoral

B) De la Estrategia Integral de Comunicación Social PEEO:

- Introducción;
- Marco legal normativo;
- Justificación;
- Nuestro Público;
 - Público Real;
 - Público Objetivo;
- Objetivos y Actividades;
 - Objetivo General;
 - Objetivo específicos;
- Timing Proceso Electoral Ordinario 2020 -2021;
- Retroalimentación;
 - Medición de la cobertura.

Derivado del análisis que efectuó este Consejo General a los mencionados documentos, considera que los mismos resultarán ser instrumentos adecuados para regir el desarrollo de las acciones inherentes a la comunicación social que implementará este Organismo durante el PEEO.

Además, las políticas de comunicación para el PEEO, resultan fundamentales para la Coordinación de Comunicación Social del Instituto, en virtud de que cuenta con lineamientos claros y conductas a seguir en el manejo de la información, la relación con los medios de comunicación, así como la forma de interactuar con los diferentes públicos, fortaleciendo la creación y vinculación de redes de comunicación, que mantengan informada a la sociedad en cada una de las etapas del Proceso Electoral Estatal Ordinario 2020- 2021.

También se debe indicar que, tal y como se ha manifestado en el apartado de antecedentes de este acuerdo, el país se encuentra combatiendo el contagio por

coronavirus COVID-19, obligando a todos los sectores a adoptar medidas sanitarias, razón por la cual, en la Políticas de Comunicación Social, se ha tomado en cuenta el protocolo sanitario con la finalidad de disminuir riesgos en la labor comunicativa que la próxima elección demanda.

Por otra parte, en dicho documento se contempla que toda vez que la Imagen Institucional genera confianza a través de un proceso de comunicación transparente, fluido, que valora aspectos como perspectiva de género, inclusión e igualdad, motivo por el cual contribuye a la construcción de una sociedad informada y consiente en la toma de decisiones.

También se debe indicar que, toda vez que este Organismo Electoral tiene como principios rectores para la organización de las elecciones imparcialidad, objetividad, certeza, independencia, paridad y máxima publicidad, situación por la cual la Estrategia de Comunicación Social para el PEEO 2020-2021, que se presenta a este Colegiado garantiza la correcta utilización de los recursos comunicativos para la difusión de los esfuerzos de cada una de las Áreas del Instituto en todos los ámbitos del proceso electoral, con la finalidad de motivar la participación ciudadana así como la promoción del voto efectivo, libre e informado en la elección.

Lo anterior, permitirá a la sociedad estar más informada respecto del ejercicio de sus derechos y se involucre de manera activa en el desarrollo del proceso electoral local al tener a su alcance toda la información relacionada con el desarrollo del mismo.

4. DE LA IMAGEN GRÁFICA

El artículo 93, fracciones XLII y XLIV, del Código, refiere la facultad del Secretario Ejecutivo para elaborar el proyecto del diseño de la imagen institucional del Organismo y proponerla al Consejo General para su aprobación; así como exponer, implementar y ejecutar la campaña de difusión del voto y promoción de la participación ciudadana durante la organización del PEEO, la que se materializa a través del imagotipo.

Atento a ello, la Secretaría Ejecutiva a través de la Comisión y la Coordinación de Comunicación, elaboraron la imagen del PEEO, misma que constituye la imagen gráfica del Organismo, esto como parte de su imagen institucional para la organización de los comicios que se celebrarán en el año dos mil veintiuno.

En ese sentido, la imagen para el PEEO, será la firma distintiva que el Instituto imprima en cada mensaje a la ciudadanía poblana en los próximos meses, ayudando a estimular su participación y emisión de su voto el próximo seis de junio de dos mil veintiuno.

Ésta contiene los elementos necesarios para hacer la información fácil, útil y de dominio público, con la intención de que sean las poblanas y los poblanos quienes se apropien de ella y busquen los espacios públicos que están a su disposición, incentivando un alto nivel de participación, un voto informado y una democracia fortalecida en el estado de Puebla.

Tomando en consideración los insumos que se generarán con motivo de la utilización de la imagen gráfica de este Instituto, así como los requerimientos a los que, en materia de radio y televisión se encuentran sujetos los *spots* a publicarse (en los cuales deben aprobarse los guiones de forma constante en atención a los tiempos de producción en los citados medios de comunicación) la publicación de lonas, volantes, panfletos, convocatorias, etcétera; y considerando que dichos requerimientos deberán ser atendidos de manera inmediata, se estima necesario facultar a la Coordinación de Comunicación bajo la vigilancia del Secretario Ejecutivo, para que realice las modificaciones técnicas necesarias al imagotipo que constituye la imagen gráfica del Organismo para el PEEO, a efecto de maximizar su utilización; lo anterior con fundamento en los artículos 89, fracciones LIII y LVIII; y 93, fracción XLVI del Código Electoral.

5. EFECTOS

En virtud de lo argumentado en el presente instrumento, y con fundamento en lo dispuesto por el artículo 89, fracciones I, LIII y LX, del Código; este Consejo General estima procedente:

- Aprobar en sus términos las Políticas de Comunicación Social del Instituto, así como la Estrategia Integral de Comunicación para el PEEO; dichos documentos corren agregados al presente instrumento como **ANEXO UNO** y **DOS** respectivamente, formando parte integral del mismo.
- Tener por visto y aprobar el imagotipo, que constituye la imagen gráfica del Organismo para el PEEO, pues el mismo contribuye al cumplimiento de los fines de este Instituto. La imagen gráfica corre agregada al presente acuerdo como **ANEXO TRES** formando parte integrante del mismo.
- Autorizar que el imagotipo institucional de este Órgano Electoral sea utilizado en toda la documentación o material que genere el Instituto.
- Facultar al Secretario Ejecutivo para que en forma conjunta con la Coordinación de Comunicación realice las modificaciones técnicas necesarias al imagotipo del Instituto a efecto de maximizar su utilización, lo anterior con fundamento en los artículos 89, fracciones LIII y LX, y 93, fracción XLVI del Código.

6. COMUNICACIONES

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 89, fracciones LIII y LX, y 93, fracciones XL y LXVI, del Código, este Órgano Central faculta al Secretario Ejecutivo para que haga de conocimiento por los medios que considere pertinentes, a las y los titulares, a las y los Encargados de Despacho de las Unidades Técnicas y Administrativas del Instituto, el imagotipo que constituye la imagen gráfica de este Organismo en el presente PEEO para su uso en todos los documentos que se emitan.

De igual forma, se faculta al Secretario Ejecutivo para notificar a la Coordinación de Comunicación respecto de la aprobación del presente acuerdo, lo anterior para su conocimiento y observancia en el ámbito de su competencia.

Por lo anteriormente expuesto y en ejercicio de la facultad establecida por el artículo 89, fracción LIII, del Código, el Consejo General tiene a bien emitir el siguiente:

ACUERDO

PRIMERO. El Consejo General del Instituto Electoral del Estado es competente para conocer y pronunciarse sobre el presente asunto, según ha quedado plasmado en los considerandos 1 y 2 del presente acuerdo.

SEGUNDO. El Consejo General del Instituto Electoral del Estado aprueba las Políticas de Comunicación Social y Estrategia Integral de Comunicación Social para el Proceso Electoral Estatal Ordinario 2020-2021, en los términos expuestos en los considerandos 3 y 5 de este instrumento.

TERCERO. El Consejo General del Instituto Electoral del Estado, según se señaló en los numerales 4 y 5 del apartado de considerandos, aprueba la imagen gráfica para el Proceso Electoral Estatal Ordinario 2020-2021.

CUARTO. El Consejo General del Instituto Electoral del Estado faculta al Secretario Ejecutivo en los términos aducidos 5 de este documento.

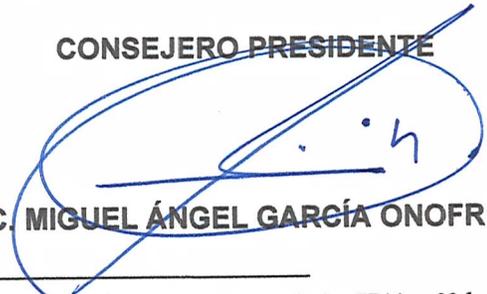
QUINTO. El Consejo General del Instituto Electoral del Estado faculta al Secretario Ejecutivo de este Organismo para hacer las notificaciones narradas en el considerando 6 del presente acuerdo.

SEXTO. El presente instrumento entrará en vigor a partir de su aprobación por el Consejo General del Instituto Electoral del Estado.

SÉPTIMO. Publíquese el presente acuerdo en el Periódico Oficial del Estado, a través del formato aprobado para tal efecto en el instrumento CG/AC-004/14¹. En lo que toca a los **ANEXOS** publíquense íntegramente en el citado medio oficial de difusión.

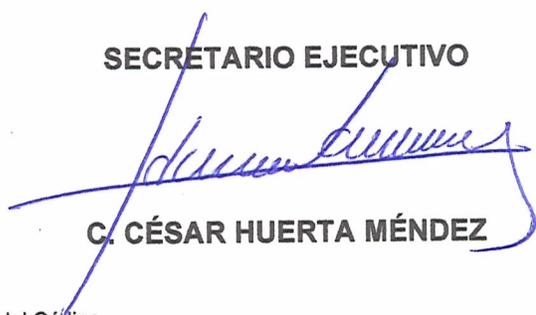
Este acuerdo fue aprobado por unanimidad de votos de las y los integrantes del Consejo General del Instituto Electoral del Estado, en sesión ordinaria de fecha treinta de octubre de dos mil veinte.

CONSEJERO PRESIDENTE



C. MIGUEL ÁNGEL GARCÍA ONOFRE

SECRETARIO EJECUTIVO



C. CÉSAR HUERTA MÉNDEZ

¹ Lo anterior con fundamento en los artículos 77 bis y 93 fracción VIII del Código.



POLÍTICAS DE **COMUNICACIÓN SOCIAL**

Coordinación de Comunicación Social

ÍNDICE

POLÍTICAS GENERALES DE COMUNICACIÓN SOCIAL.....	3
POLÍTICAS DE MEDIDAS DE PREVENCIÓN ANTE COVID-19 Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	4
POLÍTICAS GENERALES DURANTE EL PROCESO ELECTORAL	5
POLÍTICAS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO, INCLUSIÓN E IGUALDAD....	6
POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA.....	7
POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA.....	8
POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN	9
POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN DURANTE LA JORNADA ELECTORAL..	11
POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN A MEDIOS EN CASOS DE CRISIS EN EL PROCESO ELECTORAL	12

Políticas de Comunicación Proceso Electoral 2020 - 2021

Estas Políticas de Comunicación Social son enunciativas más no limitativas.

Las Políticas de Comunicación Social son un instrumento fundamental de trabajo que ayuda a la Coordinación de Comunicación Social del Instituto a contar con lineamientos claros y conductas a seguir en el manejo de la información, la relación con los medios de comunicación, así como la forma de interactuar con los diferentes públicos, fortaleciendo la creación y vinculación de redes de comunicación, que mantengan informada a la sociedad en cada una de las etapas del Proceso Electoral Estatal Ordinario 2020- 2021.

Es por esto que para la formulación de las Políticas de Comunicación se ha tomado en cuenta el protocolo sanitario con la finalidad de disminuir riesgos en la labor comunicativa que la próxima elección demanda. El mundo está intentando combatir el contagio por coronavirus desde hace meses, obligando a todos los sectores a adoptar medidas sanitarias y el tema electoral no es la excepción.

La Imagen Institucional genera confianza a través de un proceso de comunicación transparente, fluido, que valora aspectos como perspectiva de género, inclusión e igualdad. De esta manera contribuimos a la construcción de una sociedad informada y consiente en la toma de decisiones.

POLÍTICAS GENERALES DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- La Coordinación de Comunicación Social cuidará en todo momento de las medidas sanitarias para salvaguardar la salud y bienestar tanto de las funcionarias y los funcionarios del IEE como de reporteras, reporteros, camarógrafas, camarógrafos, fotógrafas, fotógrafos y demás personal de los medios de comunicación.
- La CCS es la responsable de la imagen institucional al interior y exterior del Instituto.
- La CCS elaborará el proyecto de diseño integral de la imagen institucional del IEE y lo propondrá al Consejo General para su aprobación.
- Todas las campañas propuestas por la CCS, tienen como propósito: promover la participación ciudadana.

- Informar a la sociedad con oportunidad y precisión de cada una de las etapas del PEEO 2020-2021.
- Gestionar espacios ante los medios de comunicación para informar a la sociedad los actos y campañas institucionales, de manera eficiente y eficaz, cuidando en todo momento las medidas sanitarias dictadas por las autoridades correspondientes.
- Promover que el contacto institucional del Organismo con los medios de comunicación sea abierto, respetuoso, transparente e incluyente.
- Ejercer el presupuesto de la CCS con apego a las medidas de racionalidad y eficiencia de acuerdo con el artículo 78 de la Ley de Egresos del Estado de Puebla, para el ejercicio fiscal 2020, en el ejercicio del gasto para el PEEO 2020 - 2021.
- En el ámbito de su competencia, las funcionarias y funcionarios electorales y personal del IEE deberán asumir con responsabilidad el cumplimiento de las Políticas de Comunicación para el PEEO 2020-2021.

POLÍTICAS DE MEDIDAS DE PREVENCIÓN ANTE COVID-19 Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1. Se privilegiarán en todo momento las entrevistas vía telefónica o video llamadas, con la finalidad de salvaguardar la salud de funcionarias y funcionarios, además del personal de los medios de comunicación.
2. Para permitir el acceso de las / los representantes de los medios de comunicación al Instituto se deberá cumplir con el protocolo de salud establecido por el IEE, uso de cubrebocas y/o careta en todo momento, toma de temperatura a su ingreso, uso del tapete sanitizante y aplicación de gel antibacterial.
3. Se cambiará el formato de rueda de prensa por el de conferencia de prensa con la finalidad de mantener la sana distancia y proteger la salud de nuestras Consejeras y Consejeros, así como la de las y los representantes de la prensa.
4. Los equipos de cómputo que se encuentran en sala de prensa deberán estar separados por metro y medio de distancia. Así mismo se disminuirá el número de sillas en las mesas colocadas para las y los reporteros.

5. Se solicitará al área administrativa la sanitización de los espacios antes y después del ingreso de los medios de comunicación a la sala de prensa.
6. La entrega de boletines, tarjetas informativas y ordenes del día a los medios de comunicación será de manera digital, con el objetivo de evitar el contacto físico.
7. La capacidad de la sala de prensa se limitará a un ingreso del 30% de los representantes de los medios de comunicación; una vez que el Consejo General autorice la realización de sesiones presenciales; se dará preferencia a los primeros en llegar a las instalaciones del Instituto.
8. Las y los fotógrafos podrán ingresar a la sala de sesiones por turnos (goteo) respetando en todo momento el protocolo implementado por la CCS.

POLÍTICAS GENERALES DURANTE EL PROCESO ELECTORAL

1. La CCS trabajará en conjunto con las distintas Direcciones y Unidades Técnicas y Administrativas para la difusión de las diversas campañas institucionales.
2. Durante el PEEO, la interacción de la CCS con las Consejeras y Consejeros Electorales, las Direcciones, Unidades Técnicas y Administrativas, será intensa por lo que el flujo de la información deberá ser observado cuidadosamente en función de cada caso.
3. La difusión informativa será certera, apegada a la legalidad, objetividad y su difusión buscará dar máxima publicidad a toda la información que genere y emita el IEE.
4. La CCS proveerá a la Dirección de Organización Electoral los materiales gráficos para la difusión de las diferentes campañas institucionales en los inmuebles que ocupen los Órganos Transitorios como extensión del IEE. Estos productos pueden ser lonas, volantes, displays o carteles, entre otros.
5. Se impulsará una campaña sólida de capacitación orientada a los medios de comunicación, misma que incluye un taller para las reporteras y reporteros de los diversos medios de comunicación que cubren las actividades del IEE.
6. La CCS, en conjunto con las Direcciones de Organización Electoral y Capacitación Electoral, apoyará a las Consejeras y Consejeros Electorales Distritales y Municipales para el adecuado manejo de los mensajes institucionales.

7. La CCS realizará el monitoreo de contenidos informativos en medios de comunicación referentes al Instituto y al PEEO 2020-2021; a fin de elaborar la síntesis diaria informativa.
8. La CCS coadyuvará con la Dirección de Prerrogativas y Partidos Políticos, para proporcionar el Catálogo de Medios de programas de radio y televisión que difunden noticias, asimismo coadyuvará con la revisión de los lineamientos para el monitoreo de las precampañas y campañas electorales en los medios de comunicación.
9. La CCS realizará el monitoreo sobre la publicación de encuestas y sondeos de opinión que den a conocer los medios de comunicación impresos y presentará un reporte semanal a la Secretaría Ejecutiva.
10. Las Direcciones y las Unidades Técnicas y Administrativas que difundan mensajes institucionales a través de los medios de comunicación, deberán observar las líneas discursivas de la campaña integral que para cada caso elabore la CCS y que cuente con la aprobación de la Secretaría Ejecutiva.
11. Las Direcciones y Unidades Técnicas y Administrativas del IEE, proporcionarán a la CCS un calendario detallado de sus actividades para establecer una agenda precisa para el lanzamiento, ejecución y seguimiento de las campañas institucionales.

POLÍTICAS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO, INCLUSIÓN E IGUALDAD

1. Todo material e información emitidos por el IEE deberán tener un lenguaje e imágenes incluyentes y no sexistas, que eviten toda discriminación motivada por origen étnico, de género, edad, capacidades diferentes, condición social, religión, opiniones o cualquier otra que tenga por objeto anular los derechos y libertades de las personas.
2. La CCS tendrá especial cuidado que la difusión se realice con un enfoque transversal, con perspectiva de género, que permita incluir a todas y todos los actores sin diferenciar condición social, sexo o género, edad, discapacidades, condición social y religión, durante todo el proceso.
3. Para la elaboración de material electoral, la CCS deberá tomar en cuenta no utilizar imágenes que puedan afectar la dignidad de las mujeres u hombres o que transmitan estereotipos que fomenten la preservación de roles

tradicionales.

4. La información deberá tener como objetivo promover y respetar la igualdad entre mujeres y hombres, a través de conductas que orienten a la sociedad hacia el cumplimiento de igualdad en los ámbitos público y privado.

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA

1. La CCS realizará la cobertura de los diversos eventos del IEE con la grabación de audios, videos y fotografías.
2. Las distintas actividades públicas e internas que así lo ameriten, serán difundidas al personal del Instituto para mantenerlo adecuadamente informado.
3. La CCS en concordancia con las Direcciones y Unidades Técnicas y Administrativas realizarán la agenda mensual para la cobertura y difusión de los eventos que realice cada una de las mismas.
4. Además de los contenidos informativos, las publicaciones internas de comunicación incluirán otros de índole recreativa, cultural y social, para propiciar el conocimiento de temas de interés colectivo y un óptimo clima laboral.
5. La CCS difundirá en las pantallas que se encuentran en espacios comunes, como lo son, la entrada del IEE y el lobby, diversos materiales de interés público, como las principales planas de periódicos impresos internacionales, nacionales y locales, invitaciones a eventos, videos informativos, los Notiee, el cumpleaños, la campaña de protocolo de salud por COVID – 19, entre otros.
6. En concordancia con la política de confidencialidad, la CCS, las Direcciones y las Unidades Técnicas y Administrativas del IEE se abstendrán de publicar a través de cualquier medio cualquier tipo de información institucional no autorizada.
7. La CCS analizará de forma permanente la información sobre el IEE que difunden los medios de comunicación, así como las redes sociales, y propondrá las estrategias pertinentes para su mejora continua.
8. El diseño de los bastidores, que de manera mensual se colocan en los pasillos del IEE previa autorización de la instancia correspondiente, buscarán promover valores y conductas positivas, para que las trabajadoras y trabajadores mejoren su desempeño laboral.
9. El diseño de diplomas, reconocimientos, invitaciones, convocatorias y demás material requerido para consumo interno, se apegará a la identidad gráfica del

IEE y del PEEO 2020-2021.

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA

1. El IEE mantendrá una estrecha relación con los medios de comunicación, misma que deberá estar sustentada en valores éticos, profesionales, de respeto y reconocimiento mutuo.
2. La interacción con los medios de comunicación deberá estar sujeta a las diversas medidas de sanidad con el fin de garantizar la salud y bienestar de funcionarias y funcionarios, así como el personal de los medios de comunicación.
3. El IEE, a través de la CCS, atenderá puntualmente las solicitudes planteadas por los medios de comunicación en cualquiera de sus modalidades (entrevistas, atención vía telefónica, entre otros).
4. La CCS llevará a cabo las actividades de su competencia para efectuar una comunicación externa objetiva, puntual, eficiente y eficaz a fin de preservar la mejor imagen institucional como un organismo encargado de organizar elecciones libres, que garanticen el ejercicio de los derechos político-electorales de la ciudadanía, que promueva y fomente la cultura cívica y que contribuya al desarrollo de la vida democrática de la entidad.
5. Para efectos de un control adecuado de los flujos informativos y mejor atención a los medios de comunicación, las y los funcionarios y demás personal del Instituto, pondrán en conocimiento de la CCS las solicitudes de información que sean requeridas directamente por los medios de comunicación y, en su caso, acatar los protocolos que sean recomendados.
6. El personal del Instituto deberá estar consciente de que cualquier declaración emitida públicamente es considerada oficial, por lo que deberá ser información veraz, institucional, apegada a los principios rectores que norman el actuar del IEE y emitida en observación de las Políticas de Comunicación Social.
7. El personal del IEE evitará utilizar su puesto como forma de acceso a los medios de comunicación para impulsar proyectos personales que no concuerden con los objetivos institucionales.
8. En la dinámica con los medios de comunicación, todo el personal del Instituto **evitará** la concesión de cualquier tipo de entrevistas que no hayan sido programadas o acordadas previamente por la CCS.
9. El personal del IEE deberá abstenerse de emitir declaraciones o información extraoficial, conocidas como "off the record". Todos sus actos de

comunicación serán considerados oficiales.

10. Cuando alguna información emitida en los medios de comunicación relacionada con el IEE tenga contenido inexacto y pueda afectar la imagen institucional, o bien afecte el desarrollo del PEEO 2020-2021, deberá fijarse una postura oficial que será emitida mediante una conferencia de prensa y/o un comunicado, que incluirá el contexto de la situación.

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Política de gestión de espacios y tiempos en medios de comunicación

1. Como parte de las actividades permanentes de comunicación, la CCS procurará la gestión de espacios y tiempos en los medios de comunicación locales y al interior del estado.
2. Para la gestión de espacios en los medios de comunicación, deberán seleccionarse de acuerdo con los objetivos de alcance geográfico, frecuencia y bajo los criterios de equidad, transparencia y máxima publicidad.
3. En observancia del marco legal, las entrevistas serán solicitadas a los medios de comunicación con la premisa de la gratuidad y con la legítima justificación de que la información a difundir es de interés público.
4. El IEE, a través de la CCS, deberá utilizar todos los tiempos oficiales disponibles en radio y televisión. En coordinación con el INE, consultará y ejercerá los mecanismos para el PEEO 2020-2021.

Política de medios convencionales: radio y televisión

1. La CCS deberá utilizar adecuadamente los tiempos oficiales gratuitos de radio y televisión que otorga la Ley a esta autoridad electoral local que son administrados por el INE, a fin de apoyar permanentemente las campañas institucionales, sobre educación cívica, cultura política democrática, promoción del voto, participación ciudadana y, en general, lo relativo al PEEO 2020-2021.
2. Se sugerirá a los noticieros que cubran las etapas del PEEO 2020-2021, informen a la ciudadanía de forma imparcial, neutral y objetiva, además de hacer una crítica respetuosa y abierta hacia las y los actores políticos, así como a las candidatas y los candidatos.
3. Se elaborará un tour de medios con las estaciones de radio al interior del Estado, con el objetivo de difundir las distintas etapas y convocatorias del PEEO 2020-2021.
4. Se deberán impulsar los programas de debates y difundir la información con perspectiva de género.

Política de medios no convencionales: internet y redes sociales

1. Debido a la importancia de las dinámicas en las redes sociales y de la página web, el Instituto deberá presentar contenidos atractivos y actualizados, con información adecuada a las necesidades de las y los consultantes, tanto en el sitio web y otras plataformas digitales, como Twitter, YouTube y Facebook.
2. Durante el PEEO 2020-2021 se diseñará una campaña intensa en las redes sociales, mismas que deberán replicarse en la página web del IEE.
3. La CCS interactuará con las Direcciones y Unidades Técnicas y Administrativas del IEE para incluir en su portal digital, información nueva, que requiera para su difusión.
4. La difusión de las campañas institucionales será divulgada a través del Internet mediante la página web del IEE y de las redes sociales.
5. La CCS no debe transmitir publicidad o propaganda presentada como información periodística, evitando la opinión y centrándose en lo noticioso.
6. Los contenidos que se difundan a través de las redes sociales deberán apegarse a la Identidad Gráfica del IEE.

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN DURANTE LA JORNADA ELECTORAL

1. Durante la Jornada Electoral, la CCS trabajará en conjunto con las Direcciones y las Unidades Técnicas y Administrativas del IEE pertinentes, para tener una Sala de Prensa eficiente y eficaz en los aspectos que involucren tanto los recursos humanos como los recursos materiales y tecnológicos.
2. La CCS, acreditará a los medios de comunicación que soliciten la cobertura al interior y exterior del instituto (casillas) durante la Jornada Electoral. Las acreditaciones serán personales por lo que reporteras y reporteros, fotógrafas y fotógrafos, camarógrafas y camarógrafos, jefas y jefes de información deberán portar su propia acreditación.
3. En función de los acontecimientos que se deriven de la Jornada Electoral, la CCS propondrá las acciones comunicativas que sean pertinentes, como la emisión de comunicados, entrevistas, conferencias de prensa, etc.
4. La CCS dará cobertura personalizada a las Consejeras y los Consejeros Electorales, así como al Secretario Ejecutivo, al momento de la emisión de su sufragio y hará la cobertura de posibles entrevistas, por lo que se solicitará a cada uno de ellos indiquen la hora y lugar en el que emitirán su voto.
5. La CCS mantendrá informados a las y los miembros del Consejo General de los acontecimientos más relevantes conforme transcurra la Jornada Electoral.
6. Por la vía que se considere pertinente y previa autorización de la Secretaría Ejecutiva, la CCS informará a las y los periodistas y medios de comunicación sobre el desarrollo de la Jornada Electoral, tales como la apertura de casillas, incidencias, cierre de casillas y progreso del Programa de Resultados Electorales Preliminares.
7. Para proveer a los medios comunicación de información de fuentes primarias y verídicas del desarrollo de la jornada, se realizarán cuatro conferencias de prensa -virtual o presencial dependiendo de las condiciones sanitarias del momento- con turnos de dos Consejeras o Consejeros en horarios de 8:30, 15:30, 18:30 y 20:30

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN Y ATENCIÓN A MEDIOS EN CASOS DE CRISIS EN EL PROCESO ELECTORAL

Es importante que se proyecten escenarios críticos para saber cómo reaccionar, desde el enfoque de la comunicación, ante situaciones que representen carga de estrés para el Instituto.

POSIBLES CRISIS EN EL PROCESO ELECTORAL

- Internas
 - De Organización.
- Físicas.
 - Natural Extraordinaria (sismo, erupción volcánica)
 - Alerta Sanitaria
- Sociales.
 - Disturbios o violencia pública.
 - Amenazas a la seguridad de los electores.
 - Agresiones a funcionarios.

1. Instalación de un “Comité de Crisis”, compuesto por tres Consejeras o Consejeros Electorales, el Secretario Ejecutivo del IEE, la o el Director o Directores o Encargados de las Áreas involucradas en la crisis que se presente y el Coordinador de Comunicación Social.

Fecha sugerida para instalar el Comité de Crisis
3 al 7 de mayo

2. El “Comité de Crisis” nombrará al portavoz, con la intención de evitar dobles versiones de la situación para el manejo mediático de la información.

3. El Comité solicitará un reporte a la persona a cargo del área involucrada en el incidente, quien contará con información precisa del evento y respecto a la capacidad de solucionar el problema.

4. El Comité de Crisis evaluará la situación real reaccionando oportunamente.

5. Quienes operativamente resuelven el problema deberán formular un plan de emergencia que permita informar de la situación de manera clara.

8. La o el portavoz, comunicará adecuadamente y asumirá una actitud proactiva para transmitir percepciones de control.

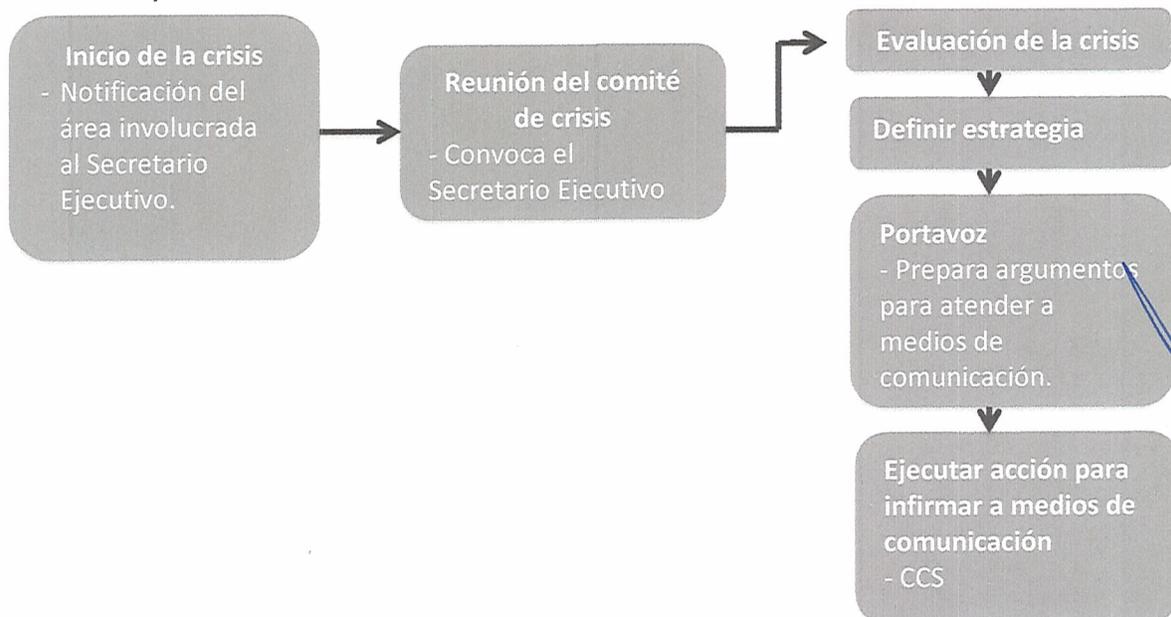
9. Si el evento involucra lesionados o fallecidos es importante mostrar empatía, dar menos explicaciones racionales y apelar más a lo emocional.

10. Si el tema en conflicto se ha generalizado, los dos principales mecanismos para la contención de una posible crisis serán la conferencia de prensa (por el portavoz del Comité de Crisis) y el comunicado de prensa. Si sólo hay un medio involucrado, conviene que el asunto sea abordado de manera particular.
11. A pesar de cualquier dificultad en los tiempos críticos, la información institucional será siempre verdadera, oportuna, clara y transparente.
12. El IEE no solamente comunicará información al exterior, sino con la misma importancia lo hará hacia su interior, para que los integrantes de la organización estén enterados de la situación y coadyuven para llevar a cabo las actividades pertinentes.

Esquema de integración del Comité de Crisis:



Esquema de Gestión de Crisis:



Glosario

Instituto/IEE. - Instituto Electoral del Estado.

Consejo General. - Consejo General del Instituto Electoral del Estado.

Secretaría Ejecutiva. - Secretaría Ejecutiva del Instituto Electoral del Estado.

Direcciones. - De Organización Electoral; de Capacitación y Educación Cívica; de Prerrogativas y Partidos Políticos; Administrativa; Jurídica; Técnica del Secretariado; Archivos e Igualdad y No Discriminación.

Unidades Técnicas y Administrativas. - Contraloría Interna; Coordinación de Comunicación Social; Coordinación de Informática; Unidad Técnica de Fiscalización; Unidad de Formación y Desarrollo y Unidad de Transparencia.

Coordinación/CCS. - Coordinación de Comunicación Social.

PCS. - Políticas de Comunicación Social.

PEEO 2020-2021. - Proceso Electoral Estatal Ordinario 2020-2021.

CIPEEP. - Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla.

Logotipo. - Distintivo o emblema conformado a partir de letras o abreviaturas que permite reconocer o identificar al Instituto.

Imagotipo. - Combinación de imagen y texto para identificar una empresa, marca o institución.

Identidad Gráfica. - Fusión de tipografía (logotipo) y símbolos que denotan características propias del Instituto con el fin de identificarlo.

Medios complementarios. - Medios de difusión alternativos que impactan a un segmento más específico de la población, tales como: mobiliario urbano, publicidad exterior, espectaculares, parabuses y bardas.

Medio de comunicación. - Instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional.

Boletín de prensa y/o comunicado de prensa. - Documento informativo que expide de manera oficial un organismo o institución, en este caso, el Instituto Electoral del Estado, dirigido a los diversos medios de comunicación y redes sociales oficiales.

Rueda de prensa. - Convocatoria que se hace a los representantes de los

diversos medios de comunicación para anunciar un evento o un hecho informativo relevante.

Carrusel de medios: Serie de entrevistas programadas en varios medios de comunicación, principalmente en radio y televisión, realizadas durante un periodo establecido.

Campaña. - Planeación y difusión de un conjunto de mensajes derivados de la estrategia de comunicación social y/o de promoción y publicidad dirigida a una población objetivo, a través de medios de comunicación con una vigencia determinada.

Campaña de comunicación social. - Aquellas que difunden el quehacer institucional, acciones, logros institucionales o aquellos que estimulan la participación de la ciudadanía para ejercer sus derechos político-electorales.

Comunicación externa. - Conjunto de actividades que desarrolla el Instituto para mantener una estrecha, adecuada y pertinente comunicación con la ciudadanía, con los representantes y directivos de los medios de comunicación.

Comunicación interna. - Conjunto de actividades que se realizan dentro del Instituto para mantener las buenas relaciones entre sus miembros por medio de la circulación de mensajes en pantallas, bastidores y boletín interno, con el objetivo de proveer la comunicación, unión y motivación, a fin de alcanzar las metas establecidas por la organización.

Alcance en medios digitales. - Cantidad de personas usuarias de internet que potencialmente serán impactadas por la campaña en los medios digitales.

Cobertura. - Trabajo que realiza la Coordinación de Comunicación Social o los medios de comunicación para recabar información de eventos institucionales (captura de video, fotografía y audio).

Medios digitales. - Tipo de medio donde el contenido (texto, voz, música, imágenes, animaciones o videos) puede consultarse desde un dispositivo electrónico que cuente con la tecnología necesaria.

Medios electrónicos. - Todo aquel que nos proporciona la difusión a través de impulsos eléctricos, tales como: radio, televisión, cine.

Medios impresos. - Todo tipo de publicación escrita masiva que contenga texto o imágenes fijas y que se encuentre impreso, con periodicidad de edición determinada, bajo el mismo nombre y numeración secuenciada. (En particular, periódicos y revistas).

Plan de medios de comunicación. - Estrategia cuyo objetivo es determinar la mejor selección y combinación de medios para lograr una campaña de publicidad

y/o propaganda.

Crisis. - Un evento o una serie de eventos fuera del funcionamiento rutinario institucional, que amenazan su labor o tarea, imagen, viabilidad u objetivos.

INE. - Instituto Nacional Electoral.

Funcionario Electoral.- Es la persona investida de un nombramiento establecido en el Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla, que cumple funciones públicas atribuidas en la legislación electoral en Órganos Electorales Centrales y, de manera normativa, se enlistan los siguientes: la Consejera Presidenta o el Consejero Presidente, las Consejeras y los Consejeros Electorales, la Secretaria Ejecutiva o el Secretario Ejecutivo, las Directoras o los Directores, las Coordinadoras o los Coordinadores y las o los Titulares de las diferentes áreas técnicas y administrativas del Instituto Electoral del Estado.



IMAGEN

PROCESO ELECTORAL ORDINARIO
2020 - 2021

Coordinación de Comunicación Social

Contenido

Introducción.....	3
Justificación.....	4
Imagen del Proceso Electoral Ordinario 2020 – 2021.....	8
LOGOTIPO.....	11
ESLOGAN.....	13
Campañas durante el Proceso Electoral.....	13
Conclusión.....	14
Fuentes de Información.....	15

Introducción

A partir del año 2004, México se convierte en el primer país de habla hispana en promover el uso de un lenguaje claro, proponiendo la simplificación de documentos públicos para impulsar una comunicación amigable con la ciudadanía, en el entendido de que la ciudadanía deben recibir de las instituciones públicas información clara y objetiva a fin de hacer efectivos sus derechos y cumplir con sus obligaciones de mejor manera.

Las instituciones públicas tienen el deber de proporcionar a la ciudadanía, información clara y entendible que fomente la transparencia, la rendición de cuentas y la eficiencia en los trámites. Por ello, la Estrategia de Comunicación para incentivar el voto informado de la población, debe complementarse con una imagen sólida, capaz de proyectar identidad y sentido de pertenencia.

El presente documento plantea la manera en la que el Instituto se dirigirá a la ciudadanía durante el PEEO 2020 – 2021, así como la forma de presentar y contextualizar en el ámbito estatal los alcances que un lenguaje claro puede brindar para facilitar el acceso a la información de interés ciudadano que el Instituto genera.

En este contexto, la Coordinación de Comunicación Social presenta la Imagen para el PEEO 2020 - 2021 con base a la accesibilidad de la información, como lo marca el principio rector del IEE de Máxima Publicidad, teniendo en cuenta la necesidad de adoptar un lenguaje ciudadano como vía de inclusión.

Justificación

La Imagen de un proyecto en una forma eficiente, es el conjunto de mensajes que una institución proyecta a su público con la finalidad de establecer empatía entre ambos, dentro de ella se establece la percepción que tenga el publico (Narro et al, 2017). Este es uno de los aspectos más importantes, ya que de ello depende la afinidad y la actitud que las y los ciudadanos tomen respecto a los mensajes emitidos.

La imagen consiste en dejar una impresión positiva y duradera en la mente de los públicos. Esto es, ¡que lo recuerden... y lo recuerden bien!. Para ello el emisor debe conocer a su receptor, previendo el proceso de retroalimentación.

Hay una pequeña minoría de personas que tiene acceso a la información y puede usarla en su beneficio y una gran mayoría que no puede. Y como no pueden, se les excluye y se les daña, explica Sandra Fisher Martins en su conferencia el Derecho a Entender. “Cuando alguien no entiende sus derechos y los beneficios a los que puede acceder, no entiende sus deberes y tampoco es un ciudadano activo y participativo”.

De acuerdo con el Centro Universitario de Participación Social de la BUAP 2019, en México, más de cuatro millones de personas mayores de 15 años son analfabetas, lo que representa el 5.7% de la población total del país.

En total, 30.3 millones de mexicanos se encuentran en rezago educativo, es decir, no terminaron la educación básica. De los cuales la población con alguna discapacidad representa el 46.9%, la población adolescente y joven entre 12 y 29 años el 11.4%, la población indígena 31.1% , también hay una brecha entre sexos, pues el número de mujeres con rezago educativo es mayor al de los hombres 17.4% y 16.3% respectivamente.

El estado de Puebla, está conformado por 217 municipios, de los cuales 53 son considerados de marginación alta y muy alta. El sistema educativo poblano por sus indicadores de desarrollo educativo se ubica por debajo de la media nacional. El 8.3% de la población es analfabeta, lo cual coloca a Puebla como el 5° estado con mayor analfabetismo y el sexto con menor cobertura en educación primaria.

Según datos del INEGI en 2019, más de tres cuartas partes de la población lectora considera que comprende “todo” o “la mayor parte” de lo que lee, mientras que el 21.3% comprende “la mitad” o “poco” del contenido de la lectura.

Es común que los documentos oficiales sean complicados, pues se han escrito de manera especializada y técnica. Por ello, la ciudadanía puede sentirse frustrada y desconfiada al no entender claramente los requisitos o los mensajes de las instituciones públicas.

Con el fin de evitar este problema, algunos países como Canadá, Suecia, Inglaterra y Estados Unidos, han adoptado medidas innovadoras que buscan crear una cultura de comunicación efectiva. En México se conoce como “lenguaje ciudadano”.

De acuerdo con el Manual para quien escribe en la Administración Pública, El lenguaje ciudadano tiene un fundamento básico: “cualquier documento gubernamental debe planearse, redactarse y publicarse con las necesidades del ciudadano-objetivo en mente”. Dicho lenguaje significa la presentación clara y ordenada de información compleja para que los lectores tengan la oportunidad de entenderla.

Entre los beneficios de utilizar un lenguaje ciudadano en cada mensaje se encuentran:

- Acercar a ciudadanos y gobernantes
- Mejorar la confianza del ciudadano en sus instituciones
- Simplifica y agiliza la operación de las instituciones

- Reduce la corrupción y
- Fomenta la transparencia y la rendición de cuentas

Las sugerencias de estilo para la elaboración de mensajes a la ciudadanía que el INE vierte en su manual de lenguaje ciudadano son:

- Utilización de palabras simples
- Eliminación palabras innecesarias
- Utilización de oraciones simples
- Utilización de palabras positivas
- Utilización de un estilo personal
- Utilización de ayudas visuales
- Utilización de lenguaje incluyente
- Evitar información personal, tecnicismos y modismos.

En cuanto a las publicaciones en internet:

- Utilización de lenguaje claro, sencillo y directo
- Creación de vínculos a documentos
- Generar encabezados

Una utilización adecuada del lenguaje ciudadano en los mensajes y documentos que se presentan a la ciudadanía a través de los distintos medios de comunicación, debe considerar tres aspectos básicos: Brevedad, Sencillez y Claridad.

Toda esta información, es contemplada para la creación de cada material audiovisual que se diseña y produce con la intención de informar a la población durante todo el Proceso Electoral.

Fortalecer la presencia del Instituto ante la ciudadanía y entidades de interés público y privado, a través de los canales adecuados, es la finalidad de la

Coordinación de Comunicación Social, para esto la imagen del PEEO 2020 - 2021 juega un papel fundamental en las elecciones de 2021.

Para construir la imagen del Proceso Electoral 2021 en la mente de las poblanas y los poblanos, se aplicarán estrategias de marketing que parten del desarrollo de un logotipo que no compita con el imago tipo de reciente creación del IEE, que por el contrario acompañe un eslogan que integre y dé coherencia a la imagen.



Imagen del Proceso Electoral Ordinario 2020 – 2021

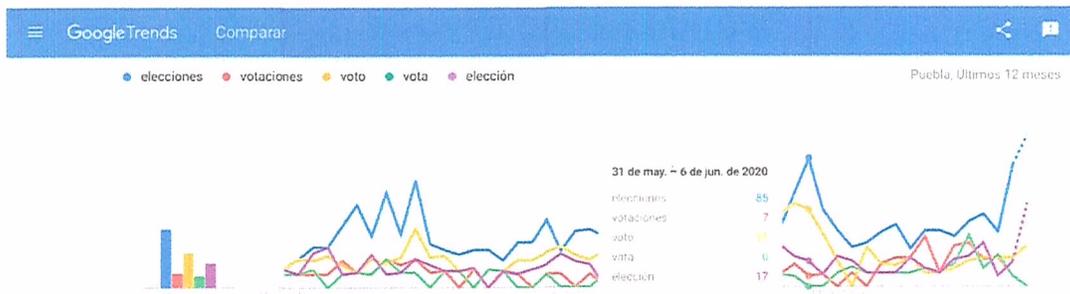
Existen diversos factores que determinan el éxito de la Estrategia de Comunicación: las acciones planteadas, la colaboración interinstitucional, factores sociales de la entidad, la participación ciudadana, entre otros, sin duda imprescindibles para incidir en la decisión de las ciudadanas y ciudadanos para informarse y emitir su voto.

El logotipo es la representación exclusivamente tipográfica, caligráfica o manual del nombre con el que se identificará al PEEEO 2020 – 2021. Este se presenta con un eslogan, lema o frase para anclar un mensaje a la ciudadanía.

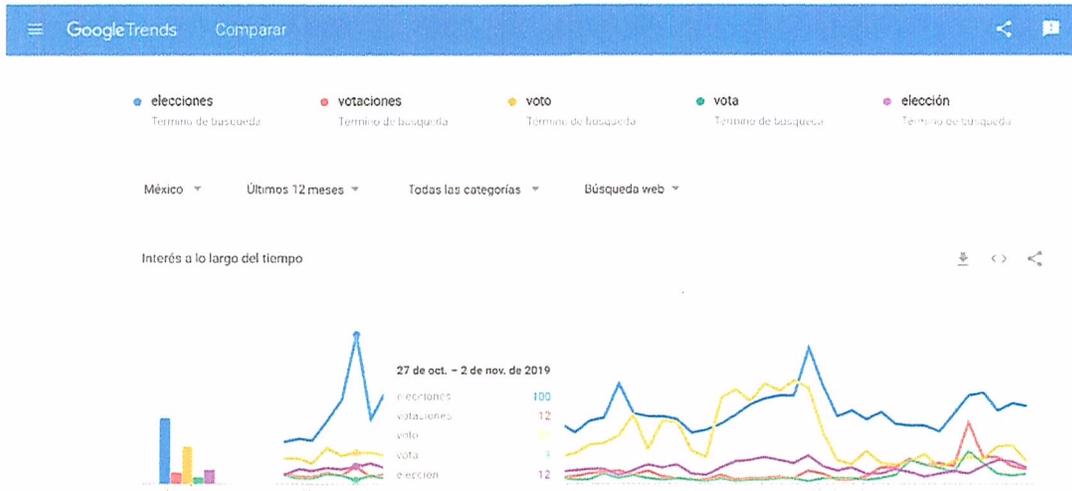
El logotipo y eslogan deberán contar con las características de: fácil identificación, y que puedan ser recordados por las personas que lo vean o escuchen.

Esta imagen, acompañará durante todo el proceso electoral los diversos materiales gráficos y audiovisuales que se produzcan, además será elemento clave para el posicionamiento de las elecciones.

La palabra elecciones, fue analizada en los motores de búsqueda; Google Analytics, Google Trends y Google Ads comparandola con las palabras: vota, votaciones, voto y elección, arrojando los siguientes resultados en el Estado de Puebla:



La palabra “elecciones”, se muestra con mayor porcentaje de búsqueda, seguida de la palabra voto.



La tendencia de búsqueda de la palabra “elecciones”, se ha mantenido desde Octubre de 2019 a Junio de 2020.



El porcentaje de interés de búsqueda de las palabras: elecciones 47%, votaciones 7%, voto 26%, vota 6% y elección 14% en el estado de Puebla. Los 5 Estados de la Republica que muestran mayor interés de búsqueda con la palabra “elecciones” en el último año son: Hidalgo, Baja California Sur, Quintana Roo, Querétaro y Nuevo León.

Google Ads | Plan de palabras clave

Ubicaciones: México Idioma: Español Redes de búsqueda: Google Los últimos 12 meses: sept 2019 - ago 2020

ideas agrupadas: elecciones, votaciones, electoral, vota, voto, 2021, elecciones 2021, elección

Resumen del plan: Amplia tu búsqueda: + política + compañías + noticias políticas + noticias + elecciones 2019 + 2020 + 2019

Grupos de anuncios: Excluir ideas de contenido para adultos. ANADIR FILTRO Mostrando 1 253 de 1 254 ideas para palabras clave

Palabras clave	Promedio de búsquedas mensuales	Competitividad	Cuota de impresiones de anuncio	Paga por la parte superior de la página (intervalo bajo)	Paga por la parte superior de la página (intervalo alto)	Estado de la cuenta
elecciones	10 mil - 100 mil	Baja	-	0,21 MXN	2,64 MXN	
votaciones	1 mil - 10 mil	Baja	-	46,58 MXN	142,16 MXN	
electoral	1 mil - 10 mil	Baja	-	0,26 MXN	2,76 MXN	
vota	10 mil - 100 mil	Baja	-	0,61 MXN	105,15 MXN	
voto	10 mil - 100 mil	Baja	-	0,61 MXN	105,15 MXN	
2021	1 mil - 10 mil	Baja	-	0,84 MXN	1,43 MXN	
elecciones 2021	1 mil - 10 mil	Baja	-	2,66 MXN	17,14 MXN	
elección	10 mil - 100 mil	Baja	-	0,21 MXN	2,64 MXN	

La palabra “elecciones” tiene un promedio de 10 mil a 100 mil búsquedas al mes, quiere decir que hasta 100 mil personas en promedio buscan información relacionada con esta palabra mensualmente.

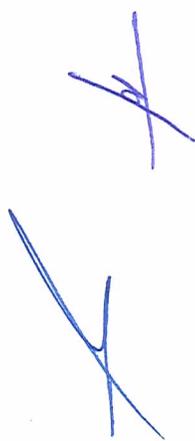
Existe una oportunidad alta de posicionamiento cuando se crea un post con la palabra “elecciones”, ya que muestra baja competitividad, es decir no hay muchas personas utilizándola, como palabra clave.

Derivado de esta información, se propone simplificar el nombre de Proceso Electoral Estatal Ordinario 2020 – 2021, por “Elecciones 2021”.

LOGOTIPO

Como impresión general se buscó una imagen sencilla, limpia, con base a una retícula que le aporte proporción y coherencia visual. Asimismo que el logotipo como elemento tipográfico, pueda usarse junto al isotipo del IEE sin restarle importancia, ayudando a posicionarlo como la nueva imagen del IEE.

A continuación se presentan dos propuestas:



Ejemplo de utilización del logotipo en impresos:



ESLOGAN

El eslogan es "la expresión lingüística económica, significativa, brillante, perdurable, exclusiva y eficiente de una estrategia de comunicación empresarial, política e institucional" (Garrido, 2000: 70).

Un slogan debe ser breve, simple y directo. Cuando más breve sea la frase habrá menos margen de error, cuanto menos carga informativa tenga más posibilidades de éxito tendrá. El eslogan debe buscar algo simbólico y emocional, debe transmitir valores positivos y fáciles de recordar.

Las propuestas se basan en generar frases que contienen atributos, muestran un beneficio y contienen valor personal o emocional.

Súmate, todas y todos hacemos las elecciones

Invita a la participación, organización, colectividad y muestra inclusión

Campañas durante el Proceso Electoral

Tal y como se señala en la Estrategia de Comunicación, para el PEEO 2020 – 2021 se realizarán diversas campañas de difusión con la intención de informar a la población sobre temas referentes a las elecciones. Estas campañas irán acompañadas de frases que le permitan a la ciudadanía reforzar su conocimiento en materia electoral y ejercer sus derechos y obligaciones de una manera más informada.

Conclusión

La obtención de resultados favorables, luego de la implementación de la Estrategia Integral de Comunicación para el PEEO 2020 – 2021, depende de múltiples factores internos y externos al IEE. Sin embargo cada una de las actividades que se realizan al interior del Instituto para llevar a cabo la organización de la elecciones deben darse a conocer a la ciudadanía, a través de una imagen que refleje el profesionalismo que cada área imprime en su trabajo. De la misma forma ofrece una visión gráfica de cada una de las etapas del proceso electoral y permite acercar información útil a la población, preparándola para hacer frente a sus obligaciones y validar sus derechos político electorales.

La imagen para el PEEO 2020 – 2021, será la firma distintiva que el IEE imprima en cada mensaje a la ciudadanía poblana en los próximos meses, ayudando a estimular su participación y emisión de su voto el próximo 6 de junio de 2021.

Cada elemento gráfico y producción audiovisual, contará con los elementos necesarios para hacer la información fácil, útil y de dominio público, con la intención de que sean las poblanas y los poblanos quienes se apropien de ella y busquen los espacios públicos que están a sus disposición, incentivando un alto nivel de participación, un voto informado y una democracia fortalecida en el estado de Puebla.

Fuentes de Información

<https://igualdad.ine.mx/wp-content/uploads/2017/10/MANUAL-PARA-EL-USO-DE-LENGUAJE-CIUDADANO-E-INCLUYENTE-PARA-EL-INE.pdf>

<https://funcionpublica.gob.mx/web/doctos/temas/programas/ManualLenguajeClaro.pdf>

https://www.ted.com/talks/sandra_fisher_martins_the_right_to_understand/transcript

http://cmas.siu.buap.mx/portal_pprd/wb/cups/el_analfabetismo

http://www.gobernacion.gob.mx/work/models/SEGOB/Resource/148/1/images/Manual_lenguaje_ciudadano.pdf

Convergencia, Revista de Ciencias Sociales. Número 61, 2013. Universidad Autónoma del Estado de México.

Jiménez Narros, C. Miguel Zamora, M. D. y Jiménez Narros, C. (2017). Tendencias en el ecosistema mediático. Madrid, Spain: Dykinson.



ESTRATEGIA INTEGRAL **COMUNICACIÓN SOCIAL**

PROCESO ELECTORAL ORDINARIO
2020 - 2021

Coordinación de Comunicación Social



Contenido

Introducción	3
Marco legal normativo.....	5
Justificación	7
Nuestro Público	11
Objetivos y Actividades.....	13
Timing Proceso Electoral Ordinario 2020 -2021.....	43
Retroalimentación.....	49
MEDICIÓN DE LA COBERTURA.....	49

Esta Estrategia de Comunicación Social es enunciativa más no limitativa.

Introducción

El Instituto Electoral del Estado de Puebla, como Organismo Público Autónomo Local de carácter permanente, con personalidad jurídica y patrimonio propio se encarga de la organización de elecciones locales, contribuyendo al desarrollo de la vida democrática, garantizando la celebración periódica y pacífica de las elecciones. En su desempeño profesional, asegura el ejercicio de los derechos político-electorales de las y los ciudadanos así como partidos políticos, coadyuvando en la promoción y difusión de la cultura democrática y en la capacitación electoral.

La presente Estrategia Integral de Comunicación Social, se crea tomando en cuenta la esencia misma del IEE, que como en su misión plantea “una actuación transparente e incluyente” y con base en la visión institucional de “optimizar recursos humanos y materiales, con un equipo de trabajo participativo, propositivo y comprometido” con el desarrollo del Proceso Electoral en el ámbito de la comunicación.

De acuerdo con el Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla, es función del Instituto, la organización de los procesos electorales con la participación y corresponsabilidad de las y los ciudadanos, partidos políticos y del Congreso del Estado, conforme a las disposiciones y procedimientos establecidos por las leyes aplicables, teniendo como finalidad:

- Vigilar en el ámbito electoral el cumplimiento de las disposiciones de la Constitución Local, de las de este Código y demás ordenamientos, que garanticen el derecho de organización y participación política de los ciudadanos.

- Contribuir al desarrollo de la vida democrática.
- Garantizar la celebración periódica y pacífica de las elecciones para renovar a los integrantes de los Poderes Legislativo, Ejecutivo y miembros de los Ayuntamientos.
- Asegurar el ejercicio de los derechos político-electorales de la ciudadanía y partidos políticos vigilando el cumplimiento de sus obligaciones.
- Vigilar la autenticidad y efectividad del voto como instrumento único de expresión de la voluntad popular.
- Preservar el fortalecimiento del régimen de partidos políticos.
- Coadyuvar en la promoción y difusión de la cultura política y la educación cívica.

Atendiendo aspectos como: Reconocer, respetar y garantizar los sistemas normativos de las comunidades indígenas de nuestro Estado. Impulsar y garantizar la participación de las mujeres en condiciones de igualdad con los hombres en los términos de la Constitución Federal y el acceso paritario a los cargos de representación popular. Así como la participación electoral de las candidatas y los candidatos independientes.

Teniendo en cuenta lo anterior y los principios rectores del IEE de legalidad, imparcialidad, objetividad, certeza, independencia, paridad y máxima publicidad, se ha diseñado la presente estrategia de comunicación para el Periodo Electoral Estatal Ordinario 2020 - 2021 acorde a los aconteceres y necesidades actuales, con base a la investigación de datos e indicadores que garanticen la correcta utilización de los recursos comunicativos para la difusión de los esfuerzos de cada una de las áreas del instituto en todos los ámbitos del proceso electoral, con la finalidad de motivar la participación ciudadana así como la promoción del voto efectivo, libre e informado en la elección.

Marco legal normativo

De acuerdo con la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales

- Artículo 30 inciso g), que a la letra dice: “Llevar a cabo la promoción del voto y coadyuvar a la difusión de la educación cívica y la cultura democrática.”.

De acuerdo con el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales

- Artículo 11, que a la letra dice: “El voto constituye un derecho y una obligación del ciudadano. Es el instrumento único de expresión de la voluntad popular para integrar el Poder Legislativo, y elegir al Titular del Poder Ejecutivo, así como a los miembros de los Ayuntamientos y participar en los procesos de plebiscito y referéndum. También es derecho de las y los ciudadanos y obligación para los partidos políticos la igualdad de oportunidades y la paridad entre mujeres y hombres para tener acceso a cargos de elección popular.

El voto es universal, libre, secreto, directo, personal e intransferible.

Quedan prohibidos los actos que generen presión o coacción a los electores.

- Artículo 12, que a la letra dice: “Para el ejercicio del derecho al voto las y los ciudadanos deberán satisfacer, además de los requisitos que fijan los artículos 34 de la Constitución Federal y 21 de la Constitución Local, los siguientes:

I.- Estar en pleno goce de sus derechos civiles y políticos;

II.- Estar inscrito en el Registro Federal de Electores, en los términos establecidos en la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; y

III.- Contar con la credencial para votar.

El voto se emitirá en la Casilla de la sección electoral que corresponda al domicilio del ciudadano, salvo los casos de excepción que este ordenamiento señala.

- Artículo 71 párrafo primero, que a la letra dice: “La organización de las elecciones es una función estatal encomendada a un organismo de carácter público local y permanente, autónomo e independiente, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios denominado Instituto Electoral del Estado.”
- Artículo 93 fracción XLIV, en el apartado de atribuciones de la Secretaría Ejecutiva, que a la letra dice “Exponer, implementar y ejecutar la campaña de difusión del voto y promoción de la participación ciudadana, durante la organización del proceso electoral”.

Justificación

El Proceso Electoral Estatal Ordinario 2020 – 2021 involucra la elección de 217 Ayuntamientos y 26 Diputaciones Locales, llevadas a cabo en circunstancias históricas únicas debido a que el proceso electoral comienza durante la actual contingencia por COVID – 19, así como el nuevo derecho político - electoral de los ciudadanos que consiste en la posibilidad de la reelección del cargo en el caso de diputaciones y para los ayuntamientos. De ahí el gran reto que el IEE tiene para promover la seguridad de salud durante el proceso electoral y el voto informado de la población.

En Puebla, las ciudadanas y los ciudadanos podrán acudir a emitir su voto para elegir de manera libre, secreta y directa a sus representantes locales en la jornada electoral del domingo 6 de Junio de 2021. Para esto, es fundamental incluir en esta estrategia temas como:

- Participación política de las mujeres en igualdad de condiciones, así como prevención de violencia política contra ellas por razón de género. A nivel nacional solo 9 mujeres han sido gobernadoras, actualmente solo 2 de los 32 titulares del poder ejecutivo local son mujeres, lo que representa a penas 6.25% de las gubernaturas (ESPEJEL, 2019).
- Poblaciones indígenas. Considerar el diseño de mecanismos que permitan a nuestras poblaciones indígenas estar debidamente informadas para lograr su participación y representación en una sociedad más comprometida con nuestras raíces. El IEE brindará una información directa, sencilla y oportuna para que la sociedad conozca acerca de estos escenarios y cómo se desarrollarán durante las elecciones y se realizará con una visión intercultural, que contemple la producción de materiales como spot de radio y tv, audiovisuales para redes sociales que se distribuyan a través de las herramientas de segmentación que las plataformas ofrecen, diseñados en lengua indígena, con un lenguaje

ciudadano sencillo y fácil de entender que permita transmitir información accesible para cualquiera sin distinción alguna.

- COVID - 19. Las medidas de prevención que el IEE determine para el cuidado de la salud de las personas que participen durante las distintas etapas del proceso electoral, formarán parte de una campaña de información permanente.
- Participación de la juventud. Hay 38 millones de jóvenes en México, de estos, las y los jóvenes entre 20 y 25 años son los que menos votan. En el estado de Puebla jóvenes de 18 a 30 años de edad, representan el 31% del Padrón Electoral, de acuerdo con datos del INE. De aquí la importancia de sumar la participación de este sector en la elección, desde el punto de vista del valor de sus ideas y decisiones para la democracia en el Estado. Por lo que se incluirá el diseño de materiales gráficos creativos para difundir en redes sociales, segmentando a la audiencia por edad.

Nuestro principal compromiso se centra en el desarrollo democrático de nuestra sociedad. Como parte de la Estrategia se contempla el mejoramiento de la comunicación con las diferentes áreas del Instituto y con los Órganos Transitorios, de esta forma se fortalecerá la manera de interactuar con la ciudadanía poblana.

En las Elecciones de 2016 se integraron nuevos derechos ciudadanos, por primera vez las personas interesadas en participar por la vía independiente así lo pudieron hacer y por supuesto la paridad se hizo patente en la postulación de candidaturas. Derechos que se contemplan para esta Elección de 2021.

Otro punto medular de la comunicación será la realización de campañas para Prevención de los Delitos Electorales, un tema fundamental para brindar certeza y seguridad a la población sobre el desarrollo de las Elecciones y sobre la salvaguarda de su sufragio. Las poblanas y los poblanos tienen derecho a

participar en una contienda en la que mujeres y hombres en la política respeten la equidad de la contienda.

Uno de los grandes retos de la institución es fortalecer el vínculo de la confianza ciudadana en su actuar y sus determinaciones. Las recientes reformas en materia político - electoral han abierto las puertas hacia una sociedad más incluyente y más participativa en la cual se brinden las mismas oportunidades a mujeres y hombres en el ejercicio de estos derechos.

Por otra parte, las nuevas tecnologías de la información y comunicación, nos permiten tejer una nueva red de relaciones sociales con una forma diferente de transmitir información e intercambiar ideas entre instituciones, partidos políticos y sociedad civil, generando mayor probabilidad de incentivar la participación ciudadana.

De acuerdo al estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos de 2019, el porcentaje de la población conectada a internet creció de 30% en 2009 a 65% en 2019, es decir, 75.8 millones de personas en México utilizan conexión a internet de los cuales el 90% se conecta a través de un Smartphone, consolidándose este como el dispositivo de preferencia. Aunado a esto, se detectó que este medio cambia la rutina de internautas al mantenerse en conexión a lo largo del día. Actualmente existe una nueva diversidad de redes sociales, de las cuales se utilizan Facebook y Twitter con mayor frecuencia. Sin embargo se detectan perfiles característicos entre las personas que utilizan redes sociales:

Twitter. Es utilizado por menos del 50% de internautas de los cuales la utilizan mayormente hombres, las edades en las que mujeres y hombres utilizan esta red social va de los 25 a 46 años y de los 54 a los 70 años. Por su parte Facebook, es utilizada por el 90% de las personas que navegan en internet. WhatsApp se utiliza en un 80% y es la número uno para gestión de equipos de trabajo. YouTube sigue en el orden al ser una red social utilizada por el 70% de los internautas observadores que prefieren realizar consultas sobre algún tema en específico.

Poco menos del 50% de usuarios de internet utilizan Instagram para conectar con otros usuarios, las edades van de los 18 a los 39 años, de los cuales mayormente es utilizada por mujeres.

Además, se registró que las personas buscan contenidos sobre diversos temas en el formato de video. La percepción del tiempo de conexión se desdibuja al estar conectado 24/7.

El 83% de las personas encuestadas declaró que presta atención a la publicidad en internet siempre y cuando sea atractiva, involucre una opinión o votación o un “me gusta” y la afinidad con el espectador. Sin embargo, el rechazo tiene que ver con la saturación e intrusión.

En resumen, el internet se utiliza como una fuente de información valiosa antes de realizar compras o asistir a un evento. En 2019 las personas mostraron confianza en los medios de comunicación de la siguiente manera: en un 52% internet, 37% Tv y 30% en radio, 7 de cada 10 personas en el país contaba con internet, la tasa de crecimiento vuelve a acelerarse con respecto al año anterior pronosticando que en 2020, 9 de cada 10 personas cuenten con acceso a internet.

De acuerdo al diagnóstico de cobertura del servicio móvil en pueblos indígenas 2018, presentado por el INPI y el IFT, los pueblos indígenas con mayor población en el Estado de Puebla, según el criterio etnolingüístico son los Nahuas, en los cuales el 89% de su población, cuentan con cobertura del servicio móvil en al menos una tecnología (2G, 3G o 4G).

En cuanto a la publicidad exterior, este es el segundo con mayor impacto llegando al 77.6% de la población al menos una vez por semana según datos de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC).

En el reporte “Audiencia General de Medios”, realizado por la AIMC entre abril/2017 y marzo/2018, se toman en cuenta diversos medios Out of Home,

incluye desde las bicicletas hasta autobuses, siendo estos últimos los principales canales de publicidad ya que generan semanalmente un promedio de 21,300 impactos, después de los autobuses se encuentran las paradas de autobús con 19,005 impactos y las vallas/carteleras con 17,500.

Este panorama nos brinda una aproximación a los medios de comunicación con influencia en los sectores sociales, entre ellos predominan los convencionales como son la radio y la televisión, aunque de acuerdo a los datos presentados el internet se ha incorporado ya a la vida cotidiana de la ciudadanía.

Todas estas variables hacen imprescindible que el Instituto cuente con una política de comunicación con un enfoque actual, eficaz y transparente, cercana a la ciudadanía, integrando un apartado para el manejo de crisis que plantee soluciones de comunicación ante posibles situaciones de riesgo.

El Proceso Electoral Estatal Ordinario 2020-2021 es una gran oportunidad para fortalecer la democracia en el Estado de Puebla y motivar una participación ciudadana más informada en la entidad, incluyente e igualitaria, ya que permitirá poner en escena al Proceso Electoral por primera vez con la utilización de medios de comunicación no convencionales. Convirtiendo esta elección en un esfuerzo conjunto de todas y todos.

Nuestro Público

Se diferencia el público objetivo y real para determinar la forma, soporte y modo en el que se hará llegar el mensaje.

Público Real

- Consejeras y Consejeros Electorales
- Representaciones partidistas acreditadas ante el IEE
- Trabajadoras y trabajadores del IEE
- Medios de comunicación

- Centros educativos de nivel medio superior, formación técnica o profesional y universidades.
- Afiliados y simpatizantes de Partidos Políticos.

Público Objetivo

- Precandidatas y Precandidatos, Candidatas y Candidatos.
- Aspirantes a Consejeras y Consejeros Distritales. Mujeres y hombres a partir de 25 años, que cuenten con una carrera profesional, que radiquen en cada uno de los Distritos Electorales del Estado de Puebla.
- Aspirante a Secretaria o Secretario Municipal. Mujeres y hombres a partir de 25 años, que cuenten con carrera profesional en Derecho, que radiquen en cualquiera de los Municipios del Estado de Puebla.
- Aspirantes a Consejeras y Consejeros Municipales. Hombres y mujeres a partir de 25 años que sea residente en el municipio en el que se trate.
- Aspirante a Secretaria o Secretario Municipal. Mujeres y hombres a partir de 25 años, que cuenten con carrera profesional en Derecho, que radiquen en cada uno de los Distritos Electorales del Estado de Puebla.
- Aspirantes a Observadoras u Observadores Electorales. Mujeres y hombres mayores de edad que radiquen en el estado de Puebla
- Mujeres y hombres de 18 a 30 años, que radiquen en el Estado de Puebla.
- Mujeres y hombres de 31 a 59 años, que radiquen en el Estado de Puebla.
- Mujeres y hombres a partir de 60 años, que radiquen en el Estado de Puebla.
- Poblaciones Indígenas. Mujeres y hombres mayores de edad que pertenezcan a las comunidades indígenas de nuestro Estado.

Objetivos y Actividades

Objetivo General

Contribuir al fortalecimiento de la democracia en el Estado de Puebla a través de medidas de comunicación integral orientadas a incentivar la participación ciudadana de mujeres y hombres en todas las etapas del Proceso Electoral Estatal Ordinario 2020 - 2021, así como la promoción del voto informado el día de la jornada electoral.

Objetivos específicos

- Ofrecer una adecuada comunicación con la ciudadanía, implementando un lenguaje simple, claro y directo en todos los materiales que se difundan, asegurando la inclusión, transparencia y máxima publicidad.
- Dotar a la ciudadanía de información útil, oportuna, de calidad y libre de estereotipos por medio de una comunicación institucional incluyente, eficiente y eficaz que dé cobertura a todas las etapas del proceso electoral en curso contemplando los diversos grupos poblacionales que conforman el estado.
- Formular, producir y difundir campañas de comunicación con perspectiva de género, para promover la participación ciudadana y el ejercicio de derechos político electorales de las mujeres.
- Diseñar materiales para la difusión de las medidas sanitarias preventivas para evitar contagios por COVID – 19 durante el proceso electoral.
- Concientizar a la ciudadanía sobre la importancia de utilizar las herramientas digitales que el Instituto propone en cada etapa de proceso electoral.

PLAN DE MEDIOS PROCESO ELECTORAL ESTATAL ORDINARIO 2020 - 2021

ETAPA 1. Preparación de la elección.

DIFUSIÓN DE LA CONVOCATORIA PARA LA SELECCIÓN DE ASPIRANTES
PARA CONSEJERAS Y CONSEJEROS DISTRITALES.

Del 21 de septiembre al 21 de octubre

Spot radio y Tv

Realizados por la Coordinación de Comunicación Social, aprobado por la Comisión Permanente de Comunicación social.

Inserto en los tiempos oficiales otorgados por el INE.

Video tutorial

Realizado por la Coordinación de Comunicación Social, explicando paso a paso el registro de las y los aspirantes en nuestra página web.

Alojamiento en YouTube
Difusión a través de Facebook y Twitter.

Tour de medios

Entrevistas en estaciones de radio y TV locales y municipales. Acuden las Consejeras y Consejeros electorales.

Establecer calendario con medios de comunicación a partir de la aprobación de la convocatoria.

A través de la empresa Media Solutions, encargada actual del monitoreo de medios, se retomarán las entrevistas que las Consejeras y Consejeros tengan programadas con los medios de comunicación, para almacenarlas en nuestro canal de YouTube y la plataforma Spotify con el formato de Podcast.

Difusión en nuestras redes sociales.

Diseño gráfico de infografía

Realizado por la coordinación de comunicación social. Call to action, que crea un vínculo a la convocatoria alojada en la página web.

Difusión en Twitter y Facebook.

En esta última a través de una empresa especialista en Social Media para insertar mensaje al segmento de público específico (más de 25 años, con estudios de nivel superior). Alcance potencial: **más de 500 mil personas, pertenecientes a los 26 distritos.**

Boletín informativo sobre la convocatoria

Dirigido a los medios de comunicación convencionales en Puebla, quienes realizarán la difusión en sus espacios respectivamente.

A través de correo electrónico oficial.

Medios impresos

Desplegado a una plana de la convocatoria en el periódico de mayor circulación local.

Periódico El Sol de Puebla.

Debido a la contingencia sanitaria por COVID-19 y como medida de precaución a fin de evitar contagio a la ciudadanía o personal del Instituto no se propone volanteo en esta etapa.

Impresión de mil ejemplares de la convocatoria en tamaño tabloide.

Debido a la contingencia sanitaria por COVID – 19 se colocarán en donde se estima una mayor afluencia de personas como hospitales y centros de salud, así como en plazas públicas y Ayuntamientos en los que las condiciones sanitarias lo permitan.

Impresión de lonas.

Que se colocarán en 10 camionetas para perifoneo y en puntos estratégicos de los municipios.

Spot de perifoneo

Realizado por la coordinación de comunicación social.

Difusión a través de las camionetas del IEE.

Gestión de espacios de difusión en medios digitales

Se buscará la publicación de la convocatoria en las páginas web de diversos medios de comunicación.

Realización de gestiones a partir de la aprobación de la convocatoria.

Gestión de espacios de difusión en Instituciones Educativas

Se solicitará a instituciones su colaboración para difundir la convocatoria en sus redes sociales y página web.

Realización de gestiones a partir de la aprobación de la convocatoria.

Anexos:

Guión para Spot de radio y perifoneo:

Voz Off. ¡Aprovecha la oportunidad para trabajar en el Instituto Electoral del Estado de Puebla! Únete al equipo de ciudadanas y ciudadanos que se encargarán del desarrollo y vigilancia de las elecciones 2021.

Tú puedes ser Consejera o Consejero, Secretaria o Secretario Distrital

Si tienes más de 25 años, un título profesional y sientes pasión por Puebla, consulta la convocatoria y regístrate en www.ieepuebla.org.mx tienes hasta el 21 de octubre.

Tu esfuerzo será remunerado.

Legal: Juntos, sin violencia política contra las mujeres

Diseño de Infografías y lonas para selección:



Encuentra la convocatoria y regístrate en:
www.ieepuebla.org.mx

Tienes hasta el
04 de noviembre



Encuentra la convocatoria y regístrate en:
www.ieepuebla.org.mx

 @Puebla_IEE
  PueblaIEE
  PueblaIEE

¡Aprovecha la oportunidad!
TRABAJA CON NOSOTROS
en el desarrollo de las elecciones 2021

Participa como
Secretaria o
Secretario Distrital

Tienes hasta el 04 de noviembre



REGISTRO DE ASPIRANTES
www.ieepuebla.org.mx

11 de oct.
al 04 de
noviembre

ETAPA DE ENTREVISTAS

27 de nov.
al 04 de
diciembre

SESIÓN DE INSTALACIÓN

18 y 19 de
diciembre

05 octubre

APROBACIÓN DE CONVOCATORIA

7e
quincena de
noviembre

EXAMEN DE CONOCIMIENTOS

15 de
diciembre

DESIGNACIÓN

**PROCESO DE SELECCIÓN E
INTEGRACION DE LOS CONSEJOS
DISTRITALES ELECTORALES
LOCALES**

22135857E4 800 / 12 96 94
en un horario de 9:00 a 19:00 horas.

 @Puebla_IEE
  PueblaIEE
  PueblaIEE

INICIO FORMAL DEL PROCESO ELECTORAL

La ciudadanía es parte importante de este proceso, por eso se impulsará la campaña de apertura del proceso electoral.

Se trata de informar a la ciudadanía la labor que el IEE realiza en el desarrollo de las próximas elecciones: aprobación de acuerdos, integración de consejos, capacitaciones, preparación de material electoral, etc.

noviembre - diciembre 2020

Spot Radio y TV

Convocar a empresas productoras de audiovisuales a presentar propuestas para realizar el spot de televisión y spot de radio.

Pautados en los tiempos oficiales otorgados por el INE en el mes de Noviembre.

Calendarización:

ACTIVIDAD	FECHA
Reunión con empresas concursantes	31 de agosto al 4 de septiembre
Elaboración de propuesta creativa para los spots de radio y televisión por parte de cada empresa	7 al 14 de septiembre
Fecha límite para la entrega de la propuesta	14 de septiembre
Presentación de la propuesta por cada empresa a las y los Consejeros Integrantes de la Comisión Permanente de Comunicación Social	18 de septiembre
Deliberación por parte de las y los Consejeros por la mejor opción	18 al 21 de septiembre

Notificación a la empresa electa	22 de septiembre
Producción y post producción de los spots	23 de septiembre al 5 de octubre
Revisión final del spot por parte de las y los Consejeros	19 y 20 de octubre
Entrega del material al INE	23 de octubre
Pautado (fecha límite)	26 de octubre
Periodo de transmisión	A partir del 9 de noviembre

Transmisión de la sesión especial de inicio de Proceso

A través de Facebook, YouTube

En caso de sesión presencial. Se contrata empresa audiovisual encargada de la transmisión.

En caso de sesión por videoconferencia. Se realizará con el equipo que transmite la CCS.

Conferencia de prensa

Siguiendo un protocolo de organización, se convocará a medios de comunicación, para dar apertura formal al proceso electoral. Se brindará espacio a las y los periodistas para la realización de preguntas en torno al tema de la elección 2021.

A través de Facebook, YouTube

En caso de sesión presencial. Se contrata empresa audiovisual encargada de la transmisión.

Descripción: Con estricto apego a las normas de seguridad sanitaria por COVID – 19. Se contempla su realización de manera física, con un máximo de 10

periodistas y 1 acompañante (reportera o reportero gráfico). Simultáneamente se utilizará el formato streaming press, donde otros periodistas puedan estar conectados a la conferencia de prensa transmitida en vivo y realizar preguntas de manera virtual.

En caso de sesión en videoconferencia. Se realizará con el equipo que transmite la CCS.

Boletín informativo

Dirigido a los medios de comunicación en Puebla, quienes realizarán la difusión en sus espacios respectivamente.

A través de correo electrónico oficial.

Tour de medios

Entrevistas en estaciones de radio y TV locales y Estatales para interesar a la ciudadanía y despejar cualquier tipo de duda sobre temas electorales. Acuden las Consejeras y Consejeros Electorales.

Establecer calendario con medios de comunicación en el mes de Octubre.

A través de la empresa Media Solutions, encargada actual del monitoreo de medios, se retomarán las entrevistas que las Consejeras y Consejeros tengan programadas con los medios de comunicación, para almacenarlas en nuestro canal de YouTube y la plataforma Spotify con el formato de Podcast.

Difusión a través de redes sociales oficiales.

Diseño gráfico de infografías

Realizadas por la coordinación de comunicación social. Fungen como medio de información sobre los preparativos de las elecciones 2021.

Estas deben promover:

- La integración ciudadana en las elecciones
- La equidad en la contienda

Difusión en Twitter

- Paridad en las elecciones
- Fortalecimiento de la participación política de las mujeres
- Medidas sanitarias para la prevención de COVID – 19 durante la elección.

Cobertura de todas las actividades, sesiones y eventos del Instituto referentes al Proceso Electoral

Con el objetivo de brindar información a la ciudadanía sobre la labor que se realiza para llegar al día de la elección.

Publicidad exterior Espectaculares

Con el objetivo de lograr alto impacto y nivel de visibilidad con este medio de difusión.

Medios impresos

Diseño de la convocatoria de inicio del Proceso Electoral.

Publicación de la convocatoria para el inicio del Proceso Electoral en el diario de mayor circulación, plana completa.

Impresión de 1500 ejemplares de la convocatoria en tamaño tabloide.

y Facebook.

En esta última a través de una empresa especialista en Social Media para insertar mensaje al segmento de público específico.

Alcance potencial: 500 mil personas por mes.

Periodo: Noviembre y Diciembre.

Difusión a través de redes sociales oficiales y página web.

Se colocarán en puntos estratégicos de la zona metropolitana y al interior del Estado.

Presentación de la propuesta en el mes de Octubre.

En el periódico “El Sol de Puebla”.

Debido a la contingencia sanitaria por COVID – 19, se colocarán en donde se estima una mayor afluencia de personas como hospitales y centros de

salud, así como en plazas públicas y Ayuntamientos en los que las condiciones sanitarias lo permitan.

Diseño y gestión con empresas para colocación de espectaculares con mensaje de inicio del Proceso Electoral.

Ubicados estratégicamente.
Diseño en el mes de octubre.

Gestión de espacios de difusión en Instituciones Educativas

Debido a la contingencia sanitaria por COVID-19, no se colocará la convocatoria en instituciones educativas, por lo tanto se solicitará el apoyo para difundirla en sus páginas web y redes sociales.

Realización de gestiones a partir del mes de noviembre.

Gestión de espacios de difusión en medios digitales

Se buscará la publicación de banner en las páginas web de diversos medios de comunicación.

Realización de gestiones en el mes de noviembre.

DIFUSIÓN DE LA CONVOCATORIA PARA COORDINADORAS O COORDINADORES Y AUXILIARES ELECTORALES

Del 9 de noviembre al 4 de diciembre 2020

Spot para perifoneo

Realizado por la Coordinación de Comunicación Social, aprobado por la Comisión Permanente de Comunicación Social.

Difusión a través de las camionetas del IEE.

Diseño gráfico de infografía

Realizado por la Coordinación de Comunicación Social.

Difusión a través de Facebook.

Boletín informativo sobre la convocatoria

Dirigido a los medios de comunicación convencionales del Estado, quienes realizarán la difusión en sus espacios respectivamente.

Tour de medios

Entrevistas en estaciones de radio y TV locales y municipales. Acuden las Consejeras y Consejeros Electorales.

A través de la empresa Media Solutions, encargada actual del monitoreo de medios, se retomarán las entrevistas que las Consejeras y Consejeros tengan programadas con los medios de comunicación, para almacenarlas en nuestro canal de YouTube y la plataforma Spotify con el formato de Podcast.

Medios impresos

Anuncio clasificado.

Impresión de 1500 ejemplares de la convocatoria en tamaño tabloide.

Impresión de lonas.

A través de correo electrónico oficial.

Establecer calendario con medios de comunicación en el mes de octubre.

Difusión en nuestras redes sociales.

Periódico "El Sol de Puebla".

Debido a la contingencia sanitaria por COVID – 19, se colocarán en donde se estima una mayor afluencia de personas como hospitales y centros de salud, así como en plazas públicas y Ayuntamientos en los que las condiciones sanitarias lo permitan.

Que se colocarán en 10 camionetas para perifoneo y puntos estratégicos de los municipios.

ANEXOS:

Propuesta de Guión para Spot de Perifoneo

Voz Off. Puebla te necesita. El Instituto Electoral del Estado está en busca de ciudadanas y ciudadanos dispuestos a unirse al equipo que organiza las próximas elecciones. Trabaja como coordinadora, coordinador o auxiliar electoral.

Consulta la convocatoria y regístrate en www.ieepuebla.org.mx tienes hasta el

_____ Tu esfuerzo será remunerado.

Para más información síguenos en nuestras redes sociales o llámanos al 800 433 20 13. **Legal: Juntos, sin violencia política contra las mujeres**

GRABACIÓN, EDICIÓN Y PUBLICACIÓN DE ENTREVISTAS A ASPIRANTES A CONSEJEROS DISTRITALES.

Del 21 de noviembre al 1 de diciembre

Diseño y realización de cortinilla y gráfico con el nombre del aspirante

Realización en el mes de noviembre.

Grabación en audio y video a una cámara, volcado a medio digital, edición y publicación en el canal de YouTube

Tomando en cuenta la contingencia sanitaria por COVID – 19, se contempla grabación de entrevistas virtuales a través de la coordinación de informática y CCS.

DIFUSIÓN DE LA INSTALACIÓN DE CONSEJOS DISTRITALES

14 de diciembre

Cobertura de las sesiones y elaboración de nota informativa de la instalación de los consejos distritales, así como reportaje en video.

Difusión en nuestras redes sociales.

Boletín a medios de comunicación

A través de correo electrónico.

DIFUSIÓN DE LA CONVOCATORIA PARA LA SELECCIÓN DE ASPIRANTES PARA CONSEJERAS Y CONSEJEROS MUNICIPALES

Del 4 de noviembre 2020 al 20 de enero 2021

Spot Radio

Realizado por la CCS, aprobado por la Comisión Permanente de Comunicación Social.

Inserto en los tiempos oficiales otorgados por el INE.

Spot de perifoneo

Realizado por la CCS.

Difusión a través de las camionetas del IEE.

Tour de Medios

Entrevistas en estaciones de radio y TV municipales. Acuden las Consejeras y Consejeros Electorales.

Establecer calendario con medios de comunicación en el mes de noviembre.

A través de la empresa Media Solutions, encargada actual del monitoreo de medios, se retomarán las entrevistas que las Consejeras y Consejeros tengan programadas con los medios

de comunicación, para almacenarlas en nuestro canal de YouTube y la plataforma Spotify con el formato de Podcast.

Diseño gráfico de infografía

Realizado por la coordinación de comunicación social. Call to action, que crea un vínculo a la convocatoria alojada en la página web.

Boletín informativo sobre la convocatoria

Dirigido a los medios de comunicación convencionales del Estado, quienes realizarán la difusión en sus espacios respectivamente.

Medios impresos

Desplegado a una plana de la convocatoria en el periódico de mayor circulación local.

Impresión de 1500 ejemplares de la convocatoria en tamaño tabloide.

Impresión de lonas.

Gestión de espacios de difusión en Universidades

Se solicitará a Instituciones de Educación Superior ubicados en los municipios, su colaboración para difundir la convocatoria en sus redes sociales y

Difusión en nuestras redes sociales.

Difusión a través de nuestras redes sociales Facebook y Twitter.

A través de correo electrónico oficial.

Periódico "El Sol de Puebla".

Debido a la contingencia sanitaria por COVID – 19, se colocarán en donde se estima una mayor afluencia de personas como hospitales y centros de salud, así como en plazas públicas y Ayuntamientos en los que las condiciones sanitarias lo permitan.

Que se colocarán en 10 camionetas de perifoneo y puntos estratégicos de los municipios.

Realización de gestiones a partir de la aprobación de

ANEXOS:

Propuesta de Guión para Spot de Radio y Perifoneo

Voz Off. ¡Aprovecha la oportunidad para trabajar en el Instituto Electoral del Estado de Puebla! Únete al equipo de ciudadanas y ciudadanos que se encargarán del desarrollo y vigilancia de las próximas elecciones.

Tú puedes ser Consejera o Consejero, Secretaria o Secretario Municipal

Consulta la convocatoria y regístrate en www.ieepuebla.org.mx tienes hasta el

Tu esfuerzo será remunerado.

Legal: Juntos sin violencia política contra las mujeres

DIFUSIÓN DE LA CONVOCATORIA PARA OBSERVADORAS U OBSERVADORES ELECTORALES

Del 3 de noviembre al 5 de junio de 2020

Spot Radio y TV

Se pautarán los spots de radio y televisión realizados por la empresa productora de audiovisuales.

Insertos en los tiempos oficiales otorgados por el INE en el mes de diciembre.

Calendario:

ACTIVIDAD	FECHA
Presentación de propuesta creativa	12 octubre
Fecha límite para entrega de la propuesta a las y los Consejeros integrantes de la Comisión Permanente de Comunicación Social	14 octubre

Observaciones a la propuesta por parte de las y los Consejeros	15 al 19 de octubre
Producción y postproducción del spot	20 de octubre al 6 de noviembre
Revisión final por parte de las y los Consejeros	9 al 11 de noviembre
Entrega de material al INE	12 noviembre
Pautado (fecha límite)	20 noviembre
Periodo de transmisión	A partir del 1 de diciembre

Tour de medios

Entrevistas en estaciones de radio y TV locales y municipales. Acuden las Consejeras y Consejeros Electorales.

A través de la empresa Media Solutions, encargada actual del monitoreo de medios, se retomarán las entrevistas que las Consejeras y Consejeros tengan programadas con los medios de comunicación, para almacenarlas en nuestro canal de YouTube y la plataforma Spotify con el formato de Podcast.

Diseño gráfico de infografías

-Realizado por la CCS.

- Call to action, que crea un vínculo a la convocatoria alojada en la página web.

- Importancia de la participación ciudadana como Observadores electorales.

Boletín informativo sobre la convocatoria

Dirigido a los medios de comunicación en Puebla, quienes realizarán la difusión en sus espacios respectivamente.

Establecer calendario con medios de comunicación a partir de la aprobación de la convocatoria.

Difusión en nuestras redes sociales.

Difusión en Twitter y Facebook.

A través de correo electrónico oficial.

Gestión de espacios de difusión en Instituciones Educativas.

Se solicitará la colaboración de Instituciones de Educación Superior ubicados en los municipios, para difundir la convocatoria en sus redes sociales y página web.

Realización de gestiones a partir de la aprobación de la convocatoria.

Medios impresos

Desplegado a una plana de la convocatoria en el periódico de mayor circulación local.

Periódico "El Sol de Puebla".

Impresión de 1500 ejemplares de la convocatoria en tamaño tabloide.

Impresión de lonas.

Debido a la contingencia sanitaria por COVID – 19, se colocarán en donde se estima una mayor afluencia de personas como hospitales y centros de salud, así como en plazas públicas y Ayuntamientos en los que las condiciones sanitarias lo permitan.

Que se colocarán en 10 camionetas para perifoneo y en puntos estratégicos de los municipios.

Perifoneo

Se utilizará el spot de radio creado por la empresa productora.

Difusión a través de las camionetas del IEE.

DIFUSIÓN DE LA CONVOCATORIA PARA CANDIDATURAS INDEPENDIENTES

enero – febrero 2021

Spot radio

Realizado por la CCS, aprobado por la Comisión Permanente de Comunicación Social.

Inserto en los tiempos oficiales otorgados por el INE.

Tour de medios

Entrevistas en estaciones de radio y TV locales y municipales. Acuden las Consejeras y Consejeros Electorales.

Establecer calendario con medios de comunicación en el mes de enero.

A través de la empresa Media Solutions, encargada actual del monitoreo de medios, se retomarán las entrevistas que las Consejeras y Consejeros tengan programadas con los medios de comunicación, para almacenarlas en nuestro canal de YouTube y la plataforma Spotify con el formato de Podcast

Difusión en nuestras redes sociales.

Diseño gráfico de infografía

Realizado por la CCS. Call to action, que crea un vínculo a la convocatoria alojada en la página web.

Difusión a través de Facebook y Twitter.

Boletín informativo sobre la convocatoria

Dirigido a los medios de comunicación convencionales del Estado, quienes realizarán la difusión en sus espacios respectivamente.

A través de correo electrónico oficial

Medios impresos

Desplegado a una plana de la convocatoria en el periódico de mayor circulación local.

Periódico "El Sol de Puebla".

Cobertura de registro de candidaturas independientes

Actividad que se realizará a través de nuestras redes sociales.

Anexo:

Propuesta de guión para Spot de Radio

Voz Off: “Las ciudadanas y los ciudadanos que quieran postularse a un puesto de elección popular pueden hacerlo sin necesidad de pertenecer a un partido político. ¿Te interesa ser candidata o candidato independiente para la elección 2021 en Puebla? Tienes hasta el _____ para registrarte. Conoce los lineamientos en www.ieepuebla.org.mx

Instituto Electoral del Estado de Puebla
Legal: Juntos sin violencia política contra las mujeres.

CAMPAÑA PARA PROMOVER EL VALOR DE LA PARTICIPACIÓN E INCLUSIÓN

enero - febrero 2021

Spot Radio y Tv

Se pautará los spots de radio y televisión realizados por la empresa productora de audiovisuales.

Temática:

- Participación Ciudadana
- Promoción voto de las y los jóvenes

Inserto en los tiempos oficiales otorgados por el INE.

ACTIVIDAD	FECHA
Presentación de propuesta creativa Spot “Participación ciudadana”	12 noviembre
Fecha límite para entrega de la propuesta a las y los Consejeros integrantes de la Comisión Permanente de Comunicación Social.	13 noviembre

Observaciones a la propuesta por parte de las y los Consejeros.	16 al 20 de noviembre
Producción y postproducción del spot	23 de noviembre al 7 de diciembre
Revisión final por parte de las y los Consejeros	8 al 11 de diciembre
Entrega de material al INE	17 diciembre
Pautado (fecha límite)	20 diciembre
Periodo de transmisión	A partir del 1 de Enero

ACTIVIDAD	FECHA
Presentación de propuesta creativa Spot "Promoción voto de las y los jóvenes"	14 diciembre
Fecha límite para entrega de la propuesta a las y los Consejeros integrantes de la Comisión Permanente de Comunicación Social.	15 diciembre
Observaciones a la propuesta por parte de las y los Consejeros.	16 al 18 de diciembre
Producción y postproducción del spot	21 de diciembre al 4 de enero
Revisión final por parte de las y los Consejeros	5 al 8 de enero
Entrega de material al INE	11 de enero
Pautado (fecha límite)	15 enero
Periodo de transmisión	A partir del 1 de febrero

Diseño gráfico de infografías

Realizado por la Coordinación de Comunicación Social. Fungen como medio para promover el valor de la participación Ciudadana y la Inclusión.

Temática propuesta:

- Observadores Electorales
- Participación Ciudadana
- Promoción del voto con enfoque en población joven
- Promoción del voto con enfoque a la participación de las mujeres
- Medidas sanitarias para la prevención de COVID – 19 durante la Elección

Tour de medios

Entrevistas en estaciones de radio y Tv locales y municipales. Acuden las Consejeras y Consejeros electorales.

A través de la empresa Media Solutions, encargada actual del monitoreo de medios, se retomarán las entrevistas que las Consejeras y Consejeros tengan programadas con los medios de comunicación, para almacenarlas en nuestro canal de YouTube y la plataforma Spotify con el formato de Podcast.

Gestión de espacios de difusión en medios digitales

Se buscará la publicación de banners en las páginas web de diversos medios de comunicación.

Difusión a través de Twitter y Facebook

Este último a través de una empresa especialista en Social Media para insertar mensaje al segmento de público específico.
Alcance potencial: **más de 500 mil personas.**

Establecer calendario con medios de comunicación en el mes de enero.

Difusión a través de nuestras redes sociales.

Realización de gestiones a partir del mes de enero.

CAMPAÑA DE PROMOCIÓN AL VOTO

marzo, abril y mayo 2021

Spot Radio y Tv

Se pautarán los spots de radio y televisión realizados por la empresa productora.

Temática:

- Promoción voto con enfoque a población de comunidades indígenas.
- Promoción al voto.

Insertos en los tiempos oficiales otorgados por el INE.

ACTIVIDAD	FECHA
Presentación de propuesta creativa Spot "Promoción voto con enfoque a población de comunidades indígenas"	11 de enero
Fecha límite para entrega de la propuesta a las y los Consejeros integrantes de la Comisión Permanente de Comunicación Social	12 enero
Observaciones a la propuesta por parte de las y los Consejeros	13 al 15 de enero
Producción y postproducción del spot	18 de enero al 1 de febrero
Revisión final por parte de las y los Consejeros	2 al 5 de febrero
Entrega de material al INE	11 febrero
Pautado (fecha límite)	26 febrero
Periodo de transmisión	1 de marzo

ACTIVIDAD	FECHA
Presentación de propuesta creativa Spot "Promoción voto"	11 febrero
Fecha límite para entrega de la propuesta a las y los Consejeros integrantes de la Comisión Permanente de Comunicación Social	12 febrero
Observaciones a la propuesta por parte de las y los Consejeros	15 al 17 de febrero
Producción y postproducción del spot	22 de febrero al 8 de marzo
Revisión final por parte de las y los Consejeros	11 al 16 marzo
Entrega de material al INE	17 de marzo
Pautado (fecha límite)	26 de marzo
Periodo de transmisión	A partir del 1 de abril

Diseño gráfico de infografías

Realizado por la coordinación de comunicación social. Fungen como medio para promover el valor de la participación ciudadana y la inclusión.

Temática propuesta:

- Promoción del voto con enfoque a población de comunidades indígenas
- Prevención de delitos electorales
- Promoción del voto en general
- Prevención de violencia política en razón de género
- Medidas sanitarias para la prevención de COVID – 19 durante la elección

Difusión a través de Twitter y Facebook

Este último a través de una empresa especialista en Social Media para insertar mensaje al segmento de público específico.

Alcance potencial: **más de 500 mil personas.**

Rotulación de bardas

Con el objetivo de promover el voto en lugares en donde se tiene poco o nulo acceso a internet, espectaculares, tv o frecuencia radiofónica perteneciente al Estado de Puebla.

Colocación en puntos estratégicos del interior del estado.

Publicidad exterior; medallones en transporte público, parabuses y espectaculares.

Aprovechando el alto impacto y nivel de visibilidad de este medio de difusión, que puede ayudar a mantener presente el mensaje de promoción al voto en la ciudadanía.

Se colocarán en transporte público y paradores de autobuses en la ciudad de Puebla. Por otro lado, los espectaculares se colocarán en la zona metropolitana y al interior del Estado.

Tour de medios

Entrevistas en estaciones de radio y TV locales y municipales. Acuden las consejeras y consejeros electorales.

Establecer calendario con

medios de comunicación
en el mes de marzo.

A través de la empresa Media Solutions, encargada actual del monitoreo de medios, se retomarán las entrevistas que las Consejeras y Consejeros tengan programadas con los medios de comunicación, para almacenarlas en nuestro canal de YouTube y la plataforma Spotify con el formato de Podcast

Difusión en nuestras redes sociales.

Gestión de espacios de difusión en medios digitales

Se buscará la publicación de banners con las infografías diseñadas en las páginas web de diversos medios de comunicación.

Realización de gestiones a partir del mes de marzo.

Conferencia de prensa

Siguiendo un protocolo de organización, se convocará a medios de comunicación, para dar apertura formal al proceso electoral. Se brindará espacio a las y los periodistas para la realización de preguntas en torno al tema de la elección 2021.

EN CASO DE SEGUIR EN CONTINGENCIA SANITARIA POR COVID -19

A través de Facebook, YouTube

Se contrata empresa audiovisual encargada de la transmisión.

Descripción:

Con estricto apego a las normas de seguridad sanitaria por COVID – 19. Se contempla su realización de manera física, con un máximo de 10 periodistas y 1 acompañante (reportera o reportero gráfico). Simultáneamente se utilizará el formato streaming press, donde otros periodistas puedan estar

conectados a la conferencia de prensa transmitida en vivo y realizar preguntas de manera virtual.

Se privilegiará la realización de este evento al formato de videoconferencia, debido a la contingencia sanitaria por COVID 19.

DIRECTORIO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

marzo 2021

Actualización del directorio de medios.

Se realizarán llamadas telefónicas a los diferentes medios de comunicación para actualizar nuestro directorio de medios. Este debe especificar los medios que están vigentes, sus directoras o directores, reporteras y reporteros, fotógrafas y fotógrafos que cubren la fuente electoral, así como los números de teléfonos actualizados.



REGISTRO PARA ACREDITACIÓN A MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Del 1 al 16 de abril 2021

Con el objetivo de tener un control de los medios de comunicación que estarán realizando la cobertura de la jornada electoral.

Realización del diseño del gafete oficial.

Registro a través de formulario en la página web del IEE.

Entrega de acreditaciones en la última semana de abril.

TALLER INFORMATIVO PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOBRE EL PROCESO ELECTORAL

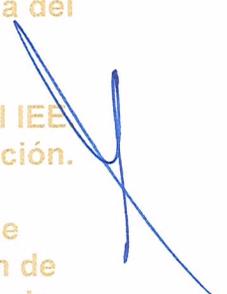
abril 2021

Esta es una oportunidad de conocer mejor a reporteras y reporteros, así como a periodistas que cubren la fuente del IEE, estrechar lazos, generar más interés y cooperación.

- Planeación y logística del evento.
- Coordinación de ponentes del INE y del IEE
- Realización de invitación.

Existe la posibilidad de trasladar la realización de este evento al formato de videoconferencia.

Difusión en Redes Sociales.



TRANSMISIÓN DE DEBATES

Mayo 2021

La CCS coadyuvará con las áreas correspondientes para coordinar los detalles técnicos de transmisión y difusión a través de redes sociales de los debates entre candidatos en los municipios más importantes de Puebla para la elección del 6 de junio de 2021.

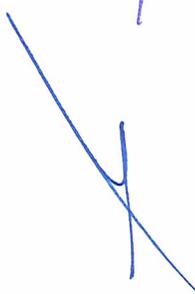
Convocar a la empresa que cuentan con el equipo adecuado y que realizará la transmisión de cada evento.

Coordinar la producción audiovisual de los debates.

Producir los elementos publicitarios para la difusión de los debates.

Realizar la difusión a través de diversos medios de comunicación.

Existe la posibilidad de trasladar la realización de estos, al formato de videoconferencia debido a la contingencia sanitaria por COVID – 19.



ETAPA 2. Jornada Electoral

DIFUSIÓN DE LA CEREMONIA CÍVICA E INICIO DE SESIÓN PERMANENTE

6 Junio 2021

Transmisión de ceremonia y sesión permanente.

Realización de boletines para medios de comunicación.

Planeación de conferencias de prensa.

Cobertura del evento en fotografía y video.

Monitoreo en medios de comunicación.

Seguimiento de la jornada electoral en constante comunicación con las áreas del IEE.

Planeación y cobertura del voto de los Consejeros Electorales y Secretario Ejecutivo, levantamiento de imágenes en casillas.

Planeación de coffee break y catering para periodistas.

La jornada electoral tendrá cobertura a través de nuestras redes sociales.

Existe la posibilidad de trasladar la realización de la sesión permanente y las conferencias de prensa, al formato de videoconferencia o streaming press, debido a la contingencia sanitaria por COVID – 19.

ETAPA 3. Resultados y declaraciones de validez de las elecciones de Diputados Locales y miembros de los Ayuntamientos.

DIFUSIÓN DE LA SESIÓN DE CÓMPUTO DEL CONSEJO GENERAL junio 2021

Difusión en redes sociales

Realización del Boletín de prensa

Por correo electrónico.

CAMPAÑA DE AGRADECIMIENTO

7 al 30 de junio 2021

Spot Radio y Tv

Realizados por la empresa productora de audiovisuales

- Es la etapa en la que el IEE reconoce el compromiso y esfuerzo de las y los ciudadanos por hacer posible la elección.

Insertos en los tiempos oficiales otorgados por el INE.

Diseño gráfico de infografías

Realizado por la CCS

Temas:

- Campaña de agradecimiento.

Difusión a través de Twitter y Facebook.

Gestión de espacios de difusión en medios digitales

Se buscará la publicación de banners en las páginas web de diversos medios de comunicación.

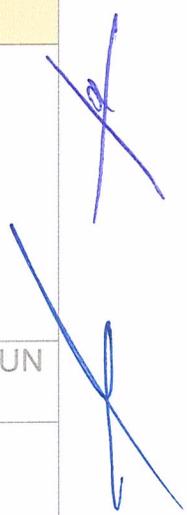
Realización de gestiones a partir del mes de enero.

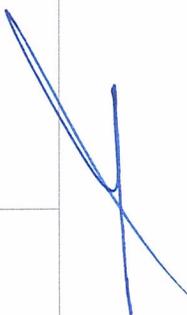
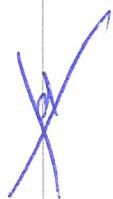
Timing Proceso Electoral Ordinario 2020 -2021

ACTIVIDAD	2020				2021					
	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
Elaborar y presentar la Estrategia Integral de Comunicación e imagen del periodo Electoral Ordinario 2020 – 2021.										
Elaborar y difundir boletines informativos a medios de comunicación.										
Realizar la cobertura de las actividades, sesiones y eventos.										
Producir piezas gráficas para redes sociales, página web y medios.										
Difusión de la Convocatoria para Consejeras y Consejeros Distritales.										
Gestionar entrevistas con medios de										



comunicación en el estado.										
Gestionar espacios de difusión en Instituciones Educativas.										
Desarrollar conferencias de prensa.										
Producir spots de radio y perifoneo CCS										
Producir spots de radio y televisión.										
Pautar spots de radio y televisión.										
Ejecutar la campaña en radio y Tv de inicio del Proceso electoral 2020 - 2021.										
ACTIVIDAD	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
Ejecutar la campaña en redes sociales sobre la integración ciudadana para la organización de las elecciones 2021.										
Ejecución de la campaña en redes sociales										



sobre equidad en la contienda.										
Ejecución de la campaña en redes sociales sobre paridad en las elecciones.										
Ejecución de la campaña de fortalecimiento de la participación política de las mujeres.										
Difusión de la convocatoria para Coordinadoras, Coordinadores y Auxiliares Electorales.										
Grabación, edición y publicación de entrevistas a aspirantes a Consejeros Distritales.										
Difusión de la instalación de Consejos Distritales.										
Difusión de la convocatoria para la selección de aspirantes para Consejeras y Consejeros Municipales.										

Difusión de la convocatoria para Observación Electoral.										
Difusión de la convocatoria para Candidaturas Independientes.										
Ejecutar la campaña de Observación Electoral.										
Ejecutar la campaña en redes sociales sobre Participación Ciudadana.										
ACTIVIDAD	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
Ejecutar la campaña en redes sociales sobre promoción del voto con enfoque a la participación de las y los jóvenes.										
Ejecutar en redes sociales la campaña de promoción al voto con enfoque a la participación de las mujeres.										
Ejecutar la campaña de										

[Handwritten signature]

medidas sanitarias para la prevención de COVID – 19 durante la elección.									
Ejecutar la campaña en tv y radio para promover el valor de la Participación e Inclusión.									
Ejecutar campaña de promoción al voto en radio y tv.									
Ejecutar campaña en redes sociales de promoción al voto en general.									
Ejecutar campaña en redes sociales de promoción del voto con enfoque a población de comunidades indígenas.									
Ejecutar la campaña en redes sociales sobre prevención de delitos electorales.									
Ejecutar en redes sociales la campaña de									

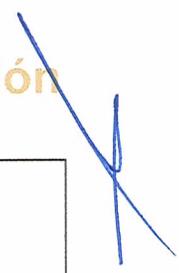
prevención de violencia política en razón de género.										
Ejecutar la campaña de medidas sanitarias para la prevención de COVID – 19 durante la elección.										
Actualización del directorio de medios de comunicación.										
ACTIVIDAD	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
Diseño y contratación de medallones en autobuses, parabuses y espectaculares.										
Diseño y contratación de espectaculares.										
Pinta de bardas en el interior del Estado.										
Elaborar la guía para la realización de debates.										
Realizar talleres a periodistas e integrantes de medios de comunicación.										



Acreditación de medios de comunicación.										
Cobertura de la Jornada Electoral y sesión de cómputo del Consejo General.										
Difusión de los resultados de las elecciones 2021.										
Ejecutar la campaña de agradecimiento.										



Retroalimentación



Medios convencionales, Radio y TV

MEDICIÓN DE LA COBERTURA

INDICADORES CUANTITATIVOS

- No. de veces que se transmitió el anuncio por mes.

- Cantidad de veces que se transmitió el anuncio en los horarios que corresponden al público objetivo. (Transmisiones de las 7:00 hrs. A las 15:00 hrs. y de las 18:00 hrs. a las 22:00 hrs.)

Medios de comunicación digitales (Periódicos y revistas digitales)

INDICADORES CUANTITATIVOS.

- No. de veces que se transmitió el anuncio por mes.
- Cantidad de veces que se transmitió el anuncio en los horarios que corresponden al público objetivo. (Transmisiones de las 7:00 hrs. A las 15:00 hrs. y de las 18:00 hrs. a las 22:00 hrs.)

Mención Periodística en Medios de Comunicación.

Análisis cuantitativo, cualitativo y medición de la tendencia de la información.

Redes Sociales

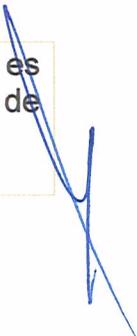
INDICADORES CUANTITATIVOS

- Perfil de las visitas a redes sociales
 - Número de personas a las que llegan nuestras publicaciones
 - Número de interacciones
 - Número de fans o seguidores
 - Número de suscriptores
 - Número de visitas
- No. de visitas a página web
- No. de visitas a canal de YouTube

INDICADORES CUALITATIVOS

Comentarios o solicitudes de información, teniendo en cuenta el sentimiento que transmiten esos comentarios.

- Escucha activa. Ver qué dicen de nosotros en nuestras redes sociales, es importante para rectificar errores en la Estrategia y tomar acciones de mejora.
- Duración de la visualización de videos y consultas en la página web.



Glosario

Instituto/IEE. - Instituto Electoral del Estado.

Consejo General. - Consejo General del Instituto Electoral del Estado.

Secretaría Ejecutiva. - Secretaría Ejecutiva del Instituto Electoral del Estado.

Direcciones. - De Organización Electoral; de Capacitación y Educación Cívica; de Prerrogativas y Partidos Políticos; Administrativa; Jurídica; Técnica del Secretariado y Archivos.

Unidades Técnicas y Administrativas. - Contraloría Interna; Coordinación de Comunicación Social; Coordinación de Informática; Unidad Técnica de Fiscalización; Unidad de Formación y Desarrollo; Unidad de Transparencia; y, Unidad Técnica de Igualdad de Género y No Discriminación.

Coordinación/CCS. - Coordinación de Comunicación Social.

PCS. - Políticas de Comunicación Social.

PEEO 2020-2021. - Proceso Electoral Estatal Ordinario 2020-2021.

CIPEEP. - Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla.

Logotipo. - Distintivo o emblema conformado a partir de letras o abreviaturas que permite reconocer o identificar al Instituto.

Imagotipo. - Combinación de imagen y texto para identificar una empresa, marca o institución.

Identidad Gráfica. - Fusión de tipografía (logotipo) y símbolos que denotan características propias del Instituto con el fin de identificarlo.

Medios complementarios. - Medios de difusión alternativos que impactan a un segmento más específico de la población, tales como: mobiliario urbano, publicidad exterior, espectaculares, parabuses y bardas.

Medio de comunicación. - Instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional.

Boletín de prensa y/o comunicado de prensa. - Documento informativo que expide de manera oficial un organismo o institución, en este caso, el Instituto Electoral del Estado, dirigido a los diversos medios de comunicación y redes sociales oficiales.

Rueda de prensa. - Convocatoria que se hace a los representantes de los

diversos medios de comunicación para anunciar un evento o un hecho informativo relevante.

Carrusel de medios: Serie de entrevistas programadas en varios medios de comunicación, principalmente en radio y televisión, realizadas durante un periodo establecido.

Campaña. - Planeación y difusión de un conjunto de mensajes derivados de la estrategia de comunicación social y/o de promoción y publicidad dirigida a una población objetivo, a través de medios de comunicación con una vigencia determinada.

Campaña de comunicación social. - Aquellas que difunden el quehacer institucional, acciones, logros Institucionales o aquellos que estimulan la participación de la ciudadanía para ejercer sus derechos político-electorales.

Comunicación externa. - Conjunto de actividades que desarrolla el Instituto para mantener una estrecha, adecuada y pertinente comunicación con la ciudadanía, con los representantes y directivos de los medios de comunicación.

Comunicación interna. - Conjunto de actividades que se realizan dentro del Instituto para mantener las buenas relaciones entre sus miembros por medio de la circulación de mensajes en pantallas, bastidores y boletín interno, con el objetivo de proveer la comunicación, unión y motivación, a fin de alcanzar las metas establecidas por la organización.

Alcance en medios digitales. - Cantidad de personas usuarias de internet que potencialmente serán impactadas por la campaña en los medios digitales.

Cobertura. – Trabajo que realiza la Coordinación de Comunicación Social o los medios de comunicación para recabar información de eventos institucionales (captura de video, fotografía y audio).

Medios digitales. - Tipo de medio donde el contenido (texto, voz, música, imágenes, animaciones o videos) puede consultarse desde un dispositivo electrónico que cuente con la tecnología necesaria.

Medios electrónicos. - Todo aquel que nos proporciona la difusión a través de impulsos eléctricos, tales como: radio, televisión, cine.

Medios impresos. - Todo tipo de publicación escrita masiva que contenga texto o imágenes fijas y que se encuentre impreso, con periodicidad de edición determinada, bajo el mismo nombre y numeración secuenciada. (En particular, periódicos y revistas).

Plan de medios de comunicación. - Estrategia cuyo objetivo es determinar la mejor selección y combinación de medios para lograr una campaña de publicidad y/o propaganda.

Crisis. - Un evento o una serie de eventos fuera del funcionamiento rutinario institucional, que amenazan su labor o tarea, imagen, viabilidad u objetivos.

INE. - Instituto Nacional Electoral.

Funcionario Electoral.- Es la persona investida de un nombramiento establecido en el Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla, que cumple funciones públicas atribuidas en la legislación electoral en Órganos Electorales Centrales y, de manera normativa, se enlistan los siguientes: La Consejera Presidenta o el Consejero Presidente, las Consejeras y los Consejeros Electorales, la Secretaria Ejecutiva o el Secretario Ejecutivo, las Directoras o los Directores, las Coordinadoras o los Coordinadores y las o los Titulares de las diferentes áreas técnicas y administrativas del Instituto Electoral del Estado.

Fuentes de consulta

Espejel Alberto

Violencia contra Las Mujeres en Política en México: Una propuesta de análisis desde las caras partidistas

Revista Apuntes Electorales. Enero – Junio 2019

Silva, Cuadra, Germán. Y ahora... ¿qué hacemos?: cómo las empresas pueden gestionar comunicacionalmente una crisis y salir fortalecidas, RIL editores, 2013.

Soria, Ibáñez, María del Mar. Plan de medios de comunicación e Internet Editorial CEP, S.L., 2015.

Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla

https://ieepuebla.org.mx/2015/normatividad/codigo_de_instituciones_y_procesos_electorales_del_estado_de_puebla.pdf

CESOP

El voto: un análisis interdisciplinario

<https://es.slideshare.net/CesopMx/el-voto-un-analisis-interdisciplinario>

Estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos 2019 IAB (Interactive Advertising Bureau), México

<https://www.iabmexico.com/estudios/estudio-de-consumo-de-medios-y-dispositivos-entre-internautas-mexicanos-2019/>

https://www.iabmexico.com/wp-content/uploads/2019/05/IABMx_ECMYD2019_VPrensa.pdf

¿Por qué los jóvenes no votan en México?

Revista Red Información, Edición No. 8, Mayo 2018

<https://www.redinnovacion.org/dato/%C2%BFpor-qu%C3%A9-los-j%C3%B3venes-no-votan-en-m%C3%A9xico>

Los jóvenes y su voto

<https://centralectoral.ine.mx/2018/04/19/jovenes-de-18-30-anos-de-edad-representan-el-31-del-padron-electoral-en-la-entidad-ine-puebla/>

Avances y desafíos de la igualdad de género. A veinte años de la Plataforma de Acción de Beijing, 2015 Instituto Nacional de las Mujeres

http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/Mujeres20Beijing.pdf

Manual sobre los derechos político- electorales de los pueblos y las comunidades indígenas.

<https://www.te.gob.mx/repositorio/A70F41-C/Manual%20Electoral%20Ind%3%ADgena.pdf>

Protocolo para atender la violencia política contra las mujeres

https://www.te.gob.mx/protocolo_mujeres/media/files/7db6bf44797e749.pdf

Diagnóstico de Cobertura del Servicio Móvil en Pueblos Indígenas 2018.

<http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/el-inpi-y-el-ift-presentan-el-diagnostico-de-cobertura-del-servicio-movil-en-pueblos-indigenas-2018>

Ramos Mancilla O. Internet y pueblos indígenas de la Sierra Norte de Puebla, México. 2015. Tesis Doctoral. Universidad de Barcelona, España.

[.https://www.tdx.cat/handle/10803/353624#page=231](https://www.tdx.cat/handle/10803/353624#page=231)