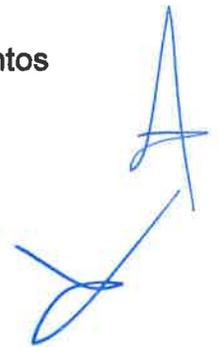


ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO POR EL QUE APRUEBA LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y LA ESTRATEGIA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN, ASÍ COMO LA IMAGEN GRÁFICA PARA EL PROCESO ELECTORAL ESTATAL ORDINARIO CONCURRENTES 2023-2024

G L O S A R I O

| | |
|-------------------------------------|---|
| Código | Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla |
| Comisión Permanente | 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 |
| Coordinación de Comunicación | Coordinación de Comunicación Social, adscrita a la Secretaría Ejecutiva del Instituto Electoral del Estado |
| Estrategia | Estrategia de Comunicación Social |
| Imagen | Imagen Gráfica del Proceso Electoral |
| Instituto | Instituto Electoral del Estado |
| INE | Instituto Nacional Electoral |
| LGIPE | Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales |
| OPL | Organismo (s) Público (s) Local (es) |
| POE | Periódico Oficial del Estado |
| Políticas | Políticas de Comunicación Social |



Proceso Electoral Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente
2023-2024, para renovar los cargos a la
Gubernatura, Diputaciones al Congreso Local y a las
y los integrantes de los Ayuntamientos de la entidad

ANTECEDENTES

- I. Con fecha veinticinco de octubre del presente, se llevó a cabo la sesión ordinaria de la Comisión Permanente, en la que se aprobó mediante acuerdo identificado como 02/CPCS-10/25-10-2023, los siguientes documentos:
 - *“Políticas de Comunicación Social”;*
 - *“Estrategia Integral de Comunicación Social del Proceso Electoral Ordinario 2023-2024”;* e
 - *“Imagen Gráfica para el Proceso Electoral Estatal Ordinario 2023-2024”.*
- II. Asimismo, el Consejero Presidente en funciones de la Comisión Permanente, a través de la memoranda identificada con la clave IEE/PRE-CPCS-315/2023 de la anualidad que transcurre, remitió a la Consejera Presidenta del Consejo General, los documentos referidos en el antecedente previo, con la finalidad de que se sometieran a 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 los documentos de referencia, para los efectos legales correspondientes.
- III. La Dirección Técnica del Secretariado del Instituto, por instrucciones del Secretario Ejecutivo, en fecha veinticinco de octubre de dos mil veintitrés, remitió vía correo electrónico, a las y los integrantes del Consejo General, para su análisis y posterior discusión, el proyecto relativo al presente acuerdo.
- IV. Durante el desarrollo de la mesa de trabajo de las y los integrantes del Consejo General, llevada a cabo de manera virtual el día veintiséis 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 LGIPE establece que los OPL 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 General en cita, así como las constituciones 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 OPL, y está dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, que gozará de autonomía en su funcionamiento e independencia en sus decisiones, que es de carácter permanente y al que se le encomendará la función estatal de organizar las elecciones, estableciendo los principios rectores de la función electoral.

Asimismo, los artículos 72 y 73 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, los fines del Instituto, entre otros, son:

- 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; y
- Asegurar el ejercicio de los derechos políticos-electorales de los ciudadanos y partidos políticos vigilando el cumplimiento de sus obligaciones.

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.

En esta tesitura, el diverso 89, fracciones I, II, LIII y LX, del Código, refieren 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

a) Constitución Federal

De conformidad con la fracción V, primer párrafo del artículo 41, de la Constitución Federal, la organización de las elecciones es una función estatal que se realiza a través del INE y de los OPL, en los términos que establece la Constitución.

b) LGIPE

El diverso 30, numeral 1, inciso g) de la LGIPE, señala como fin del INE, entre otros, llevar a cabo la promoción del voto y coadyuvar a la difusión de la educación cívica y la cultura democrática.

c) Constitución Local

El artículo 3, fracción II, párrafo tercero de la Constitución Local, establece que el Instituto deberá coadyuvar en la promoción y difusión de la cultura política y la educación cívica.

d) Código

Ahora bien, el artículo 11 del Código, establece que el voto constituye un derecho y una obligación ciudadana; que es el instrumento único de expresión de la voluntad popular para integrar el Poder Legislativo, elegir a la o el Titular del Poder Ejecutivo y a las y los miembros de los Ayuntamientos; y, que es un derecho de la ciudadanía y obligación para los partidos políticos, promover y garantizar la igualdad de oportunidades.

Además, señala que el voto es universal, libre, secreto, directo, personal e intransferible.

Por otra parte, el artículo 93, fracción XL del Código, precisa que el Secretario Ejecutivo del Instituto tiene la atribución de conducir la operación técnica y administrativa y supervisar el desarrollo funcional de las actividades de sus Direcciones; en tanto que, la fracción XLI, prevé la atribución de plantear y ejecutar la política de comunicación social del Instituto.

En lo que respecta a la fracción XLII, del artículo antes mencionado, precisa que el Secretario Ejecutivo tiene la atribución de elaborar el proyecto del diseño de la imagen institucional y proponerlo al Consejo General para su aprobación; a su vez, la fracción XLIII, indica que es atribución del citado funcionario, la de instaurar los mecanismos para el contacto institucional de este OPL con los medios de comunicación.

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.

e) Reglamento de Elecciones

Por otra parte, el Reglamento de Elecciones del INE, en su artículo 123, numeral 2, precisa que por promoción del voto se entiende todo acto, escrito, publicación, grabación, proyección o expresión, por medios impresos o digitales, realizado con el único propósito de invitar de manera imparcial, a participar a la ciudadanía a ejercer libre y razonadamente su derecho al voto.

f) Reglamento de Comisiones

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.

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

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

En el entendido que, para el desempeño de sus funciones este OPL desarrolla un ejercicio interinstitucional en el que intervienen diversas áreas, como son para el presente caso: el Consejo General, la Comisión Permanente, la Secretaría Ejecutiva, la Coordinación de Comunicación Social y la Dirección Técnica del Secretariado. El análisis respecto de los temas que nos ocupan, será llevado a cabo en los términos expuestos a continuación:

Como ya se dijo, el artículo 93, fracciones XLI y XLIV del Código, prevé que 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, y conforme a la estructura orgánica de este Instituto, el Secretario Ejecutivo, 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 Proceso Electoral; los cuales se someten al conocimiento de este Consejo General, y que se dividen, para su identificación, en los siguientes apartados:

a) De las Políticas:

- POLÍTICA PÚBLICA;
- POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL;
- POLÍTICAS GENERALES DE COMUNICACIÓN SOCIAL;
- 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;
- POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN DURANTE LA JORNADA ELECTORAL; y
- PLAN DE GESTIÓN DE CRISIS EN EL PROCESO ELECTORAL.

b) De la Estrategia:

- OBJETIVO DEL INSTITUTO;
- OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN;
- ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN;
- GUÍAS DE COMUNICACIÓN;
- PERFIL DE USUARIO DE LA RED SOCIAL;
- CRITERIOS DE PUBLICACIÓN FACEBOOK;
- CRITERIOS DE PUBLICACIÓN INSTRAGRAM;
- CRITERIOS DE PUBLICACIÓN X;
- CRITERIOS DE PUBLICACIÓN TIKTOK;
- CRITERIOS DE PUBLICACIÓN YOUTUBE;



- CRITERIOS DE PODCAST SPOTIFY;
- CRITERIOS DE SPOT DE RADIO; y
- CRITERIOS DE PERIFONEO.

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

Así también, las Políticas de que se trata resultan fundamentales para la Coordinación de Comunicación, en virtud de que cuentan 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 tipos de público, fortaleciendo la creación y vinculación de redes de comunicación, que mantengan informada a la sociedad en cada una de las etapas del Proceso Electoral.

De igual forma, se debe indicar que, toda vez que este Instituto tiene como principios rectores para la organización de las elecciones la imparcialidad, objetividad, certeza, independencia, paridad y máxima publicidad, se considera que la Estrategia 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; ello, con la finalidad de motivar la participación ciudadana, así como la promoción del voto efectivo, libre e informado.

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, al tener a su alcance toda la información relacionada con el desarrollo del mismo.

4. DE LA IMAGEN GRÁFICA

Por otra parte, 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 de este OPL, 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 Proceso Electoral, la que se materializa a través del imago tipo.

Atento a ello, la Secretaría Ejecutiva a través de la Coordinación de Comunicación y en conjunto con la Comisión Permanente, elaboraron la imagen del Proceso Electoral, misma que constituye la imagen gráfica del



Instituto, para la organización de los comicios que se celebrarán en el año dos mil veinticuatro.

En ese sentido, la Imagen 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 dos de junio de dos mil veinticuatro.

Dicha Imagen 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.

De esta manera, y atendiendo a la documentación descrita en el apartado que antecede, se concluye que la Imagen genera confianza a través de un proceso de comunicación transparente y fluido; que valora aspectos como perspectiva de género, inclusión e igualdad, por lo que contribuye a la construcción de una sociedad informada y consciente en la toma de decisiones.

Tomando en consideración los insumos que se generarán con motivo de la utilización de la Imagen 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), mismos que deberán ser atendidos de manera inmediata, la publicación de lonas, volantes, panfletos, convocatorias, entre otros. Se estima necesario facultar a la Coordinación de Comunicación bajo la vigilancia del Secretario Ejecutivo, como su superior jerárquico, para que realice las modificaciones técnicas necesarias al imago tipo que constituye la Imagen del Instituto para el Proceso Electoral, 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, así como la Estrategia, que serán aplicadas para el Proceso Electoral; 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 del Instituto para el Proceso Electoral, pues el mismo contribuye al cumplimiento de los fines de este Instituto; mismo que corre agregado al presente acuerdo como **ANEXO TRES**, formando parte integrante del mismo;
- Autorizar que el imagotipo institucional de este Instituto sea utilizado en toda la documentación o material que se genere por parte del mismo para la comunicación interna, externa y medios de comunicación; y
- 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 XLVI del Código, este Órgano Central faculta al Secretario Ejecutivo para que haga del 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, mismo que deberá ser usado 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 Concurrente 2023-2024, 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 Concurrente 2023-2024.

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

QUINTO. El Consejo General del Instituto Electoral del Estado faculta al Secretario Ejecutivo de este OPL 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.

Por cuanto hace a los **ANEXOS** mencionados en el presente acuerdo, publíquese 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 del veintisiete de octubre de dos mil veintitrés.

CONSEJERA PRESIDENTA



C. BLANCA YASSAHARA CRUZ GARCÍA

SECRETARIO EJECUTIVO



C. JORGE ORTEGA PINEDA

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



POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL PROCESO ELECTORAL ESTATAL ORDINARIO CONCURRENTE 2023-2024

Coordinación de Comunicación Social

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| POLÍTICA PÚBLICA..... | 3 |
| POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL..... | 3 |
| POLÍTICAS GENERALES DE COMUNICACIÓN SOCIAL..... | 4 |
| POLÍTICAS GENERALES DURANTE EL PROCESO ELECTORAL..... | 5 |
| POLÍTICAS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO, INCLUSIÓN E IGUALDAD..... | 6 |
| POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA..... | 6 |
| POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA..... | 7 |
| POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN CON MEDIOS..... | 8 |
| POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN DURANTE LA JORNADA ELECTORAL..... | 10 |
| PLAN DE GESTIÓN DE CRISIS EN EL PROCESO ELECTORAL..... | 10 |
| GLOSARIO..... | 18 |
| BIBLIOGRAFÍA | 20 |

POLÍTICA PÚBLICA

La política pública es un conjunto de leyes, regulaciones y acciones diseñadas para abordar áreas específicas de interés social o político. Su objetivo es garantizar el acceso de las personas a bienes y servicios, respondiendo a las diversas necesidades e intereses de la sociedad. Estas políticas pueden ser diseñadas para resolver problemas ambientales, sociales, económicos, educativos, entre otros. Según su alcance, las políticas públicas pueden ser universales, dirigidas a toda la población, o focalizadas, orientadas a un sector específico.

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Con el propósito de proporcionar a la ciudadanía, el electorado y los partidos políticos información acorde a los principios fundamentales de la función electoral, las políticas de comunicación social que se presentan a continuación establecen una serie de directrices. Estas tienen como objetivo asegurar que la autoridad electoral local cuente con antecedentes de éxito, continuidad en proyectos previos y normativas claras para las labores de comunicación institucional durante el Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente 2023-2024.

Dado que el Instituto Electoral del Estado (IEE) es un organismo comprometido con el fortalecimiento de la vida democrática en la entidad, ha sido necesario considerar tanto el contexto social y político de Puebla como los contextos nacionales, ya que el IEE forma parte del sistema electoral nacional. Esta consideración es de suma importancia para la implementación de políticas de comunicación social que se adapten a los diversos contextos y permitan una información precisa a la ciudadanía sobre las diversas actividades realizadas a lo largo del Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente 2023-2024.

Como parte de las interacciones del Instituto, se incluyen las relaciones con los medios de comunicación locales y nacionales, con el objetivo de abarcar el máximo espectro de audiencias para cumplir con el principio de máxima publicidad. Por lo tanto, este documento proporciona herramientas para que la interacción con los medios de comunicación sea fluida, institucional y efectiva.

Dado el uso de las tecnologías de la información, el Instituto aprobó en el acuerdo CG/AC013/2023 del Consejo General la preferencia por llevar a cabo sesiones y reuniones virtuales, debido a su eficiencia y a la falta de complicaciones durante su desarrollo. Esta modalidad se considera adecuada para la difusión de información por parte del Instituto.

La imagen institucional combina los elementos lingüísticos, visuales y auditivos del Instituto, enfocándose en fortalecer la confianza de la ciudadanía a través de información precisa y en cumplimiento con la normativa electoral vigente.

El Instituto, como parte de sus actividades regulares, ofrece orientación e información a la ciudadanía sobre temas como igualdad de género, violencia política de género, inclusión y no discriminación. Estas actividades de difusión son permanentes durante el período ordinario y continúan durante el Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente 2023-2024.

Es importante destacar que el personal del IEE debe considerar estas políticas al difundir mensajes que cumplan con las normas aprobadas para tal fin."



POLÍTICAS GENERALES DE COMUNICACIÓN SOCIAL

1. **Marco Legal:** La CCS dará cumplimiento a las disposiciones legales establecidas en la Constitución Política del Estado de Puebla, el Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla, la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, y otras normativas aplicables.
2. **Imagen Institucional:** Es responsabilidad de la Coordinación de Comunicación Social (CCS) gestionar la imagen del Instituto, que se manifiesta tanto internamente entre el funcionariado como externamente hacia los partidos políticos, la ciudadanía en general y el electorado.
3. **Educación Cívica:** Las acciones llevadas a cabo por la CCS, en periodos ordinarios, buscan fortalecer la cultura política y la educación cívica. Estas acciones continuarán durante el Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente 2023-2024 y se complementarán con iniciativas para incentivar y promover el voto informado.
4. **Información Oportuna:** En coordinación con las diferentes áreas del Instituto, la CCS informará a la ciudadanía sobre los avances y etapas del Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente 2023-2024, conforme lo establecido en la ley.
5. **Relación con Medios:** Es esencial mantener una relación respetuosa, efectiva, asertiva y continua con los medios de comunicación, tanto locales como nacionales. La CCS proporcionará la atención adecuada a las y los representantes de estos medios.
6. **Difusión de Mensajes:** El modelo de comunicación política nacional otorga al Instituto acceso a los tiempos oficiales del estado para difundir sus mensajes y campañas. Estos esfuerzos serán reforzados con la gestión de espacios en medios de comunicación, a cargo de la CCS, para informar sobre el Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente 2023-2024.
7. **Presupuesto:** La CCS ejercerá su presupuesto conforme a las medidas de racionalidad y eficiencia estipuladas en el artículo 78 de la Ley de Egresos del Estado de Puebla para los ejercicios fiscales 2023 y 2024, en el contexto del Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente 2023-2024.
8. **Monitoreo de Medios:** La CCS llevará a cabo y supervisará el monitoreo constante de medios, proporcionando al Instituto una síntesis informativa diaria como herramienta de consulta.



POLÍTICAS GENERALES DURANTE EL PROCESO ELECTORAL ESTATAL ORDINARIO 2023-2024

- 1. Desarrollo de Materiales:** La CCS tiene la responsabilidad de crear propuestas para materiales informativos, visuales y auditivos, entre otros que el Consejo General del Instituto considere necesarios. Para ello, la CCS colaborará estrechamente con las diferentes áreas del Instituto.
- 2. Directrices de Materiales:** Las propuestas de materiales deben alinearse con el manual de identidad gráfica, las políticas de comunicación aprobadas para el Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente 2023-2024 y los lineamientos definidos por la autoridad competente.
- 3. Flujo de Información:** Para que la CCS ejecute apropiadamente cualquier insumo solicitado, las áreas del Instituto deben enviar información a través de canales que aseguren la validación, verificación y actualización de los datos. Estos canales también deben ser seguros y rápidos.
- 4. Atención a Solicitudes:** La CCS tiene que responder a las peticiones de las diferentes áreas considerando los tiempos de revisión, aprobación e implementación. Además, debe enviar a la unidad solicitante todos los elementos requeridos para su evaluación y aprobación.
- 5. Principios Rectores:** Todas las acciones y productos de la CCS deben regirse por los principios de legalidad, objetividad, certeza, máxima publicidad y transparencia.
- 6. Provisión de Materiales:** Como parte del órgano central, la CCS debe suministrar a la Dirección de Organización Electoral, la Unidad de Formación y Desarrollo, y la Dirección de Capacitación Electoral y Educación Cívica con todo el material necesario, con el objetivo de reforzar las campañas de difusión pertinentes.
- 7. Apoyo a Campañas:** La CCS ofrecerá soporte y seguimiento a las campañas institucionales realizadas por entidades descentralizadas, como Consejos Distritales y Municipales, y su personal.
- 8. Catálogo de Medios:** Es tarea de la CCS confeccionar un catálogo de medios electrónicos, radio, televisión e impresos para el monitoreo de precampañas y campañas electorales.
- 9. Monitoreo de Encuestas:** La CCS se encargará de supervisar las encuestas y sondeos que divulguen preferencias electorales y que sean difundidos o mandados por medios impresos. Este monitoreo se entregará semanalmente a la Secretaría Ejecutiva.
- 10. Difusión de Mensajes:** Las Direcciones y Unidades Técnicas y Administrativas que deseen difundir mensajes en los canales oficiales deben notificar con anticipación a la CCS y a la Secretaría Ejecutiva.
- 11. Especificaciones de Difusiones:** Las campañas institucionales, coberturas y otros insumos solicitados por las Direcciones y Unidades del Instituto deben detallar de manera precisa el tiempo, modo y lugar a la CCS para su adecuada atención.

POLÍTICAS CON PERSPECTIVA DE GÉNERO, INCLUSIÓN E IGUALDAD

- 1. Lenguaje Incluyente:** El Instituto se compromete a utilizar un lenguaje incluyente y no sexista en todas sus comunicaciones, ya sea en forma escrita, audiovisual, o a través de diseños e imágenes. La CCS debe alinearse con estas directrices discursivas, evitando cualquier discriminación por origen étnico, género, edad, discapacidad, condición social o religión.
- 2. Perspectiva de Género:** Mecanismos que permiten identificar la discriminación, desigualdad y exclusión de las mujeres aplicados en todos los insumos creados por la CCS, los cuales deberán ser inclusivos sin establecer distinciones innecesarias.
- 3. Coordinación con la Dirección de Igualdad y No Discriminación:** En conjunto con esta dirección, la CCS se encargará de que todos los contenidos y materiales divulgados estén libres de lenguaje sexista o imágenes que perpetúen estereotipos de roles tradicionales o que menoscaben la dignidad de cualquier persona.
- 4. Selección de Imágenes:** Al diseñar material de difusión, la CCS debe ser cuidadosa en no utilizar imágenes que puedan denigrar o perpetuar estereotipos dañinos hacia mujeres u hombres.
- 5. Promoción de Igualdad:** La información difundida debe buscar promover y respetar la igualdad entre géneros, incentivando conductas que guíen a la sociedad hacia una igualdad real en los ámbitos público y privado.

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN INTERNA

- 1. Coberturas Informativas:** La CCS es responsable de llevar a cabo las coberturas informativas institucionales, produciendo registros en formatos como audio, video, fotografías, y, si se requiere, transmisiones en vivo por las redes sociales oficiales.
- 2. Resguardo de Testigos:** Todos los registros producidos quedarán archivados y protegidos por la CCS, destinados a usos institucionales.
- 3. Difusión de Actividades:** Las actividades que revistan interés público y que cumplan con los objetivos del instituto serán divulgadas por la CCS en medios oficiales, siempre con la previa aprobación de las instancias pertinentes.
- 4. Agenda de Coberturas:** Es esencial que las Consejerías, Direcciones y Unidades Técnicas coordinen con antelación la agenda de eventos con la CCS, asegurando su adecuado cubrimiento.
- 5. Certificación en Igualdad Laboral:** El Instituto posee la certificación NMX-R-025-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y No Discriminación. La CCS colaborará activamente en campañas que fomenten un ambiente laboral armónico.



6. Valores Institucionales: Las campañas internas impulsadas por la CCS deben reflejar los valores y principios del instituto, promoviendo una cultura enfocada en intereses colectivos.

7. Difusión en el Edificio Central: Para potenciar la comunicación con el personal, visitantes y actores relevantes, la CCS mostrará en las pantallas del área común y el lobby los contenidos de las campañas institucionales actuales.

8. Autorización de Contenidos: La CCS sólo debe difundir materiales que cuenten con la aprobación de las áreas responsables.

9. Monitoreo de Opinión Pública: La CCS se encargará de monitorear constantemente la percepción pública derivada de la información divulgada, facilitando herramientas útiles para la toma de decisiones.

10. Diseños de Bastidores: De manera mensual, la CCS presentará propuestas para los diseños que adornarán los pasillos del edificio central, siempre en consonancia con la visión del Instituto.

11. Identidad Gráfica: La identidad gráfica referente al Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente 2023-2024 será la guía para cualquier material producido por la CCS.

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA

1. Relación con los Medios: La interacción del Instituto con las y los representantes de medios de comunicación se regirá bajo los principios rectores de la función electoral, conforme a la normativa actual.

2. Colaboración con la CCS: El Instituto mantendrá una relación constante con los medios, mediada por la CCS, basada en valores éticos, profesionales y de cooperación.

3. Atención Mediante la CCS: Esta unidad será el punto focal para responder a solicitudes de información, entrevistas y cualquier consulta relacionada con las funciones del Instituto hechas por los medios.

4. Orientación de la CCS: La misión de la CCS es proporcionar información precisa, oportuna y relevante al público, con el objetivo de fortalecer la confianza, la certidumbre y promover la cultura democrática.

5. Canalización de Solicitudes: Las distintas áreas del Instituto canalizarán las peticiones de medios a la CCS para asegurar una respuesta unificada y apropiada.

6. Declaraciones Oficiales: Todo pronunciamiento hecho por las funcionarias y los funcionarios del Instituto ante los medios se considerará una postura oficial. Por ello, es esencial seguir los protocolos adecuados.

7. Uso Responsable de la Función Electoral: Las y los funcionarios no deben utilizar su posición para promocionar proyectos personales a través de los medios.



8. Notificación de Entrevistas: Cualquier entrevista concedida a medios debe ser informada a la CCS con antelación, para su adecuada coordinación y seguimiento.

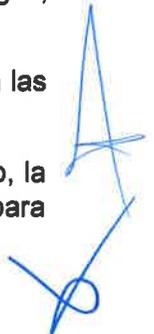
9. Interacciones con Medios: Las conversaciones de las funcionarias y los funcionarios con medios, aún fuera de entrevistas formales, pueden interpretarse como posturas oficiales, por lo que deben ejercerse con prudencia.

10. Verificación de Información: La CCS debe asegurarse de que la información difundida refleje la realidad. Si alguna publicación perjudica la imagen del Instituto, la CCS actuará con fichas informativas, notas aclaratorias, conferencias de prensa o ejerciendo el derecho de réplica, según lo estipulado por la ley.

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN CON MEDIOS

Política de Gestión de Espacios y Tiempos en Medios de Comunicación:

- 1. Difusión Oportuna:** La CCS se encargará de gestionar en tiempo y forma los espacios adecuados para la difusión puntual de la información institucional.
- 2. Criterios de Selección:** Al gestionar espacios en medios, se tomarán en cuenta características demográficas, geográficas, socioculturales y otros factores relevantes para garantizar un alcance efectivo del mensaje.
- 3. Independencia Informativa:** Dado el interés público de la información del Instituto, la adjudicación de espacios por parte de la CCS no estará sujeta a pagos, intercambios o compromisos de ningún tipo.
- 4. Verificación de Pautas:** La CCS es responsable de asegurar que se cumplan las pautas relacionadas con los tiempos oficiales del estado asignados al Instituto.
- 5. Acceso a Tiempos Oficiales:** En relación con los tiempos oficiales del Estado, la CCS seguirá los procedimientos estipulados por el Instituto Nacional Electoral para su correcta implementación.



Política para Medios Convencionales: Radio y Televisión

- 1. Difusión Institucional:** Las campañas del Instituto que promuevan la participación ciudadana en el Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente 2023-2024, así como la educación cívica, la promoción del voto y otros temas de interés público, serán transmitidas durante los Tiempos Oficiales a los que se tiene derecho.
- 2. Acceso a Tiempos Oficiales:** Para hacer uso de estos tiempos, la CCS garantizará que los materiales cumplan con los estándares de calidad y requerimientos técnicos determinados por el INE.
- 3. Coordinación con Direcciones:** Junto a la Dirección de Prerrogativa y Partidos Políticos del Instituto, la CCS se encargará de supervisar la correcta pauta de los materiales y asegurar que los medios de comunicación los difundan adecuadamente.
- 4. Recomendaciones a Medios:** El Instituto proporcionará directrices para que los medios de comunicación aborden el Proceso Electoral Estatal Ordinario 2023-2024 con imparcialidad, objetividad y neutralidad frente a todas las expresiones políticas.
- 5. Socialización de Directrices:** La CCS se encargará de compartir y promover las recomendaciones del Consejo General del Instituto con los medios. Esto garantizará que las coberturas sobre candidatas y candidatos, actores políticos y demás participantes se realicen en un marco de respeto, imparcialidad y sin sesgos.
- 6. Agenda de Participaciones:** La CCS organizará y coordinará la agenda para que las y los funcionarios designados del Instituto asistan a entrevistas y participaciones en medios con el propósito de informar sobre las distintas etapas del Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente 2023-2024.

Política para Medios No Convencionales: Internet y Redes Sociales

- 1. Campañas Institucionales:** Al implementar campañas institucionales en las redes sociales oficiales del Instituto, la CCS deberá seguir criterios técnicos, garantizando calidad, adecuado uso del lenguaje y coherencia en la narrativa visual.
- 2. Administración de Redes:** Las cuentas oficiales del Instituto en plataformas como X, YouTube, Facebook, Instagram, TikTok y Spotify, están bajo la gestión del equipo asignado de la CCS.
- 3. Generación de Contenido:** La CCS es la encargada de crear y supervisar el contenido publicado en las redes sociales oficiales del Instituto, velando por el cumplimiento de las pautas previamente establecidas.
- 4. Página Web Institucional:** Aunque actúa en sinergia con las redes sociales para la difusión de información, la página web del Instituto también sirve como repositorio principal de materiales informativos y legales producidos por el organismo.
- 5. Comunicación Interna:** La CCS mantendrá coordinación constante con las distintas áreas del Instituto a través de canales oficiales, con el fin de analizar, validar y considerar la pertinencia de los materiales a difundir.
- 6. Criterio de Difusión:** La CCS solo publicará información que sea de carácter institucional y que haya sido previamente validada y aprobada por las instancias pertinentes.

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN DURANTE LA JORNADA ELECTORAL

1. La CCS monitoreará el transcurso de la Jornada Electoral desde su inicio hasta su conclusión utilizando medios que aseguren precisión y oportunidad.
2. Es esencial coordinarse con las instancias apropiadas para confirmar y validar cualquier información antes de ser difundida al público.
3. Las Direcciones, Unidades Técnicas y Administrativas del Instituto establecerán una comunicación constante con la CCS para suministrar actualizaciones precisas sobre el progreso de la Jornada Electoral.
4. Las personas representantes de medios que cubran la Jornada Electoral deben ser acreditadas por la CCS, garantizando la protección de datos personales en el proceso.
5. Las acreditaciones proporcionadas por la CCS deben ser respaldadas por las instancias pertinentes. Estas acreditaciones permitirán a los medios realizar su trabajo informativo sin interrupciones.
6. Las y los representantes de medios acreditados podrán informar desde el edificio central del Instituto y los Consejos Municipales en la Jornada Electoral.
7. La “acreditación de prensa” es personal e intransferible y debe mostrarse visiblemente durante su uso, reservándose únicamente para el propósito indicado.
8. La CCS habilitará canales de comunicación eficientes para mantener actualizados a los medios sobre la Jornada, incluyendo boletines, conferencias, entrevistas y, de ser necesario, aclaraciones.
9. Las entrevistas que otorguen la Presidenta, el Secretario Ejecutivo, las Consejeras y los Consejeros, serán supervisadas por la CCS, desde su organización hasta el seguimiento de la información compartida.
10. La CCS monitoreará constantemente medios y redes sociales para mantener al Consejo General informado sobre la Jornada Electoral.
11. Cualquier información institucional destinada a los medios debe ser aprobada por la Secretaría Ejecutiva y comunicada por la CCS de manera adecuada, adherente a los principios de precisión y transparencia.
12. Los reportes del Sistema de Información sobre la Jornada, tras la aprobación de la Secretaría Ejecutiva, serán la única fuente de referencia para la CCS.

PLAN DE GESTIÓN DE CRISIS EN EL PROCESO ELECTORAL

Un plan de gestión de crisis detalla la respuesta de la institución ante situaciones adversas, especificando roles y responsabilidades. Su finalidad es mitigar el impacto negativo y retomar las operaciones normales en el menor tiempo posible.

Dado el contexto social y político del Proceso Electoral Local, es fundamental que el Instituto disponga de un plan de comunicación social para abordar posibles contingencias que puedan surgir antes, durante y después de la Jornada Electoral.

Posibles escenarios internos:



- Logística
- Organización
- Criterios de ejecución

Posibles escenarios externos:

- Fenómenos naturales
- Contingencias sanitarias
- Disturbios sociales
- Disconformidades de actores del Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente 2023-2024
- Incidentes con el personal del Instituto en terreno
- Eventualidades que afecten indirectamente las labores del Instituto
- Desinformación con intenciones de dañar la imagen del Instituto

Protocolo para la Atención de Crisis Institucional

El órgano central conformará un "Grupo para la Atención de Crisis". En este grupo participarán la Presidencia, la Secretaría Ejecutiva, las Consejerías, las y los responsables de las áreas involucradas en la organización del Proceso Electoral y la CCS.

La CCS, al identificar potenciales crisis, verificará la autenticidad y relevancia de los eventos en relación con las actividades del Instituto. Una vez corroborados, informará a las instancias correspondientes.

Pasos a seguir:

1. Evaluar el riesgo
2. Determinar el impacto
3. Planificar la respuesta
4. Consolidar el plan
5. Revisión y actualización

El grupo designará con anticipación los canales de comunicación más efectivos para coordinar sus actividades. Para garantizar coherencia, se nombrará una única persona portavoz responsable de comunicar al público.

La CCS mantendrá informado al grupo sobre cualquier información pública que pueda desencadenar una crisis y consultará con las y los responsables de áreas involucradas sobre incidentes reportados.

Tras considerar la información proporcionada, el grupo evaluará el impacto potencial para la institución y propondrá soluciones. Una vez decidida la acción a tomar, la CCS ejecutará las medidas propuestas.



Para monitorizar la percepción pública y eficacia de las acciones tomadas, la CCS seguirá de cerca los medios de comunicación y opiniones generales.

En caso de incidentes que involucren daños físicos o emocionales a individuos, el portavoz debe mostrar empatía y precisión en sus declaraciones.

Mecanismos de Comunicación:

- Carta aclaratoria: Para ampliar información con un medio específico.
- Boletín de prensa: Para comunicar información de interés general.
- Entrevistas: Para proporcionar detalles esenciales directamente al público.
- Conferencias de prensa: Para abordar y explicar temas en profundidad.

Todas las declaraciones del Instituto resultantes del análisis del grupo estarán alineadas con los principios fundamentales de la función electoral.

El Instituto se esforzará por difundir información relevante, interna y externamente, maximizando su alcance e impacto.

• **Esquema de integración del comité de crisis:**



Estrategia Integral de Comunicación Social y Promoción al Voto

Introducción

Establecido el 2 de octubre del año 2000, a través de un decreto del H. Congreso del Estado publicado en el Periódico Oficial del Estado, el Instituto Electoral del Estado se erige como autoridad máxima en materia electoral. Se le confió la tarea de organizar elecciones para la Gubernatura, las Diputaciones del Congreso del Estado y los Ayuntamientos.

Su misión esencial es garantizar y validar el derecho ciudadano a un voto que sea universal, libre, secreto, directo, personal e intransferible. Además, debe asegurar el derecho de organización y participación política de la ciudadanía.

En sus funciones regulares, el Instituto lleva a cabo campañas consistentes que refuerzan el desarrollo democrático en la entidad, enfocadas en proteger los derechos político-electorales de la ciudadanía y partidos políticos.

Para el Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente 2023-2024, la Coordinación de Comunicación Social (CCS) respaldará las campañas y acciones definidas por los órganos directivos del Instituto. Esto busca garantizar el voto como reflejo auténtico de la voluntad popular, promoviendo además la cultura política, educación cívica, paridad de género y respeto de los derechos humanos en el ámbito político-electoral.

El propósito central es brindar a la ciudadanía una amplia información, fomentando un voto informado y creando condiciones propicias para una participación activa en la vida democrática de Puebla.

La CCS se encargará de producir materiales informativos que respondan a las necesidades del Instituto. Basados en programas de educación cívica y estrategias de organización electoral, se abordarán temas relevantes para cada etapa del Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente 2023-2024.

En la creación de estos materiales, la CCS priorizará la inclusión, promoviendo el voto informado y libre para todos los sectores de la población; adicionalmente, se imprimirán documentos y se producirán materiales electorales, conforme a los lineamientos emitidos por el INE.

Según el Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla, el Instituto debe organizar procesos electorales con la colaboración activa de la ciudadanía, partidos políticos y el Congreso del Estado. Así, busca garantizar la participación política y organizativa de la ciudadanía, considerando también a comunidades indígenas y garantizando la igualdad de género en la participación política.

Con base en lo anterior y en los principios rectores del Instituto Electoral del Estado legalidad, imparcialidad, objetividad, certeza, independencia, paridad y máxima publicidad, se ha diseñado esta estrategia de comunicación para el Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente 2023-2024. La estrategia está adaptada a las circunstancias y necesidades actuales, apoyada en datos e indicadores que aseguren el uso óptimo de recursos comunicativos. Todo ello con el fin de motivar la participación ciudadana y promover un voto informado y libre.

- **Marco Normativo**

- **Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla**

- Artículo 75 fracciones II, IV y V (Son fines del Instituto) : "Contribuir al desarrollo de la vida democrática"; "Asegurar el ejercicio de los derechos político-electorales de los ciudadanos y de los partidos políticos vigilando el cumplimiento de sus obligaciones" y "Vigilar la autenticidad y efectividad del voto como instrumento único de expresión de la voluntad popular".

- Artículo 89 fracción I: (El Consejo General tendrá las atribuciones siguientes): "Determinar las políticas y programas generales del Instituto, y expedir los reglamentos, circulares y lineamientos necesarios para el cumplimiento de sus fines".

- Artículo 93 fracciones XLI, XLII Y XLIV (atribuciones de la Secretaría Ejecutiva): "Plantear

y ejecutar la política de comunicación social del Instituto"; "Elaborar el proyecto del diseño de la imagen institucional del Instituto y proponerlo al Consejo General para su aprobación" y "Diseñar, 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 Concurrente 2023-2024 en Puebla implica la elección de la Gubernatura, Ayuntamientos y Diputaciones Locales. Este proceso busca que la ciudadanía pueda votar libre, secretamente y directamente por sus representantes locales.

Es esencial que esta estrategia aborde temas vitales, entre ellos:

- Participación política de las mujeres: Es crucial garantizar la igualdad de condiciones y prevenir la violencia política basada en razón de género.
- Poblaciones indígenas: Se deben diseñar mecanismos para que las comunidades indígenas estén adecuadamente informadas, reconociendo y fortaleciendo nuestro compromiso con nuestras raíces. El IEE se compromete a proporcionar información clara y oportuna sobre cómo estas comunidades pueden participar activamente en las elecciones.
- Participación de la juventud: De las y los 22 millones de jóvenes en México, entre 20 y 25 años son los que menos votan. En Puebla, las y los jóvenes de 18 a 30 años constituyen el 18.6% del Padrón Electoral, según datos del INE.

Nuestro principal compromiso es con el desarrollo democrático de la sociedad. Se busca mejorar la comunicación con las distintas áreas del Instituto y con los Órganos Transitorios, potenciando así la interacción con la ciudadanía.

Otro aspecto esencial es la realización de campañas para la prevención de delitos electorales, asegurando a la ciudadanía que sus votos son seguros y legítimos.

Uno de los retos más significativos para la institución es consolidar la confianza de la ciudadanía en sus acciones. Las recientes reformas en el ámbito político-electoral señalan un camino hacia una sociedad más inclusiva y participativa, donde mujeres y hombres tengan igualdad de oportunidades en el ejercicio de sus derechos.

Además, las innovaciones en tecnologías de la información y comunicación nos brindan nuevas formas de establecer relaciones e intercambiar ideas entre instituciones, partidos políticos y sociedad civil. Estas herramientas tienen un alto potencial para incentivar la participación ciudadana, y serán empleadas extensivamente durante el Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente 2023-2024.

- **Nuestro Público**

Es fundamental diferenciar entre el público objetivo y el público real para establecer el formato, medio y método de entrega del mensaje.

- **Público Real**

- Consejeras y Consejeros Electorales.
- Representantes partidistas acreditados ante el IEE.
- Trabajadoras y trabajadores del IEE.



- Medios de comunicación.
- Instituciones educativas de nivel medio superior, técnico-profesional y universitario.
- Personas afiliadas y simpatizantes de los Partidos Políticos.
 - **Público Objetivo**
- Precandidatas, Precandidatos, Candidatas y Candidatos.
- Aspirantes a Consejeras y Consejeros Municipales.
- Aspirantes a la Secretaría Municipal.
- Aspirantes a ser Observadoras u Observadores Electorales.
- Ciudadanía, tanto mujeres como hombres, mayores de 18 años.
- Personas integrantes de las comunidades indígenas del estado, siendo mujeres y hombres mayores de edad.
- Personas de la diversidad sexual, así como personas migrantes.

- **Objetivos y Actividades**

Objetivo General:

Impulsar el fortalecimiento democrático en el estado, mediante estrategias de comunicación integral que motiven la participación activa de ciudadanas y ciudadanos en todas las etapas del Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente 2023-2024 y promuevan el voto informado durante la jornada electoral.

Objetivos Específicos:

1. Establecer una comunicación efectiva con la población, utilizando un lenguaje claro, conciso y directo en todos los materiales divulgados, garantizando así su inclusividad, transparencia y amplia difusión.
2. Proporcionar a la ciudadanía información relevante, puntual y libre de estereotipos a través de una comunicación institucional que sea incluyente, eficiente y cubra todas las fases del proceso electoral, considerando la diversidad de la población.
3. Diseñar, elaborar y promover campañas comunicativas con enfoque de género, que incentiven la participación ciudadana y el ejercicio de los derechos político-electorales de las mujeres.
4. Sensibilizar a la ciudadanía sobre la relevancia de aprovechar las herramientas digitales que el Instituto ofrece en cada fase del proceso electoral.
5. Desarrollar estrategias comunicativas que sean inclusivas y dirigidas a grupos históricamente marginados, como comunidades indígenas, personas afromexicanas, personas con discapacidad, personas de la diversidad sexual, entre otros.

- **Plan de Medios para el Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente
2023-2024**



Campañas Institucionales:

- Lanzamiento de la convocatoria para la formación de los Consejos Municipales.
- Comienzo del Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente 2023-2024.
- Lanzamiento de la convocatoria para Coordinadoras, Coordinadores y Auxiliares Electorales.
- Lanzamiento de la convocatoria para Observadoras y Observadores Electorales.
- Lanzamiento de la convocatoria para Candidaturas Independientes.
- Campaña para fomentar la Participación Ciudadana.
- Campaña de Promoción al Voto.
- Campaña de Agradecimiento.

Nota: Estas campañas excluyen actividades como publicaciones en medios impresos y envío de boletines de prensa.



DIFUSIÓN DE LAS CONVOCATORIAS Y CAMPAÑAS

1. Spot de perifoneo

Realizados por la Coordinación de Comunicación Social y revisado por la Secretaría Ejecutiva.

- Serán utilizados en vehículos institucionales.

2. Tour de medios

Entrevistas en estaciones de radio, TV locales, medios convencionales y digitales que tenga cobertura en los municipios del estado, así como radios comunitarias. Participarán la Consejera Presidenta, las Consejeras y Consejeros Electorales, y el Secretario Ejecutivo.

- Establece calendario con medios de comunicación a partir de la aprobación de las convocatorias y períodos de las campañas institucionales.

3. Diseño gráfico de infografías

Realizado por la Coordinación de Comunicación Social. Call to action, que crea un vínculo a las convocatorias y a la página web institucional.

- Difusión en Twitter y Facebook.

En esta última a través de una empresa especializada en Social Media para diseñar mensaje al segmento de público en los municipios que tendrán elecciones.

4. *Boletín informativo sobre las convocatorias

Dirigido a los medios de comunicación convencionales con cobertura en los municipios del Estado quienes apoyarán en la difusión en sus espacios respectivamente.

- A través de correo electrónico oficial.

5. *Medios impresos

- Desplegado a una plana de cada convocatoria en el periódico de mayor circulación en el Estado.
- Impresión de ejemplares de las convocatorias en tamaño tabloide/cartel.
- Impresión de fonas.

- Periódico "El Sol de Puebla".

- Que se colocarán en la camionetas para perifoneo y en puntos estratégicos (Apoyará la DCE).

6. Gestión de espacios de difusión en medios digitales

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

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

7. Gestión de espacios de difusión en Instituciones Educativas

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

- Realización de gestiones a partir de la aprobación de la convocatoria (Apoyará la DCEEC).

8. Cobertura de todas las actividades, sesiones y eventos del Instituto referentes al proceso electoral Ordinario

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

- Difusión a través de redes sociales oficiales y página web institucional.



GLOSARIO

Atribuciones del Instituto: Conjunto de facultades y competencias otorgadas al Instituto conforme a la ley.

Boletín o Comunicado de Prensa: Documento oficial emitido por una entidad, en este caso el Instituto Electoral del Estado, destinado a informar a los medios de comunicación ya las redes sociales oficiales.

Campaña: Diseño y difusión de varios mensajes que surgen de la estrategia de comunicación social y/o promoción y publicidad, destinados a un público específico y distribuidos a través de medios de comunicación durante un período específico.

Campaña de Comunicación Social: Se refiere a las campañas que comunican el trabajo, acciones y logros del Instituto o que buscan incentivar la participación ciudadana en el ejercicio de sus derechos político-electorales.

Carrusel de Medios: Secuencia de entrevistas programadas en diversos medios, principalmente en radio y televisión, que se llevan a cabo en un tiempo determinado.

CIPEEP: Siglas para el Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla.

Ciudadanía Informada: Se refiere al segmento de la sociedad que está conocido y se involucra con las actividades y funciones del Instituto.

Cobertura: Actividad realizada a cabo por la Coordinación de Comunicación Social o por medios de comunicación, con el objetivo de documentar eventos institucionales a través de video, fotografía y audio.

Comunicación Externa: Se refiere al conjunto de acciones que el Instituto emprende para mantener una comunicación clara, relevante y efectiva con la ciudadanía y con las personas representantes y líderes de medios de comunicación.

Comunicación Interna: Es el conjunto de actividades que se llevan a cabo dentro del Instituto para fortalecer las relaciones entre sus integrantes. Esto se logra a través de medios como pantallas, anuncios y boletines internos, con la finalidad de mejorar la comunicación, cohesionar al equipo y motivar a todas las personas hacia el logro de los objetivos institucionales.

Coordinación/CCS: Se refiere a la Coordinación de Comunicación Social del Instituto.

Consejo General: Es el Consejo General del Instituto Electoral del Estado.

Crisis: Se refiere a un acontecimiento o serie de sucesos que, desviándose del funcionamiento habitual de la institución, ponen en riesgo su operatividad, imagen, estabilidad o sus objetivos.

DEEC: Representa la Dirección de Capacitación y Educación Cívica.

Direcciones: Incluyen las siguientes áreas del Instituto: Organización Electoral, Capacitación y Educación Cívica, Prerrogativas y Partidos Políticos, Administrativa, Jurídica, Técnica del Secretariado, Archivos, e Igualdad y No Discriminación.

DOE: Es la Dirección de Organización Electoral.

Funcionariado Electoral: Se refiere a un individuo que, conforme al Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla, ostenta un cargo específico y desempeña funciones públicas establecidas en la normatividad electoral en los Órganos Electorales Centrales. Entre ellos se encuentran: la Consejera o Consejero Presidente, las Consejeras y los Consejeros Electorales, la Secretaria o Secretario Ejecutivo, las Directoras y Directores, las Coordinadoras y Coordinadores, así como los titulares de las diferentes áreas técnicas y administrativas del Instituto Electoral del Estado.

Identidad Gráfica: Conjunto de elementos, como tipografía (logotipo) y símbolos, que reflejan las características distintivas del Instituto con el propósito de identificarlo.

Imagotipo: Representación que combina imagen y texto para distinguir a una empresa, marca o institución.

INE: Siglas que corresponden al Instituto Nacional Electoral.

IEE: Siglas que denotan al Instituto Electoral del Estado.

Logotipo: Emblema o distintivo formado por letras o abreviaturas diseñadas de una manera particular que sirve para reconocer o identificar a una entidad o empresa, en este caso, al Instituto.

Medios Complementarios: Canales de difusión alternativos dirigidos a segmentos específicos de la población, incluyendo mobiliario urbano, publicidad exterior, vallas publicitarias, parabuses y murales.

Medio de Comunicación: Herramienta o plataforma que facilita la transmisión de información en el proceso comunicativo.

Medios Electrónicos: Aquellos que difunden contenido mediante impulsos eléctricos, como la radio, televisión y cine.

Medios Digitales: Canales donde el contenido, ya sea texto, voz, música, imágenes, animaciones o videos, es accesible a través de un dispositivo electrónico equipado con la tecnología adecuada.

Medios Impresos: Publicaciones escritas de distribución masiva, ya sea en texto o imágenes estáticas, que se publican regularmente bajo un mismo título y con numeración secuencial. Se refiere especialmente a periódicos y revistas.

PCS: Siglas que denotan las Políticas de Comunicación Social.

Plan de Medios de Comunicación: Estrategia diseñada para seleccionar y combinar de manera óptima los medios adecuados para ejecutar una campaña publicitaria o de propaganda.

Rueda de Prensa: Convocatoria dirigida a las y los representantes de los medios de comunicación con el propósito de comunicar un evento o información relevante.

Secretaría Ejecutiva: Se refiere a la Secretaría Ejecutiva del Instituto Electoral del Estado.



Sentido de Pertenencia: El grado en el que las personas se identifican e interiorizan los valores y objetivos del Instituto.

Sistemáticamente: Hace referencia a las acciones o procesos que se llevan a cabo de manera reiterada y ordenada siguiendo normas o patrones preestablecidos.

Unidades Técnicas y Administrativas: Estas incluyen la Contraloría Interna; Coordinación de Comunicación Social; Coordinación de Informática; Unidad Técnica de Fiscalización; Unidad de Formación y Desarrollo, y la Unidad de Transparencia.

BIBLIOGRAFÍA

¿Qué es una política pública?

[https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/8122BC01AACC9C6505257E3400731431/\\$FILE/QU%C3%89_ES_UNA_POL%C3%8DTICA_P%C3%9ABLICA.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/8122BC01AACC9C6505257E3400731431/$FILE/QU%C3%89_ES_UNA_POL%C3%8DTICA_P%C3%9ABLICA.pdf)

¿En qué consiste una la política publica y cuáles son sus rasgos característicos?

<https://blog.up.edu.mx/posgrados-gobierno-y-economia/en-que-consiste-la-politica-publica-y-cuales-son-sus-rasgos-caracteristicos>

<https://www.caiinno.org/temas/politica-publica/>

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, German. Y ahora... ¿Qué hacemos?: Cómo las empresas pueden gestionar comunicacionalmente una crisis y salir fortalecidas, RILEditores, 2013.

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

Plan de gestión de crisis: qué es y cómo crear uno en 6 paso, 2022

<https://asana.com/es/resources/crisis-management-plan>

Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla
https://www.ieepuebla.org.mx/transparenciaPue/web/77/1/2023/local/ANEXO_9_CIPEEP.pdf

CESOP

El voto: un análisis interdisciplinario

<https://es-Siideshare.net/CesopMx/el-voto-un-onlisis-interdisciplinario>

Estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos 2021 IAB (Interactive Advertising Bureau), México

<https://www.iabmexico.com/estudios/estudio-de-consumo-de-medios-y-dispositivos-entre-internautas-mexicanos-2021/>

Estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos 2021 IAB (Interactive Advertising Bureau), México (Presentación)

https://cdn.iabmexico.com.mx/iab-assets/estudios/ECMyD_2021_VP.pdf?branch_match_id=1240722027739533879&utm

[source=website estudios&utm_campaign=descargas%20pdf&utm_medium=descargas%20pdf&branch_referrer=H4sIAAAAAAAAAA8soKSkottLXz0xMyq3QSywo0MvJzMvWd3X2rXQxMjAyBABhDLkpIAAAA%3D%3D](https://www.redinnovacion.org/revista/red-informaci%C3%B3n-edici%C3%B3n-estudios&utm_campaign=descargas%20pdf&utm_medium=descargas%20pdf&branch_referrer=H4sIAAAAAAAAAA8soKSkottLXz0xMyq3QSywo0MvJzMvWd3X2rXQxMjAyBABhDLkpIAAAA%3D%3D)

¿Por qué los jóvenes no votan en México?

Revista Red Información, Edición No. 8, Mayo 2018

[https://www.redinnovacion.org/revista/red-informaci%C3%B3n-edici%C3%B3n-](https://www.redinnovacion.org/revista/red-informaci%C3%B3n-edici%C3%B3n-estudios&utm_campaign=descargas%20pdf&utm_medium=descargas%20pdf&branch_referrer=H4sIAAAAAAAAAA8soKSkottLXz0xMyq3QSywo0MvJzMvWd3X2rXQxMjAyBABhDLkpIAAAA%3D%3D)

Estadísticas Lista Nominal y Padrón Electoral

<https://www.ine.mx/credencial/estadisticas-lista-nominal-padron-electoral/>

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

Mujeres y Hombres en México 2021-2022

http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/Mujeres_21-22_Web.pdf

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

<https://www.te.gob.mx/repositorio/A70F41C/Manual%20Electoral%20Ind%20C3%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 2022.

https://www.ift.org.mx/sites/default/files/pueblos_indigenas_2022_comp.pdf

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/bitstream/handle/10803/353624/ORM_TESIS.pdf?sequence=2&isAllowed=y



A
P



ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL PROCESO ELECTORAL ESTATAL ORDINARIO CONCURRENTES 2023-2024

Coordinación de Comunicación Social

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| OBJETIVO DEL INSTITUTO | 3 |
| OBJETIVO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN..... | 4 |
| ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN..... | 5 |
| GUÍAS DE COMUNICACIÓN | 6 |
| PERFIL DE USUARIO DE LA RED SOCIAL..... | 6 |
| CRITERIOS DE PUBLICACIÓN FACEBOOK..... | 7 |
| CRITERIOS DE PUBLICACIÓN INSTRAGRAM..... | 10 |
| CRITERIOS DE PUBLICACIÓN X..... | 12 |
| CRITERIOS DE PUBLICACIÓN TIKTOK..... | 13 |
| CRITERIOS DE PUBLICACIÓN YOUTUBE..... | 14 |
| CRITERIOS DE PODCAST SPOTIFY..... | 16 |
| CRITERIOS DE SPOT DE RADIO..... | 17 |
| CRITERIOS DE PERIFONEO..... | 18 |



Estrategia de Comunicación Social para el Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente 2023-2024

Objetivo del Instituto

El Instituto Electoral del Estado es un organismo público local, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, con autonomía en su funcionamiento, independencia en sus decisiones y profesional en su desempeño, de carácter permanente, al que se le encomienda la función estatal de organizar las elecciones locales en el Estado de Puebla, es decir, la elección de Gubernatura, Diputaciones y personas integrantes de los Ayuntamientos. El Instituto tiene su domicilio en la ciudad capital del Estado, y para el cumplimiento de sus fines ejerce sus funciones en el territorio de la entidad a través de sus órganos electorales centrales, distritales, municipales y de casilla.

Misión

Contribuir a dar respuesta a la exigencia de la sociedad de fortalecerse democráticamente, con una actuación transparente e incluyente, promoviendo la educación cívica, y respetando su legítima voluntad expresada en las diferentes formas de elección.

Visión

Ser un instituto independiente y confiable: que disponga de recursos humanos y materiales óptimos, con un equipo de trabajo participativo, propositivo y comprometido, junto con el Consejo General y demás órganos electorales, en el cumplimiento de su Misión, que actúen con probidad, eficiencia y eficacia, que impulse una mayor participación democrática de la sociedad y que ésta legitime su actuación.

Fines del Instituto Electoral del Estado

- Vigilar en el ámbito electoral el cumplimiento de las disposiciones de la Constitución Local, del Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla y demás ordenamientos, que garanticen el derecho de organización y participación política de la ciudadanía.
- Contribuir al desarrollo de la vida democrática.
- Garantizar la celebración periódica y pacífica de las elecciones para renovar a las y los integrantes de los Poderes Legislativo, Ejecutivo e integrantes de los Ayuntamientos.
- Asegurar el ejercicio de los derechos político-electorales de la ciudadanía y de los 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.



- Garantizar la paridad de género y el respeto de los derechos humanos de las mujeres en el ámbito político - electoral.
- Coadyuvar en la promoción y difusión de la cultura política, la educación cívica, la paridad de género y el respeto de los derechos humanos en el ámbito político - electoral, desarrollando y ejecutando para el efecto, los programas de educación conducentes; y
- Prevenir, atender e iniciar de oficio los procedimientos sancionadores en aquellos asuntos que pudieran constituir violencia política contra las mujeres en razón de género.

Objetivo de la Estrategia de Comunicación

1. **Información y Educación:** Brindar información clara y precisa sobre el proceso electoral para que la ciudadanía este bien informada al momento de votar.
2. **Promoción de la Participación:** Fomentar la participación ciudadana en el proceso electoral, especialmente entre personas jóvenes, mujeres, personas mayores y personas indígenas, afromexicanas, con discapacidad, de la diversidad sexual.
3. **Transparencia y Confianza:** Generar confianza en el proceso electoral al asegurar que sea transparente, justo y sin interferencias.
4. **Prevención de Desinformación:** Combatir la desinformación y noticias falsas que puedan desestabilizar el proceso electoral.

La estrategia tiene como objetivo ser una guía institucional basada en los siguientes principios rectores:

- **Legalidad.-** Adecuación estricta a la Ley de todas las actuaciones de las autoridades electorales, de la ciudadanía y de los partidos políticos.
- **Imparcialidad.-** Actuación neutral de quienes desarrollan la función estatal de organizar las Elecciones, sin beneficiar ni perjudicar a alguna de las partes en la contienda electoral.
- **OBJETIVIDAD.-** Desarrollar las actividades electorales tomando como base la realidad única, sin importar cualquier punto de vista parcial que se tenga de ella.
- **Certeza.-** Realizar la función electoral con estricto apego a los hechos y las normas, a fin de que sean fidedignos, confiables y verificables.
- **Independencia.-** La capacidad irrestricta del Instituto para cumplir con la función encomendada por sí solo, sin intervención alguna de los órganos del poder público.



- **Paridad De Género.-** Principio constitucional por el que se promueve y garantiza la igualdad política, horizontal y vertical entre mujeres y hombres, a través de la asignación y designación del 50% de candidaturas a cargos de elección popular y de cargos públicos, respectivamente, para cada género; y
- **Máxima Publicidad.-** Toda la información en posesión del Instituto será pública, completa, oportuna y accesible, sujeta a un claro régimen de excepciones que deberán estar definidas y ser además legítimas y estrictamente necesarias en una sociedad democrática.

Estrategias de Comunicación

1. **Campaña de Información:** Utilizar medios de comunicación tradicionales y digitales para difundir información clave sobre el proceso electoral, como fechas importantes, lugares de votación, personas candidatas y plataformas políticas.
2. **Campaña de Educación Cívica:** Realizar talleres, seminarios web y materiales educativos para explicar cómo funciona el sistema electoral, el voto responsable y la importancia de la participación ciudadana.
3. **Campaña de Promoción de la Participación:** Implementar una campaña de concienciación que aliente a la ciudadanía a registrarse para votar y a ejercer su derecho al voto.
4. **Comunicación Interactiva:** Fomentar la interacción con las personas votantes a través de redes sociales, foros de discusión en línea y chats en vivo con candidatas y candidatos para responder preguntas de los ciudadanos.
5. **Monitoreo de Redes Sociales:** Establecer un equipo dedicado para monitorear las redes sociales y abordar la desinformación y los rumores en tiempo real.
6. **Debates Públicos:** Organizar debates públicos entre las personas candidatas para que las y los votantes puedan conocer sus propuestas y habilidades.
7. **Allanzas con Medios:** Colaborar con medios de comunicación locales y nacionales para garantizar una cobertura justa y equilibrada del proceso electoral.
8. **Transmisión en Vivo de Eventos Electorales:** Facilitar la transmisión en vivo de eventos como debates, mítines y resultados electorales para que la ciudadanía pueda seguir el proceso en tiempo real.
9. **Participación de la Sociedad Civil:** Fomentar la participación de organizaciones de la sociedad civil en la supervisión y observación del proceso electoral para aumentar la transparencia.

10. **Campaña Poselectoral:** Desarrollar una estrategia de comunicación para promover la unidad y la reconciliación después de las elecciones, independientemente de los resultados.

Guías de comunicación

Publicaciones

Se publican comunicados, eventos, videos, infografías y otros materiales relacionados con las elecciones, procesos electorales, capacitaciones, actividades del instituto, sesiones de CG y otros temas de interés ciudadano.

Frecuencia

- **Facebook:** Publicaciones diarias (un promedio de diez veces al día)
- **Instagram:** Tres veces a la semana (una vez al día)
- **X:** Publicaciones diarias (diez veces al día)
- **TikTok:** Tres veces a la semana (una vez al día)
- **YouTube:** Es variado dependiendo los eventos de la semana
- **Spotify:** Una vez al mes

Perfil de usuario de la red social

Si el Instituto Electoral del Estado de Puebla fuese una persona en redes sociales, adoptaría una personalidad profesional, neutral y enfocada en la divulgación de información relevante para la ciudadanía.

Aspectos generales

- **Profesional y Formal:** Mantendría un tono profesional y formal en sus comunicaciones, mostrando respeto por todas las partes involucradas en el proceso electoral.
- **Neutral y Objetivo:** Evitaría tomar partido o expresar opiniones sobre candidatas, candidatos o partidos políticos, asegurando la imparcialidad en sus publicaciones.
- **Informado y Actualizado:** Estaría al tanto de las noticias y eventos relevantes relacionados con el proceso electoral, proporcionando información actualizada y precisa.
- **Respetuoso y Empático:** Sería respetuoso con todas las voces y opiniones, promoviendo un ambiente de diálogo constructivo.

Tipos de publicaciones

- **Información sobre el Proceso Electoral:** Publicaría fechas importantes, como plazos para el registro de candidaturas, debates y, por supuesto, la fecha de las elecciones.



- **Perfiles de Candidatos:** Presentaría perfiles imparciales y objetivos de las candidatas y candidatos, resaltando sus antecedentes y propuestas.
- **Educación Cívica:** Compartiría contenido educativo sobre cómo votar, la importancia del voto y el sistema electoral.
- **Materiales de Votación:** Proporcionaría información sobre cómo y dónde votar, así como consejos para una votación informada.
- **Actualizaciones en Tiempo Real:** Durante el día de las elecciones, compartiría actualizaciones sobre la participación y los resultados preliminares.

Tipo de publicaciones prohibidas

- **Opiniones Partidistas:** Nunca expresaría preferencias por un partido político o candidatura sobre otro.
- **Desinformación:** Evitaría compartir información no verificada o rumores que puedan afectar la integridad del proceso electoral.
- **Discursos Incendiarlos:** No participaría en discursos polarizantes o provocativos que puedan generar conflicto.
- **Contenido Sensacionalista:** No promovería el sensacionalismo o la exageración de eventos o situaciones relacionadas con el proceso electoral.

En resumen, el Instituto Electoral del Estado de Puebla en redes sociales sería una entidad confiable, informativa y neutral que busca fomentar la participación ciudadana informada en el proceso electoral.

Criterios de publicación Facebook

Estructura de publicación para garantizar un flujo constante, variado y relevante de contenido:

1. Frecuencia de Publicación:

Diaria: Cinco o seis publicaciones por día, dependiendo de la actividad y eventos del periodo electoral, esto con el propósito de que Facebook no nos limite la audiencia al publicar demasiadas veces al día.

2. Tipos de Publicación:

a. Información Institucional:

- Noticias y comunicados oficiales.
- Eventos, fechas clave y recordatorios.
- Publicaciones sobre la historia y misión del IEE Puebla.



b. Contenido Educativo:

- Infografías sobre el proceso electoral.
- Videos cortos explicativos sobre temas como cómo votar, dónde votar, etc.
- Artículos o links a recursos para educación cívica y electoral.

c. Interacción y Participación Ciudadana:

- Encuestas y sondeos.
- Preguntas abiertas sobre temas relevantes para fomentar la discusión.
- Convocatorias a eventos

d. Contenido Multimedia:

- Fotografías de eventos o actividades del IEE.
- Videos de entrevistas, conferencias o eventos.
- Gráficos o imágenes con citas o datos relevantes.

e. Colaboraciones y Reconocimientos:

- Contenido compartido o en colaboración con otras instituciones o entidades.
- Reconocimientos a personalidades o entidades por su participación cívica.

f. Historias (Facebook Stories):

- Actualizaciones rápidas y en tiempo real de eventos o actividades.
- Encuestas rápidas o preguntas.
- Fotografías o videos cortos.

3. Estilo y Tono:

- Profesional y Neutral: El contenido debe ser imparcial y objetivamente presentado.
- Claro y Conciso: La información debe ser fácil de entender para todo el público.
- Inclusivo: Asegurarse de que el lenguaje y las imágenes sean inclusivas y representativas de la diversidad de Puebla.

4. Monitoreo y Evaluación:

- Usar las herramientas analíticas de Facebook para monitorear el alcance, interacción, etc.

- Adaptar la estrategia según los resultados y retroalimentación de la audiencia.

5. Respuesta y Moderación:

- Establecer un protocolo para responder preguntas y comentarios.
- Moderar y eliminar comentarios inapropiados o desinformación.

Ejemplos de publicaciones para diferentes tipos de contenido, con un lenguaje incluyente, manteniendo el estilo y tono profesional, claro y neutral:

1. Información Institucional:

[Foto del edificio del IEE Puebla o logotipo]

"Desde el IEE Puebla, recordamos a todas y todos que la fecha límite para el registro de candidaturas es el [Fecha]. Estamos comprometidas y comprometidos con un proceso transparente y equitativo para todas las personas. #EleccionesPuebla2024"

Encuentra más detalles en [link a la página oficial].

2. Contenido Educativo:

[Infografía sobre cómo votar]

"¿Sabes cómo emitir tu voto de manera correcta? Aquí te lo explicamos paso a paso. ¡La participación de todas y todos es fundamental para nuestra democracia! #VotaInformado"

¿Dudas? Déjanos tus comentarios.

3. Interacción y Participación Ciudadana:

[Imagen promocional de un webinar o evento]

"Invitamos a todas y todos a unirse al webinar 'El proceso electoral en Puebla: Conoce tus derechos'. Acompáñanos este [Fecha] a las [Hora]. Tu opinión es vital. #IEEPueblaEnVivo"

Inscríbete aquí [link de inscripción].

4. Contenido Multimedia:

[Foto de un evento organizado por el IEE]

"Hoy en el IEE Puebla realizamos el foro 'Participación política de las mujeres'. Agradecemos a todas las personas que se unieron y participaron activamente. #ParticipaciónFemenina #IEEPuebla"

Consulta más fotos en nuestro álbum [link al álbum de fotos].

5. Colaboraciones y Reconocimientos:



[Foto o logotipo de una entidad colaboradora]

"Damos las gracias a [Nombre de la entidad] por sumar esfuerzos en pro de la educación cívica en Puebla. Juntas y juntos, fortalecemos nuestra democracia. #ColaboraciónIEEPuebla"

Más sobre esta colaboración en [link a noticia o comunicado].

Criterios de publicación Instagram

Estructura de publicación para garantizar un flujo constante, variado y relevante de contenido:

1. Frecuencia de Publicación:

- Tres veces a la semana: Una o dos publicaciones por día, dependiendo de la actividad y eventos del periodo electoral.

2. Estilo Visual:

- Paleta de colores: Usar colores institucionales para crear una identidad coherente. Por ejemplo, colores relacionados con el logo del IEE Puebla.
- Tipografía: Seleccionar una tipografía legible y coherente con la identidad visual del IEE.
- Marcos y bordes: Usar bordes consistentes o marcos para fotos, si es necesario, para mantener la cohesión visual.

3. Tipo de Contenidos:

- Fotos: De eventos, personal, ciudadanía votando, etc.
- Infografías: Datos relevantes sobre elecciones, procesos, fechas importantes, etc.
- Videos: Clips cortos sobre eventos, tutoriales, mensajes del personal del IEE, etc.
- Historias e IGTV: Para contenido más extenso, entrevistas, detrás de cámaras, etc.
- Carruseles: Series de imágenes o pasos, ideal para procesos o información más detallada.

4. Descripción (Caption):

- Lenguaje inclusivo: Asegurarse de que el lenguaje sea incluyente y represente a toda la ciudadanía.
- Brevidad y claridad: Las descripciones deben ser concisas pero informativas.



- Llamado a la acción (CTA): Si es necesario, invitar a las personas a hacer algo específico, como visitar un link, responder una pregunta o participar en un evento.
- Hashtags: Usar hashtags relevantes, como #IEEPuebla, #EleccionesPuebla2024, #VotaInformado, etc., para mejorar la visibilidad.

5. Interacción:

- Respuestas a comentarios: Es crucial interactuar con las y los usuarios respondiendo a sus comentarios y dudas.
- Encuestas y cuestionarios en Historias: Para saber la opinión de la gente o simplemente para interactuar y crear engagement.
- Etiquetas: Etiquetar a colaboradores, instituciones asociadas o personas relevantes cuando sea pertinente.

6. Publicaciones Destacadas:

Historias destacadas: Crear categorías para las historias destacadas (como "Eventos", "Informes", "Tutoriales") para que las y los usuarios puedan revisar contenido anterior relevante.

7. Monitoreo y Análisis:

- Herramientas de Instagram Insights: Para medir el rendimiento de las publicaciones, conocer las métricas de engagement, demografía de las personas seguidoras, etc., y ajustar la estrategia según sea necesario.

Ejemplos de publicaciones para diferentes tipos de contenido, con un lenguaje incluyente, manteniendo el estilo y tono profesional, claro y neutral:

1. Imagen:

- Gráfico con el porcentaje de participación ciudadana de elecciones pasadas.
- Descripción (Caption):
- "Cada voto es una voz que resuena en nuestra democracia. Gracias a todas y todos por ser parte del cambio y elevar la participación. Juntas y juntos hacemos la diferencia. #EleccionesPuebla2024 #VotaciónInclusiva"

2. Reel:

- Video: Secuencia de clips mostrando a diversas personas (de distintas edades, géneros, etnias y personas con discapacidades) dirigiéndose a votar, con música animada de fondo.
- Descripción (Caption):

- "En Puebla, cada paso hacia la urna es un paso hacia un futuro más inclusivo. ¡Participa! #DemocraciaEnMovimiento #TodxsVotamos"

3. Carrusel:

- Imagen 1: Infografía mostrando cómo registrarse para votar.
- Imagen 2: Infografía mostrando dónde encontrar tu casilla.
- Imagen 3: Infografía sobre cómo marcar la boleta correctamente.
- Descripción (Caption):
- "¿List@ para votar en Puebla? Aquí te dejamos un paso a paso para asegurarte de que tu voto cuenta. Desliza y descubre. #Guíadelvoto #DemocraciaPuebla"

Criterios de publicación X

Estructura de publicación para garantizar un flujo constante, variado y relevante de contenido:

1. Frecuencia de Publicación:

- Diaria: Cinco publicaciones por día, dependiendo de la actividad y eventos del periodo electoral.

2. Título/Cabecera:

- Una oración corta y directa que atraiga la atención de las personas usuarias.

3. Cuerpo del Post:

- Información principal en no más de 1-2 oraciones.
- Lenguaje claro y directo.
- Lenguaje inclusivo.

4. Enlace (opcional):

- Si se desea dirigir a la persona usuaria a un sitio web para obtener más detalles.

5. Multimedia:

- Una imagen, GIF, video o infografía que complemente el mensaje. El contenido visual tiene una mejor tasa de interacción en X.

6. Hashtags:

- 1-3 hashtags relevantes que aumenten la visibilidad del tweet.

7. Menciones:

- Mencionar otras cuentas relevantes si es necesario, usando '@'.



A large, stylized handwritten signature in blue ink, possibly reading 'A' or 'P', located on the right side of the page.

8. Emojis (opcional):

- 1-2 emojis relevantes para hacer el post más atractivo y amigable.

Ejemplos de publicaciones para diferentes tipos de contenido, con un lenguaje incluyente, manteniendo el estilo y tono profesional, claro y neutral:

Ejemplo 1:

- Título: ¡Es tu turno!
- Cuerpo del Tweet: La democracia es tarea de todas y todos. ¿Ya sabes dónde está tu casilla?
- Enlace: [Link a localizador de casillas]
- Multimedia: Imagen de una casilla electoral.
- Hashtags: #EleccionesPuebla #VotoInclusivo
- Menciones: @INE_Mexico

Ejemplo 2:

- Título: Información importante
- Cuerpo del Tweet: Consulta los resultados preliminares de las elecciones en tiempo real. ¡Mantente informadx!
- Enlace: [Link a página de resultados]
- Multimedia: Infografía con un gráfico de barras preliminar.
- Hashtags: #ResultadosPuebla #EleccionesTransparentes
- Menciones: @OPLES_Mexico

Criterios de publicación TikTok

Estructura de publicación para garantizar un flujo constante, variado y relevante de contenido:

1. Frecuencia de Publicación:

- Tres veces a la semana: Una o dos publicaciones por día, dependiendo de la actividad y eventos del periodo electoral.

2. Tipo de Video:

- Educativo: Explicando algún proceso o dato sobre las elecciones.
- Informativo: Actualizaciones, anuncios o resultados.
- Interactivo: Retos, preguntas o encuestas.



- Testimonios: Personas compartiendo sus experiencias votando o participando en eventos del IEE.
- Detrás de cámaras: Mostrando la preparación de eventos, armado de casillas, entre otros.

3. Duración:

- Los videos en TikTok pueden durar hasta 3 minutos, pero los más populares suelen ser de 15 a 60 segundos.

3. Descripción Breve:

- Un texto corto que complemente o introduzca el video. Puede incluir un CTA (llamado a la acción) como "¡Vota!" o "¡Infórmate".

4. Hashtags:

- 6-9 hashtags relevantes para aumentar la visibilidad y relacionados con el contenido del video.

5. Música/Audio:

- Seleccionar un audio relevante o popular que se adapte al contenido del video. También puedes utilizar audios originales o voces en off para explicar algo.

Ejemplos de publicaciones para diferentes tipos de contenido, con un lenguaje incluyente, manteniendo el estilo y tono profesional, claro y neutral:

Ejemplo:

- Tipo de Video: Educativo
- Duración: 45 segundos
- Descripción: ¿Sabías cómo se cuentan tus votos? ¡Descúbrelo en este breve tutorial! #VotoInformado
- Hashtags: #IEEPuebla #EleccionesPuebla #CómoVotar
- Música: Una melodía animada y neutra.
- Efectos: Uso de efecto de texto para resaltar pasos o datos clave.
- El video muestra de manera rápida y visual cómo se procesan y cuentan los votos, con gráficos sencillos y texto en pantalla que facilita la comprensión.

Crterios de publicación YouTube

1. Título del Video:

- Debe ser atractivo y descriptivo, con un límite de 60 caracteres para asegurar que no se corte en los resultados de búsqueda.



2. Descripción:

- Primeras líneas: Breve resumen del video o puntos clave. Es lo primero que las personas espectadoras verán antes de hacer clic en "mostrar más".
- Descripción detallada: Más información sobre el contenido del video, el propósito, datos relevantes y enlaces mencionados.
- Enlaces: Enlaces a recursos, sitios web oficiales del IEE Puebla y otras redes sociales.

3. Miniatura (Thumbnail):

- Debe ser visualmente atractiva y representativa del contenido. Puede contener texto breve, imágenes clave o rostros.

4. Etiquetas (Tags):

- Palabras clave relacionadas con el video que ayuden en la búsqueda y clasificación. Ejemplo: "Elecciones Puebla", "IEE Puebla", "Proceso electoral", etc.

5. Categoría:

- Selección de categoría que mejor se adapte al contenido del video, probablemente "Educación" o "Noticias y Política".

6. Tarjetas y Pantallas Finales:

- Se utilizan tarjetas para dirigir a las personas espectadoras a otros videos relevantes o enlaces externos. La pantalla final puede dirigirles a otro contenido del canal o hacer una llamada a la acción, como suscribirse.

7. Subtítulos:

- Subtítulos para hacer el contenido accesible a una audiencia más amplia, incluyendo a personas con discapacidades auditivas o aquellas que no hablen el idioma principal del video.

Ejemplo:

- Título: "¿Cómo Votar en las Elecciones de Puebla? | Tutorial IEE Puebla 2023"
- Descripción:
- "¿Es tu primer voto? ¡No te preocupes! En este tutorial, te guiaremos paso a paso sobre cómo votar en las elecciones de Puebla. Asegura tu voto y hazlo contar.
- Para más información, visita nuestro sitio web: [enlace]
- Síguenos en nuestras redes sociales: [enlaces]"
- Miniatura: Imagen de una urna electoral con el texto "¿Cómo Votar?"



- Etiquetas: "IEE Puebla", "Tutorial Voto", "Elecciones Puebla 2023", "Cómo votar"
- Categoría: Educación
- Tarjetas: Enlaces a videos sobre "Dónde encontrar tu casilla" y "Derechos de la persona votante".
- Subtítulos: En español, y si es posible, en otros idiomas relevantes para la región.

Criterios de podcast Spotify

1. Introducción Musical:

- Una melodía que identifique al podcast. Puede ser una canción instrumental o un jingle específico para el IEE Puebla.

2. Presentación:

- Una breve introducción sobre lo que se tratará en el episodio. Puede ser narrado por la persona anfitriona o una voz en off.

3. Saludo y Bienvenida:

- La persona anfitriona saluda a la audiencia, se presenta y ofrece un breve contexto sobre el tema del día.

4. Segmento Principal:

- Aquí es donde se aborda el tema en detalle. Puede ser una entrevista, una charla, una narración, etc. Dependiendo del formato elegido, es posible tener personas invitadas, expertas, expertos, testimonios, entre otros.

5. Segmento Interactivo:

- Una sección donde se puedan leer comentarios de la audiencia, resolver dudas, mencionar anécdotas o incluso realizar pequeños juegos o trivias relacionados con el tema. Esto crea una conexión más directa con las personas oyentes.

6. Reflexión o Resumen:

- Un espacio para recapitular lo discutido, destacar puntos clave o compartir opiniones personales.

7. Anuncios o Noticias:

- Información relevante sobre próximos eventos, fechas importantes, recordatorios, etc., relacionados con el IEE Puebla.

8. Despedida:

- Se agradece a la audiencia por escuchar, una pequeña introducción sobre el próximo episodio y se ofrece formas de contacto o interacción.



9. Cierre Musical:

- Puede ser la misma melodía de la introducción o alguna otra que esté en sintonía con la temática o el tono del podcast.

10. Créditos:

- Menciona a las personas involucradas en la producción, música, patrocinios (si los hay), entre otros.

Ejemplo de estructura para un episodio del podcast del IEE Puebla:

- Introducción Musical: Jingle del IEE Puebla.
- Presentación: "En el episodio de hoy, hablaremos sobre la importancia del voto joven en las elecciones de Puebla."
- Saludo y Bienvenida: "¡Hola a todos y todas! Soy [nombre de la persona anfitriona], y te damos la bienvenida a un nuevo episodio del podcast oficial del IEE Puebla."
- Segmento Principal: Entrevista con la persona experta en participación ciudadana juvenil.
- Segmento Interactivo: Lectura de comentarios de las juventudes oyentes sobre sus experiencias al votar por primera vez.
- Reflexión o Resumen: "Como hemos escuchado, el voto joven es crucial para..."
- Anuncios o Noticias: "Recuerda que el próximo [fecha], tendremos una jornada de información en..."
- Despedida: "Gracias por acompañarnos. No olvides seguirnos y compartir el podcast. ¡Hasta el próximo episodio!"
- Cierre Musical: Melodía instrumental suave.
- Créditos: "Producción: [nombre], Música: [nombre], Invitada/o: [nombre del experto/a]..."

Criterios de Spot de Radio

1. Gancho Inicial:

- Una frase o sonido llamativo que capte inmediatamente la atención de la audiencia.

2. Presentación:

- Introducción breve al tema o propósito del spot.

3. Mensaje Principal:



- Aquí se transmite la información esencial.
- Con un lenguaje claro y directo.

4. Refuerzo Musical o de Efectos de Sonido:

- Una melodía o efecto de sonido que apoye o enfatice el mensaje.
- Puede ser una música de fondo o un efecto específico que resalte un punto clave.

5. Llamado a la Acción:

- Se indica a la audiencia qué acción deseamos que realicen. Por ejemplo, "Participa en las próximas elecciones", "Infórmate en nuestra página web", etc.

6. Despedida y Datos de Contacto:

- Se finaliza con una frase de cierre y se proporciona información para que las personas puedan ponerse en contacto o buscar más información, como la página web del IEE Puebla o números telefónicos relevantes.

Ejemplo de Spot:

- Gancho Inicial: Sonido ambiente de una casilla electoral con gente platicando de fondo.
- Presentación: Voz en off: "Las elecciones en Puebla están a la vuelta de la esquina..."
- Mensaje Principal: "El IEE Puebla te invita a ejercer tu derecho al voto. Tu participación es esencial para el futuro de nuestra comunidad."
- Refuerzo Musical: Melodía inspiradora y optimista de fondo.
- Llamado a la Acción: "No dejes que otras personas decidan por ti. ¡Sal y vota este [fecha de la elección]!"
- Despedida y Datos de Contacto: "Para más información, visita nuestra página web o llama al [número]. ¡Tu voto cuenta!"

Criterios de Perfoneo

1. Introducción Musical o Sonido Identificativo:

- Una breve melodía o sonido que sea reconocible y que se asocie con el IEE Puebla.

2. Saludo y Presentación:

- Un saludo cordial para captar la atención.
- Introducción de forma breve al IEE Puebla.

A
P

3. Mensaje Principal:

- Se brinda la información esencial de manera concisa, evitando detalles superfluos.

4. Llamado a la Acción:

- Indica a la audiencia la acción que se desea que realicen, como visitar un sitio web, participar en una votación o asistir a un evento.

5. Información de Contacto o Referencia:

- Se proporciona un medio para que las personas obtengan más información o se pongan en contacto.

6. Despedida:

- Una frase de cierre que reitere el propósito del mensaje o que invite a la acción.

7. Cierre Musical o Sonido Identificativo:

- Puede ser el mismo que el de la introducción o uno diferente, pero que mantenga coherencia con el mensaje.

Ejemplo de Perifoneo:

- Introducción Musical: Breve jingle.
- Saludo y Presentación: "¡Hola, ciudadanas y ciudadanos de Puebla! Les habla el Instituto Electoral del Estado de Puebla."
- Mensaje Principal: "Recuerda que este [fecha] es la fecha de las elecciones. Tu voto es esencial para la democracia de nuestro estado."
- Llamado a la Acción: "Participa, infórmate y ejerce tu derecho al voto."
- Información de Contacto o Referencia: "Para más detalles, visita nuestro sitio web o nuestras oficinas en [dirección]."
- Despedida: "IEE Puebla, fortaleciendo nuestra democracia. ¡Te esperamos en las urnas!" Cierre Musical: Jingle.





MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA

PROCESO ELECTORAL LOCAL
2023-2024

CONTENIDO

1. Imagen gráfica
2. Presentación
3. Zona de protección y reducción mínima
4. Usos correctos
5. Usos incorrectos
6. Normas de utilización de la marca
7. Tipografías
8. Aplicaciones



1.

IMAGEN GRÁFICA



2. PRESENTACIÓN



URNA:

Se propone este elemento de forma central al ser el instrumento mediante el cual la ciudadanía vierte su participación el día de la Jornada Electoral.

+PUEBLA+

PUEBLA:

Servirá para referenciar y englobar a quienes intervienen geográfica y demográficamente en el Proceso Electoral Local 2023-2024.

ELECCIONES 2 DE JUNIO

Gubernatura • Diputaciones • Ayuntamientos

ELECCIONES 2 DE JUNIO:

Servirá para identificar la fecha exacta en la que se llevarán a cabo las elecciones eligiendo Gubernaturas, Diputaciones y Ayuntamientos.



3. ZONA DE PROTECCIÓN

El espacio de protección es un área mínima alrededor de la imagen, no podrá colocarse ningún otro elemento gráfico, fotográfico y/o tipográfico dentro de dicha área. La medida unitaria "X" corresponde a la altura de la letra "O" de la palabra Puebla.



Reducción mínima:



106px

4. USOS CORRECTOS



5. USOS INCORRECTOS



Se prohíbe cambiar o modificar los colores establecidos para el imago tipo.



Se prohíbe modificar la tipografía establecida.



Se prohíbe distorsionar el imago tipo de forma horizontal o vertical.

6. PALETA DE COLOR



C: 55 R:105
M: 45 G:105
Y: 44 B:105
K: 31



C: 17 R: 216
M: 23 G: 184
Y: 93 B: 30
K: 4



C: 29 R: 178
M: 31 G: 153
Y: 80 B: 68
K: 13



7. TIPOGRAFÍAS

Montserrat Black Italic

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

0123456789!;?¿()*@

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

Montserrat Medium Italic

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

0123456789!;?¿()*@

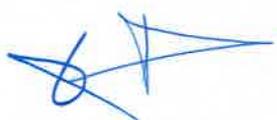


8. APLICACIONES

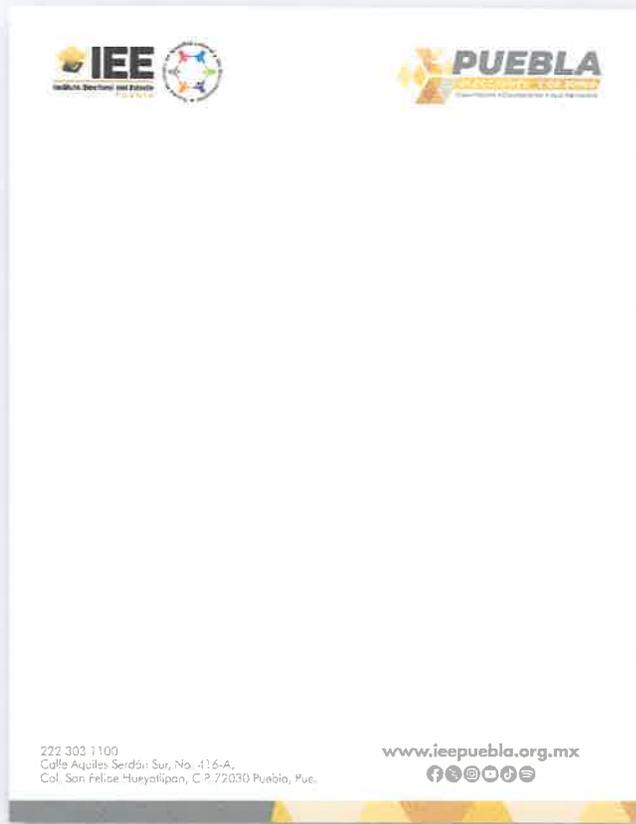


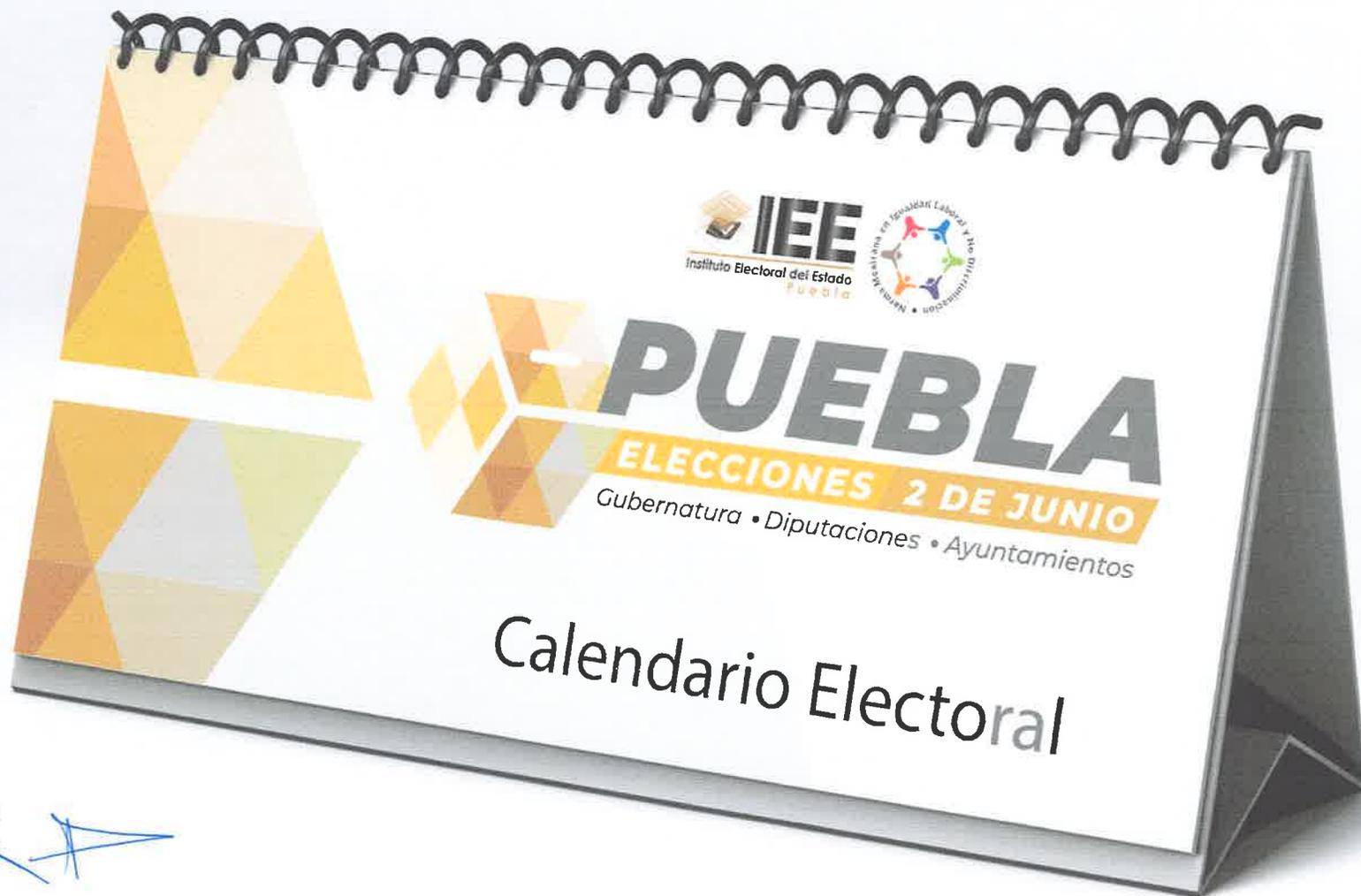


KA









Handwritten signature in blue ink.





[Handwritten signature]







A handwritten signature in blue ink, consisting of stylized, overlapping letters.







Handwritten signature in blue ink.





Handwritten blue scribbles.



Handwritten signature in blue ink.





(Handwritten signature)