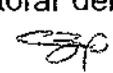


ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL, POR EL QUE SE APRUEBA LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN INSTITUCIONAL 2009.**CONSIDERANDO**

1. Que el Instituto Electoral del Distrito Federal es el organismo público, autónomo, depositario de la autoridad electoral y responsable de la función estatal de organizar las elecciones locales y los procedimientos de participación ciudadana, de conformidad con lo establecido en los artículos 123 y 124 del Estatuto de Gobierno del Distrito Federal.
2. Que con sustento en el artículo 127 del Estatuto de Gobierno del Distrito Federal, el Instituto Electoral del Distrito Federal tiene a su cargo, en forma integral y directa, además de las que le determina la ley, las actividades relativas a la capacitación y educación cívica, geografía electoral, los derechos y prerrogativas de los partidos políticos, al padrón y lista de electores, impresión de materiales electorales, preparación de la jornada electoral, los cómputos en los términos que señala la ley, declaración de validez y otorgamiento de constancias en las elecciones de diputados, Jefe de Gobierno y titulares de los órganos político-administrativos de las demarcaciones territoriales, así como la regulación de la observación electoral y de las encuestas o sondeos de opinión con fines electorales.
3. Que conforme a lo dispuesto por el artículo 2, párrafo tercero del Código Electoral del Distrito Federal, las autoridades electorales, para el debido cumplimiento de sus funciones, se rigen por los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, objetividad y equidad.
4. Que atento a lo dispuesto por el artículo 86 del Código Electoral del Distrito Federal, el Instituto Electoral del Distrito Federal es el organismo público autónomo de carácter permanente, depositario de la autoridad electoral y responsable de la función estatal de organizar las elecciones locales y los procedimientos de participación ciudadana, con personalidad jurídica y patrimonio propios, cuyos fines y acciones están orientadas, entre otras, a contribuir al desarrollo de la vida democrática; asegurar a los ciudadanos el ejercicio de los derechos político-electorales y vigilar el cumplimiento de sus obligaciones; garantizar la celebración periódica y pacífica de las elecciones y de los procedimientos de participación ciudadana; preservar la autenticidad y efectividad del sufragio, llevar a cabo la promoción del voto y coadyuvar a la difusión de la cultura democrática.
5. Que los artículos 88, fracciones I y II, y 89 del Código Electoral del Distrito Federal establecen que el Instituto Electoral del Distrito Federal tiene su domicilio y ejerce sus funciones en todo el territorio del Distrito Federal, teniendo en su estructura entre otros órganos, un Consejo General que es el órgano superior de dirección y una Junta Ejecutiva.  

6. Que en los términos del artículo 95, fracciones I, incisos a) y b), y XXXIII, del Código Electoral del Distrito Federal, el Consejo General del Instituto Electoral del Distrito Federal tiene facultades para aprobar y expedir los reglamentos, procedimientos y demás normatividad necesaria para asegurar el funcionamiento eficaz y eficiente del Instituto, y organizar las elecciones en los términos del Código, así como para dictar los acuerdos y resoluciones necesarios para hacer efectivas sus atribuciones legales.
7. Que el artículo 108, fracción VI, del Código Electoral, dispone que es atribución de la Junta Ejecutiva del Instituto proponer al Consejo General la Estrategia de Difusión Institucional.
8. Que de conformidad con el artículo 57, fracción V, del Reglamento Interior del Instituto Electoral del Distrito Federal, corresponde a la Unidad Técnica de Comunicación Social y Transparencia presentar al Secretario Ejecutivo la propuesta anual de la Estrategia de Difusión Institucional, para ser sometida a la consideración de la Junta Ejecutiva.
9. Que entre los Programas Generales, se encuentra el relativo a fortalecer la imagen del Instituto como un órgano autónomo encargado de organizar las elecciones y los procedimientos de participación ciudadana, contribuyendo en forma continua al desarrollo y fortalecimiento de la cultura democrática.
10. Que entre los objetivos y líneas de acción del Plan General de Desarrollo del Instituto Electoral del Distrito Federal 2006-2009, se prevé lo relativo a favorecer la identidad institucional como un órgano público, eficaz, eficiente confiable y capaz de establecer mecanismos de interlocución con autoridades, actores políticos, organizaciones de la sociedad civil que favorezcan el adecuado desarrollo de sus actividades.
11. Que a efecto de fortalecer la imagen del Instituto como un órgano profesional, imparcial, objetivo, transparente y confiable en el desempeño de sus funciones ante la ciudadanía, la opinión pública y los actores políticos; en el marco del Proceso Electoral 2008-2009, la Unidad Técnica de Comunicación Social y Transparencia de este Instituto, elaboró el proyecto de Estrategia de Difusión Institucional 2009, mismo que fue sometido a la consideración de la Junta Ejecutiva conforme a lo previsto por el 108, fracción VI, del Código de la materia.
12. Que en su Décimo Séptima Sesión Extraordinaria, celebrada el 13 de mayo de 2009, mediante acuerdo identificado con clave JE106-09, la Junta Ejecutiva del Instituto Electoral del Distrito Federal aprobó, por unanimidad de votos, el proyecto de Estrategia de Difusión Institucional 2009, mismo que somete a la consideración de este órgano superior de dirección, en los términos del documento anexo.

Por lo antes expuesto y con fundamento en los artículos 123, 124 y 127 del Estatuto de Gobierno del Distrito Federal; 2, párrafo tercero, 86, 88, fracciones I y II, 89, 95, fracciones I, incisos a) y b), XXXIII, 108, fracción VI del Código Electoral del Distrito

 - 

Federal; así en el artículo 57, fracción V, del Reglamento Interior del Instituto Electoral del Distrito Federal, el Consejo General del Instituto Electoral del Distrito Federal emite el siguiente:

ACUERDO

PRIMERO. Se aprueba la Estrategia de Difusión Institucional 2009 del Instituto Electoral del Distrito Federal, en los términos del documento que como anexo forma parte del presente acuerdo.

SEGUNDO. Todas las áreas del Instituto Electoral del Distrito Federal, en el ámbito de sus respectivas competencias y de conformidad con los programas aprobados por el Consejo General, deberá ajustar sus actividades de difusión a la estrategia señalada en el punto de acuerdo que antecede.

TERCERO. El presente acuerdo entrará en vigor al día siguiente de su aprobación.

CUARTO. Publíquese el presente acuerdo dentro de los tres días hábiles siguientes a su aprobación en los estrados del Instituto Electoral del Distrito Federal, tanto en oficinas centrales, como en sus cuarenta órganos desconcentrados y en el sitio del Instituto en Internet www.iedf.org.mx

Así lo aprobaron por unanimidad de votos los CC. Consejeros Electorales integrantes del Consejo General del Instituto Electoral del Distrito Federal, en la sesión pública de fecha cuatro de junio de dos mil nueve, firmando al calce, la Consejera Presidenta y el Secretario del Consejo General del Instituto Electoral del Distrito Federal, con fundamento en los artículos 105, fracción VI y 110, fracción XIII del Código Electoral del Distrito Federal, doy fe.

La Consejera Presidenta



Mtra. Beatriz Claudia Zavala Pérez

El Secretario Ejecutivo



Lic. Sergio Jesús González Muñoz



Estrategia de Difusión Institucional 2009

Junio 2009

A handwritten signature or mark, possibly initials, located at the bottom right of the page.

CONTENIDO

PRESENTACIÓN	3
INTRODUCCIÓN	4
DIAGNÓSTICO.....	6
MARCO LEGAL.....	10
DIFUSIÓN EN EL CONTEXTO DE LA MISIÓN Y VISIÓN INSTITUCIONAL.....	11
OBJETIVO GENERAL.....	11
OBJETIVOS PARTICULARES	12
LÍNEAS ESTRATÉGICAS.....	13
LÍNEAS DE ACCIÓN	16
INSTRUMENTOS.....	19
ANEXOS TÉCNICOS	21
Glosario.....	21
Diagramas.....	21

S.

PRESENTACIÓN

El Instituto Electoral del Distrito Federal llega a su décimo aniversario con tres retos fundamentales:

- Consolidar la confianza de la ciudadanía en la institución, en que su voto será respetado y que sí cuenta y,
- Promover la participación de los ciudadanos en el proceso electoral, ya sea como capacitadores o funcionarios de mesa directiva de casilla o ejerciendo su derecho al voto.

Este documento tiene el propósito de presentar una estrategia integral en materia de difusión, que contribuya a fortalecer la imagen y presencia del Instituto Electoral del Distrito Federal (IEDF) como un órgano público autónomo y confiable, depositario de la autoridad electoral y responsable de la función estatal de organizar las elecciones locales y los procedimientos de participación ciudadana, en cumplimiento a lo establecido por el Código Electoral del Distrito Federal.

Se trata en resumen, de lograr una comunicación más eficaz con los ciudadanos, y que estos reconozcan al IEDF como una institución comprometida con el desarrollo de un proceso electoral que cumpla con los principios de legalidad, certeza, imparcialidad, independencia, objetividad, equidad y profesionalismo.

Por ello, la presente Estrategia de Difusión Institucional constituye el marco de referencia para la realización de acciones de comunicación eficaces que den a conocer el resultado de los proyectos que desarrollan las distintas áreas que conforman el IEDF y requiere el concurso coordinado de todos sus integrantes *CS*.

INTRODUCCION

La construcción de la democracia en nuestro país y en nuestra ciudad requirió de órganos electorales independientes del gobierno que dieran certeza de que un voto emitido libremente define la integración de los órganos de gobierno que, por mandato legal, debe elegir la ciudadanía. Eso, afortunadamente se ha logrado.

El IEDF debe desplegar acciones de comunicación que ayuden a fortalecer la imagen institucional, dado que diversos estudios refieren un bajo posicionamiento. En consecuencia, fortalecer la confianza de los ciudadanos en este Instituto y distinguirlo como órgano electoral local, innovador y capaz de organizar comicios libres y transparentes, son retos de difusión preponderantes en el 2009.

Por ello es necesario instrumentar una Estrategia de Difusión Institucional que ofrezca al público en general, información clara y oportuna de las decisiones adoptadas por los órganos de dirección, ejecutivos, técnicos y de vigilancia.

En este tenor, se debe poner énfasis en algunos de los principios que guían la labor del Instituto en materia de comunicación social, es decir: difundir información de carácter institucional y con fines informativos, educativos o de orientación social.

Lo anterior, sin perder de vista las atribuciones que el Estatuto de Gobierno del Distrito Federal, el Código Electoral del Distrito Federal y el Reglamento Interior del IEDF le confieren al Instituto. Atribuciones que requieren del diseño y desarrollo de estrategias específicas en materia de difusión.

La Estrategia de Difusión 2009 da cabida al diseño y ejecución de estrategias específicas de difusión relacionadas con actividades de los órganos de dirección, técnicos y ejecutivos, como son los relacionados a elaborar proyectos y procedimientos pertinentes a fin de conocer las Tendencias y/o Resultados.

Electorales, Capacitación Electoral y Educación Cívica y Democrática, Promoción al Voto, Convocatoria para Observadores Electorales, Prerrogativas y Fiscalización, Delitos Electorales, Rehabilitación de Materiales Electorales, Urna Electrónica, Ubicación e Integración de Casillas Electorales, Validación de Resultados Electorales, Entrega de Constancias y Campaña de Agradecimiento, entre otras.

Esta estrategia contempla dos líneas estratégicas: una externa y otra interna.

La externa tiene como objetivos: fortalecer la confianza de los ciudadanos en el IEDF; dar especial atención a la promoción del proceso electoral y difundir las actividades institucionales que realizan diversas áreas para promover la cultura democrática.

La estrategia de comunicación interna servirá para que la misión y la visión del órgano electoral sean compartidas por todos los integrantes del IEDF. Conseguirlo requiere de aplicar líneas de acción e instrumentos comunicacionales acordes con ambos.

En este sentido, se difundirá el Décimo Aniversario del IEDF.

El presente documento se integra por un diagnóstico general de la percepción sobre la institución; el marco legal sobre el que se circunscribe la difusión, la misión y visión de la institución tratándose de actividades de difusión; un objetivo general acompasado por objetivos particulares; la definición de las líneas estratégicas y sus consecuentes líneas de acción, así como los respectivos instrumentos a aplicar para el cumplimiento de los objetivos trazados.

Al final se podrán conocer un glosario y diversos diagramas del quehacer institucional.

DIAGNÓSTICO

En el contexto social y político que vive la Ciudad de México, es de gran importancia para el IEDF contar con los elementos necesarios para conocer la percepción que el ciudadano tiene sobre sus funciones y el lugar que ocupa en el proceso de consolidación de la democracia no sólo en el ámbito local, sino dentro de todo el andamiaje político electoral del país.

Es así que, de cara al proceso electoral del próximo 5 de julio, es importante conocer cuáles son las expectativas que la población tiene sobre el desarrollo de las elecciones, los resultados de la votación y el actuar de las instituciones electorales, así como las motivaciones para el ejercicio del sufragio.

Se trata de identificar las dudas, cuestionamientos y preguntas de los ciudadanos, es decir, detectar los vacíos de información y a partir de ello, instrumentar los mecanismos necesarios para corregirlos, sobre todo para la promoción del voto. Es lograr que la ciudadanía en general, conozca y confíe en el trabajo del IEDF:

Según datos de la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas 2008, elaborada por la Secretaría de Gobernación, sólo el 9% de los encuestados externó un alto interés en la actividad política; el 52% manifestó estar poco o nada satisfecho con la actual democracia en México y sólo un 31% dijo confiar en las instituciones electorales, por debajo del Ejército y por encima del Congreso de la Unión. La mayoría de los que manifestaron tener algo o mucha confianza en las instituciones electorales piensa que las elecciones no serán limpias (66%).¹

¹ Segob "Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas 2008"
<http://www.gobernacion.gob.mx/portal/PtMain.php?pagina=salaprensa&articulo=1456>

Por otra parte, un altísimo porcentaje (84%) dijo sentirse orgulloso de ser mexicano pero solo el 1.3% de este porcentaje incluyó en sus motivos el aspecto político.

Según la “Encuesta Nacional Gobierno, Sociedad y Política 2008”, presentada por la empresa *Gabinete de Comunicación Estratégica*, la cual, en su apartado *Distrito Federal* y en el rubro de *Confianza en las Instituciones*, revela que los ciudadanos dieron una calificación de 4.8 a los órganos electorales locales.²

Lo anterior contrasta con la calificación que había recibido el Instituto en años anteriores. En octubre de 2005, la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM) presentó los resultados de la “Encuesta sobre política en el Distrito Federal”, en la que los entrevistados evaluaron con 6.9 el nivel de confianza en las instituciones encargadas de los procesos electorales. A su vez, en junio de 2006, de cara a la elección local, el periódico *Reforma* publicó una encuesta en la que se señalaba que el IEDF gozaba de la confianza del 71 por ciento de los ciudadanos.

En cuanto al proceso electoral, de acuerdo a los estudios realizados por la empresa *Levanta*, los ciudadanos no tienen una diferenciación entre las elecciones locales y federales, debido a que son concurrentes y al bajo interés en el tema electoral.³

Por ejemplo, la mayoría de los ciudadanos percibe al IEDF como un Instituto que trabaja de manera subordinada al IFE, y que su responsabilidad estriba en el conteo de los votos, y en el resguardo de la papelería electoral, principalmente.

El IEDF se confunde con el IFE tanto en nombre como en funciones. Ante el desconocimiento se le atribuyen actividades que el IFE y otras instancias realizan en torno a procesos electorales.

² “Encuesta Nacional Gobierno, Sociedad y Política 2008”. presentada por la empresa *Gabinete de Comunicación Estratégica*.

³ *Levanta. Estudio Cualitativo de Imagen y Percepción Institucional del IEDF* Noviembre 2008

Se observa que el IEDF tiene un posicionamiento muy bajo y su imagen se confunde con la del IFE por su nombre, logotipo, slogan y funciones.⁴

Una característica que coloca al IFE en una buena posición en el recordatorio colectivo es el trámite de la credencial de elector que más que un elemento de votación es considerado un documento oficial de identificación para realizar trámites. Este servicio no lo brinda el IEDF. Esta es una de las causas por la que los ciudadanos, no tienen una referencia directa con el IEDF y sí con el IFE.

Según los resultados del Estudio realizado por la empresa Punto Objetivo para la Campaña de Difusión para la Participación Ciudadana en 2009, existe un bajo conocimiento de la existencia y funciones del IEDF, ya que un número reducido de participantes entre 25 y más de 45 años tenía conocimiento de la existencia del IEDF y la mayoría atribuía la organización de las elecciones al IFE.⁵

Los momentos complejos por los que atravesó el organismo lo colocaron en una situación comunicacional difícil, situación que, por lo menos de manera mediática, afectaron su imagen. En este sentido, se afectó en razón de las opiniones del círculo rojo y de algunos lectores de periódicos por las menciones negativas de la prensa escrita a propósito de la crisis institucional de abril-octubre de 2008.

En la actualidad diversos medios de comunicación, electrónicos y de prensa escrita cubren las actividades ordinarias y extraordinarias que lleva a cabo el IEDF. La información difundida se relaciona directamente con los boletines de prensa emitidos por la propia institución, conferencias de prensa, entrevistas realizadas a los integrantes del Consejo General, y actividades vinculadas al proceso electoral.

Existe también información presentada en algunos medios que llega a editorializarse o a ser comentada por líderes de opinión, así como por filtraciones  .

⁴ Idem.

⁵ Punto Objetivo. Información de Calidad para Decidir "Campaña de Difusión para la Participación Ciudadana en Proceso Electoral Local 2008-2009. Estudio Cualitativo. Abril 2009

En resumen con base en la información referida, el Instituto tendría que atender y enfrentar lo siguiente: el poco conocimiento que se tiene con respecto a las actividades institucionales, la confusión respecto a áreas de competencia con el órgano electoral federal, el bajo nivel de credibilidad en el sistema de partidos, la escasa promoción de actividades relacionadas con valores democráticos sólidamente arraigados.

Así las cosas, el diagnóstico permitirá la generación de líneas estratégicas en el accionar a través de la implementación de diversas políticas y líneas de acción con sus consecuentes instrumentos 

MARCO LEGAL

La elaboración de la Estrategia de Difusión Institucional 2009 tiene como fundamento los siguientes ordenamientos legales:

- ✓ **Estatuto de Gobierno del Distrito Federal**
- ✓ **Código Electoral del Distrito Federal (Artículo 108, fracción VI)**
- ✓ **Reglamento Interior del Instituto Electoral del Distrito Federal (Artículo 57, fracción V)**
- ✓ **Reglamento del Instituto Electoral del Distrito Federal en materia de Transparencia y Acceso a la Información Pública** *S. CJP*

DIFUSION EN LA MISION Y VISION INSTITUCIONAL

El quehacer cotidiano del IEDF se realiza en apego a los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, objetividad y equidad que rigen la actividad electoral. Día con día se promueve el desarrollo de una cultura cívica democrática entre los habitantes de la ciudad de México y se contribuye a fortalecer el régimen de partidos y agrupaciones políticas locales.

La Estrategia de Difusión Institucional 2009 busca contribuir a fortalecer la confianza y el respeto de los ciudadanos hacia la institución, así como contribuir a la mejora de la capacidad de interlocución con los actores políticos y sociales, y hacer de la transparencia y rendición de cuentas, principios plenamente incorporados en la actuación institucional.

OBJETIVO GENERAL

La Estrategia de Difusión Institucional 2009 tiene como objetivo general fortalecer al IEDF ante la sociedad y ante los diferentes actores de la política y los medios de comunicación, como una institución autónoma, innovadora, confiable, en constante comunicación con la ciudadanía, respetuosa de la legalidad, comprometida con el principio de máxima transparencia y eficaz en la organización de los procesos electorales y ejercicios de participación ciudadana. 

OBJETIVOS PARTICULARES

La Estrategia de Difusión Institucional 2009 pretende:

- Coordinar la producción de acciones, mensajes y campañas eficaces de información y difusión de la misión y visión institucionales, en el contexto del Décimo Aniversario del IEDF.
- Fortalecer la confianza ante la opinión pública en el sentido de que el IEDF constituye una garantía respecto a la gobernabilidad democrática, el desarrollo cívico-político de la Ciudad de México y contribuir al fortalecimiento del régimen de partidos y agrupaciones políticas.
- Colocar al IEDF como una institución vanguardista en la organización de los procesos electorales, por lo que se difundirán y promoverán los programas y acciones encaminados al uso y aplicación de herramientas y mecanismos de innovación tecnológica (urna electrónica, sistemas de cómputo de resultados preliminares, materiales de apoyo a personas con discapacidad).
- Fortalecer la imagen del Instituto mediante el desarrollo del concepto imagen-contenido en los productos editoriales, gráficos y audiovisuales para incrementar su calidad y efectividad.
- Difundir ampliamente en los medios de comunicación el Programa de Resultados Electorales Parciales (PREP), y realizar las gestiones para que los medios de comunicación difundan el PREP conforme a los lineamientos que establece la normativa aplicable.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Las autoridades electorales son instituciones al servicio de los ciudadanos que, cotidianamente deben evidenciar y facilitar a éstos el ejercicio de sus derechos cívicos y político electorales, abonar para que -en contextos de organización de un proceso electoral- las personas elijan en orden y paz a sus gobernantes.

Por ello es necesario que, para la operación de la estrategia, resulta adecuada la permanente consulta y colaboración entre las distintas áreas del IEDF. Podrá ser modificada parcialmente o adicionada de acuerdo a las necesidades que requieran respuesta inmediata.

Durante el proceso electoral todo mensaje audiovisual debe rubricarse con el lema: Vota DF este 5 de julio. En todo momento, la producción editorial y de promoción se identificará con el logotipo del Décimo Aniversario.

Para cumplir con lo anterior, se comprenden dos grandes líneas estratégicas: externa e interna.

La *externa* tiene como objetivos: fortalecer la confianza de los ciudadanos en el IEDF; promover el voto y difundir las actividades institucionales que realizan diversas áreas en pro de la cultura cívica democrática.

El IEDF, en tanto órgano autónomo encargado de organizar elecciones, debe favorecer la competencia entre los partidos políticos en un marco de libertad, transparencia y equidad. Situación que implica tener una presencia permanente en el acontecer cotidiano.

No se debe olvidar la importancia que los medios de comunicación escrita y los espacios noticiosos en los medios masivos de comunicación, tienen con nuestro público-objetivo primario: los habitantes del Distrito Federal, en edad de votar, así 

como nuestro público-objetivo secundario: los ciudadanos que no están en edad de votar.

El Instituto debe establecer una comunicación abierta hacia el exterior, debe tener un objetivo y un plan multidireccional, de arriba hacia abajo, de abajo hacia arriba, transversal, interno-externo; debe estar bien organizada, mejor instrumentada y valerse de mejores herramientas, dispositivos e indicadores.

Para tal efecto, se deben establecer de manera precisa:

Línea estratégica para difundir y fortalecer la Imagen Institucional.- Fortalecer una identidad institucional. Para ello, se necesitan mensajes homogéneos y acciones de difusión integrales.

Línea estratégica para difundir y promocionar la participación ciudadana.- Colaborar en los asuntos de la comunidad en la tarea básica y de mayor importancia para el proceso electoral: incentivar la participación de los ciudadanos ya sea como funcionarios de casilla, observadores de la contienda o en el pleno ejercicio de su derecho al voto activo y pasivo.

Línea estratégica para difundir las tendencias y/o resultados electorales preliminares el día de la jornada electoral. Operar e instrumentar las acciones para difundir ampliamente el Programa de Resultados Electorales Parciales.

Línea estratégica para difundir y desarrollar una cultura democrática.- Impulsar la difusión de valores, habilidades, prácticas y actitudes para fomentar la democracia no sólo como una forma de gobierno, sino como un sistema de vida que coadyuve a la formación de ciudadanos conscientes de sus derechos y del valor de su participación, que no se agota con el ejercicio del voto. En este sentido, se coadyuvará con las áreas que tienen la misión de impulsar los programas de formación y desarrollo de la cultura democrática.

Por lo que se refiere a la *línea estratégica interna*, ésta plantea espacios de información, participación y opinión que contribuirán para que la misión y visión del órgano electoral sean compartidas por todos los integrantes del IEDF.

En este sentido, la línea estratégica interna debe encaminarse a:

Revisión de la Imagen actual.- En la búsqueda de fortalecer la imagen institucional y ubicar las posibles debilidades en el modelo de comunicación seguido hasta la fecha, es conveniente revisar investigaciones o estudios como “Valores, ciudadanía y democracia”. “Encuesta sobre valores ciudadanos en el Distrito Federal 2008” o el reporte analítico “Levanta”. No obstante, tenemos la certeza de que una vez concluida la jornada electoral, los casos de impugnación y las quejas determinarán también la imagen del IEDF.

Identidad Institucional.- La comunicación interna deberá fomentar el sentido de pertenencia e identidad con la misión a cumplir. Con esta medida se conseguirá un círculo virtuoso de comunicación en el que la opinión interna permee hacia el exterior.

Para lograr lo anterior es necesario estrechar canales de comunicación entre las diferentes áreas del Instituto, con el fin de crear sinergias que conlleven a una relación armónica. Así se impulsará una imagen de solidez que se proyectará a la sociedad, ya sea por los canales tradicionales como por los usuarios de los diferentes servicios que ofrece el Instituto.

gp
5.

LÍNEAS DE ACCIÓN

Por lo que se refiere a las acciones para concretar la línea estratégica de difusión externa, se buscará :

1. Fortalecer la relación con los medios de comunicación, sustentada en la colaboración y el respeto, que tenga como premisa mantener informada a la comunidad, de forma veraz y oportuna.
2. Facilitar a los representantes de los medios de comunicación los instrumentos e información necesarias para la realización de su labor informativa.
3. Propiciar acercamientos con directivos de los medios de comunicación y con representantes de la opinión pública (columnistas, articulistas y comentaristas), con el fin de intercambiar puntos de vista sobre temas de su interés.
4. Promover la participación de los medios de comunicación en los simulacros y pruebas sobre el uso de la Urna Electrónica y Conteos Rápidos y Dinámicos.
5. Convocar a los medios de comunicación a difundir en sus portales de internet el Programa de Resultados Electorales Parciales. Envío de invitación, presentación de los programas y especificaciones técnicas de los mismos, así como el abastecimiento de la información.
6. Aplicación de nuevas tecnologías para mantener un contacto permanente con los medios de comunicación.
7. Ofrecer a los medios de comunicación seminarios o cursos de actualización en materia electoral.



8. Elaborar materiales –carpetas informativas- para los representantes de los medios de comunicación, donde encuentren información relacionada con las principales decisiones relacionadas con el proceso electoral en curso.

9. Difundir y promover las acciones que vinculen al Instituto con la comunidad, especialmente en lo relacionado con temas políticos electorales y de educación cívica.

10. Promover la participación del IEDF en entidades y organismos privados y públicos para lograr un mejor conocimiento e intercambio de información sobre programas específicos de interés público.

11. Apoyar y promover la difusión de publicaciones institucionales que editen las diversas áreas.

Por lo que se refiere a la línea estratégica interna, las acciones a seguir son:

1. Difundir los alcances de las actividades realizadas por las diferentes áreas que integran el Instituto.

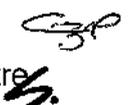
2. Modernizar y automatizar la comunicación social del Instituto.

3. Potenciar los usos de los sistemas informáticos con que cuenta el Instituto.

4. Analizar de forma permanente perspectivas de participación en apoyo a eventos específicos.

5. Comunicar las tareas y los resultados que ofrezcan las diversas áreas del IEDF, se realizarán diversas actividades de información y difusión.

6. Plantear actividades para la creación de espacios de información y opinión entre los integrantes de las diversas áreas del IEDF.



7. Procesar la información que generen las distintas áreas para enriquecer la página web del Instituto, para hacer de ésta, una herramienta de consulta ciudadana eficaz.

8. Acercar a todo el personal del Instituto a conocer todas las actividades ordinarias y extraordinarias que se realizan por el IEDF.

9. Crear foros de participación al interior del Instituto, en los que las diferentes áreas den a conocer sus tareas, logros y metas en el corto, mediano y largo plazo. Las relativas a las actividades cotidianas y las realizadas durante el desarrollo de la jornada electoral.

10. Fomentar la participación en actividades deportivas, como es el caso de la 4^a Carrera por la Democracia.

CSF
5.

INSTRUMENTOS

DIFUSIÓN EXTERNA

- Organizar ruedas de prensa y otros encuentros no formales o sin convocatoria, entre los medios de comunicación y los funcionarios electorales.
- Emitir a los diferentes medios de comunicación boletines de prensa, invitaciones, avisos, comunicados y otros instrumentos, para difundir la información generada por el Instituto.
- Mejorar el espacio físico de la Sala de Prensa y proveer a los reporteros de las herramientas necesarias para el óptimo desarrollo de su labor periodística.
- Expedir acreditaciones a los medios de información locales y nacionales que darán cobertura a la jornada electoral y actualizar los directorios de medios de comunicación
- Con el propósito de fortalecer la confianza ciudadana en el IEDF se implementará una difusión amplia y proactiva de elementos tecnológicos innovadores, como son: urna electrónica, conteos dinámicos y conteos rápidos.
- Acercar a la ciudadanía las acciones que realiza el IEDF, a través del uso de medios alternativos como el internet, una estación de radio virtual, y la publicación del Periódico Mural *Verbo Elegir*, en líneas del transporte público e instituciones públicas de educación básica, media superior y superior.
- Supervisar y dar seguimiento a los canales de comunicación establecidos por el Instituto, como son: inserciones, página de Internet, así como buscar otras alternativas como *radio virtual* y banners de enlace en diferentes páginas de Internet universitarias, entre otros.
- Con el fin de incentivar la participación ciudadana en el proceso electoral, se crean y difunden spots en radio y televisión para que la ciudadanía conozca: qué es el IEDF, la capacitación de los funcionarios que integrarán

las mesas directivas de casilla, qué elegiremos el 5 de julio, qué es la urna electrónica y el papel del IEDF en las diferentes etapas que comprende la jornada electoral.

DIFUSIÓN INTERNA

- Generar materiales informativos como folletos institucionales, memorias, almanaques y gacetas, incorporando un lenguaje claro y accesible para cualquier lector.
- Apoyar de manera permanente todos los eventos realizados por el Instituto al interior y al exterior, a través de fotografía, video y cobertura periodística.

ANEXOS TÉCNICOS**GLOSARIO DE TÉRMINOS****COMUNICACIÓN**

El término "comunicación" proviene de la raíz latina "comunis" que significa "común". De allí que comunicar, signifique transmitir ideas y pensamientos con el objetivo de ponerlos "en común" con otro.

Comunicación externa

La comunicación externa en las instituciones implica dar y recibir información entre las organizaciones y su entorno. La comunicación externa se utiliza para proporcionar información persuasiva a los representantes del entorno acerca de las actividades, productos o servicios de la institución.

Información

Se deriva de la palabra latina *informare*. Significa poner en forma, dar forma a algo. Crear una idea o noción.

Comunicación Institucional

Engloba a un organismo humano que, a partir de principios y una estructura concreta, se coordinan actividades comunicacionales para algunos fines.

Comunicación Interna

La comunicación interna sirve para conocer la misión y visión de la Institución. El objetivo es mejorar el funcionamiento de la Institución.

A través de la Comunicación Interna se facilita el despliegue de todo el aparato de comunicación institucional dirigido al personal con el objeto de:

- Promover la comunicación entre los integrantes de la Institución;
- Facilitar la integración entre los objetivos personales y los institucionales;
- Reducir focos de conflicto interno;

- Crear espacios de información
- Generar identidad entre los miembros de la Institución.

IDENTIDAD GRÁFICA

La identidad gráfica institucional es un sistema de signos y símbolos que tiene como fin distinguir a una institución u organización de las demás.

La identidad -según Joan Costa, reconocido teórico de la comunicación y el diseño- es la suma intrínseca del ser y su forma (su esencia), expresada en el conjunto de rasgos particulares que diferencian a un ser de todos los demás, que aplicado a la identidad institucional nos lleva a entender que ésta no sólo identifica a una institución por su nombre, sino por todo lo que implica: su filosofía, lo que es y lo que significa, así como por lo que busca.

INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN

Los instrumentos de comunicación son herramientas que sirven para difundir los mensajes institucionales a la sociedad y al personal de una institución en particular.

Banners

Mensajes institucionales interactivos en Internet que se pueden difundir en diferentes páginas de la RED para aumentar su cobertura.

Acercamiento institucional con representantes de los medios

Relación interpersonal o comunicación informal a través de la cual se comunican de forma directa acciones y políticas de la Institución. Este acercamiento se da entre los funcionarios de una institución y los periodistas de los medios de comunicación.

Inserciones en prensa

Anuncios institucionales para dar a conocer actividades o difundir mensajes específicos de la institución de tipo coyuntural.



Para las inserciones en prensa se aplica invariablemente el procedimiento **UCS001**, aprobado, mediante el **ACU-137-02**, por el Consejo General el 30 de octubre de 2002, así como el total apego al Manual de Identidad Gráfica Institucional. Para determinar los medios impresos en que se insertará la información institucional, se siguen los siguientes criterios:

- Importancia y penetración del medio
- Público objetivo de la actividad
- Perfil de lector
- Costos económicos

Información en Sitio en Internet

Espacio para la difusión de mensajes de interés para la Institución, a través de la WEB.

Información en Intranet

Comunicación interna de interés para el personal de la Institución (vía *Lotus Notes*).

Estación Virtual de Radio

Sitio en Internet donde se fomentará la participación de los jóvenes del Distrito Federal en los temas de índole electoral.

Medios internos

Periódicos murales, gacetas, trípticos y exposiciones fotográficas. Instrumentos de comunicación interna dirigidos al personal de la Institución.

Ediciones institucionales: libros, colecciones, cuadernos, estadísticas, etc. En este caso se deben respetar los Lineamientos Editoriales de la institución, así como el Manual de Identidad Gráfica.

Estudios de Opinión

Investigaciones especializadas que permiten a la Institución conocer y evaluar situaciones específicas.

Medios alternativos

Instrumentos innovadores para la difusión de mensajes institucionales a públicos específicos.

CSF
S.



INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL
PROGRAMA DE TRABAJO 2009
UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y TRANSPARENCIA
ACTIVIDADES PROCESO ELECTORAL

Período del 02 Enero al 31 de Diciembre del 2009
 Unidad Responsable: Líneas Técnicas de Comunicación Social y Transparencia
 Actividad Substrato del Área: Fortalecer la imagen del IEDF desde la óptica de la ciudadanía y empujones de interés público

Estrategias(9) Entendidos: Imagen e Independencias del Instituto

Estrategia	Objetivo	Meta	Indicador	Proyecto	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo		Junio		Julio		Agosto		Septiembre		Octubre		Noviembre		Diciembre		Observaciones
					Prog	Real	Prog	Real	Prog	Real	Prog	Real	Prog	Real	Prog	Real	Prog	Real	Prog	Real	Prog	Real	Prog	Real	Prog	Real	Prog	Real	
1. Promover la imagen y actividades de la Institución	1.1	Programa de Acción	1.1.1	Organizar ruedas de prensa y otros encuentros no formales o no convocados, entre los medios de comunicación y los funcionarios electorales	15	2	15	2	20	2	37	5	52	5	67	5	74	10	81	15	17	2	17	2	15	2	13		
					160%	15%																							
2. Emitir a los diferentes medios de comunicación	2.1	Acción	1.2	Emitir a los diferentes medios de comunicación boletines de prensa, invitaciones, avisos comunicados y otros instrumentos, para difundir la información generada por el Instituto	7	7	7	7	10	10	20	20	20	20	30	30	35	35	45	45	7	7	7	7	7	7	5		
					15%	15%																							
3. Mejorar el espacio físico de la Sala de Prensa y proveer a los reporteros de las herramientas necesarias para el optimo desarrollo de su labor periodística	3.1	Acción	1.3	Mejorar el espacio físico de la Sala de Prensa y proveer a los reporteros de las herramientas necesarias para el optimo desarrollo de su labor periodística	3	3	3	3																					
					10%	10%																							
4. Expedir acreditaciones a los medios de información locales y nacionales que darán cobertura a la jornada electoral y actualizar los directorios de medios de comunicación	4.1	Acción	1.4	Expedir acreditaciones a los medios de información locales y nacionales que darán cobertura a la jornada electoral y actualizar los directorios de medios de comunicación	3	3	3	3																					
					10%	10%																							

CBP
5

Periodo del 02 Enero al 31 de Diciembre del 2009

Unidad Responsable: Unidad Técnica de Comunicación Social y Transparencia

Actividad Sustantiva del Área: Fortalecer la imagen del IEDF desde la óptica de la ciudadanía y entidades de interés público

Estrategia(s) Enfocada(s): Imagen e independencia del Instituto

ID	Nombre de la Meta y Actividades de soporte	Actividad	Meta valorable	% de peso específico proyecto y actividad	RANGO DE PRIORIDAD (1=Alto, 2=Medio, 3=Bajo)	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo		Junio		Julio		Agosto		Septiembre		Octubre		Noviembre		Diciembre		Fundamento legal	Criterio absoluto alcanzado al periodo	Observaciones
						Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real	Prog.	Real			
18	Supervisar y dar seguimiento a los canales de comunicación establecidos por el Instituto, como son, inserciones, página de Internet, así como buscar otras alternativas como radio virtual y banners de enlace en diferentes páginas de Internet universidades entre otros	Difusión	130	10%		5	5	7	9	20	25	25	10	7	7	5	5															
19	Con el fin de incentivar la participación ciudadana en el proceso electoral, se crean y difunden spots en radio y televisión para que la ciudadanía conozca, que es el IEDF la capacitación de los funcionarios que integran las mesas directivas de casilla, qué elegiremos el 5 de julio, que es la urna electrónica y el papel del IEDF en las diferentes etapas que comprende la jornada electoral.	Campaña	7	10%				2	3	2																						
20	Difusión Interna	Programa	54	100%		3	4	4	6	6	6	8	5	5	3	2	2															La cobertura estará sujeta a la
21	Establecer los canales de comunicación entre las diversas áreas del Instituto para conocer las actividades ordinarias y extraordinarias realizadas, en especial, en el marco de la preparación y desarrollo de cada una de las etapas que conforman el actual proceso electoral	Plan	37	40%		1	2	2	4	4	4	6	4	4	2	2	2															La difusión estará sujeta a la programación de eventos de cada dirección

CGP

5.

Periodo del 02 Enero al 31 de Diciembre del 2009

Unidad Responsable: Unidad Técnica de Comunicación Social y Transparencia
Actividad Sustantiva del Área: Fortalecer la imagen del IEDF desde la óptica de la ciudadanía y entidades de interés público

Estrategia(s) Entocada(s): Progreso e Independencia del Instituto

#	Nombre de la Meta y Actividades de soporte	Actividad clave	Meta y valor	% de peso específico por meta y actividad	RANGO DE PRIORIDAD (1: Alto, 2: Medio, 3: Bajo)	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo		Junio		Julio		Agosto		Septiembre		Octubre		Noviembre		Diciembre		Fundamento Legal	% de valor ejecutado acumulado al período	Observaciones
						Prog.	Real.	Prog.	Real.	Prog.	Real.	Prog.	Real.	Prog.	Real.	Prog.	Real.	Prog.	Real.	Prog.	Real.	Prog.	Real.	Prog.	Real.	Prog.	Real.	Prog.	Real.			
2.2	Para modernizar y automatizar la comunicación social del instituto, se generan materiales informales como folletos institucionales, mamonas, almanaques y gacetas. Dichos documentos deben incorporar nuevos lemas, reestructurar sus contenidos, optimizar los textos, utilizar un lenguaje claro y accesible para cualquier lector.	Difusión	10	20%		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1				
2.3	Apoyar de manera permanente todos los eventos realizados por el Instituto al interior y al exterior, a través de fotografía, video y cobertura periodística.	Cobertura	7	40%		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1				Las publicaciones están contempladas de acuerdo al marco jurídico y pueden modificar su inicio por acuerdo del Consejo General.

Responsable:

Lic. José Jacinto Díaz Carreaga

Titular de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Transparencia

Vs.Bo.

Lic. Eduardo Sergio Gómez Bustamante

Secretario Administrativo

Autorizó:

Lic. Sergio Jesús González Muñoz

Secretario Ejecutivo



INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL
PROGRAMA DE TRABAJO 2009
UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACION SOCIAL Y TRANSPARENCIA
ACTIVIDADES POR ÁREA

Periodo del 02 Enero al 31 de Diciembre del 2009

Unidad Responsable: Unidad Técnica de Comunicación Social y Transparencia
 Actividad Sustantiva del Área: Fortalecer la imagen del IEDF desde la óptica de la ciudadanía y entidades de interés público

Estrategia(s) Enfocada(s): Imagen e independencia del Instituto

#	Nombre de la Meta y Actividades de soporte	Actividad clave	Meta valor abs.	% de peso específico por meta y actividad	RANGO DE PRIORIDAD: (1) Alto (2) Medio (3) Bajo	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo		Junio		Julio		Agosto		Septiembre		Octubre		Noviembre		Diciembre		Fundamento Legal	% o valor absoluto acumulado al periodo	Observaciones			
						Prog	Real	Prog	Real	Prog	Real	Prog	Real	Prog	Real	Prog	Real	Prog	Real	Prog	Real	Prog	Real	Prog	Real	Prog	Real	Prog	Real						
Capacitación Electoral y Educación Cívica																																			
1	Coadyuvar en el cumplimiento del Programa de Educación Cívica y Democrática del IEDF	Seguimiento	38	100%		3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Art 4, 99, 114 del Código Electoral del DF, Art. 57 del Reglamento		
1.1	Apoyar mediante asesorías en materia de comunicación en la elaboración y difusión de materiales e instructivos de Capacitación y Educación Cívica	Acción	12	30%		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1				
1.2	Planear y desarrollar estrategias conjuntas para motivar a los ciudadanos al cumplimiento de sus obligaciones y el ejercicio de sus derechos político-electorales	Acción	12	30%		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1				
1.3	Dar cobertura y difusión a la suscripción de convenios en materia de Educación Cívica y Democrática	Difusión	5	20%				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1				
1.4	Reuniones con organismos públicos y Privados	Acción	7	20%		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1				
2	Coadyuvar en el desarrollo de las campañas de difusión de las convocatorias del proceso electoral	Seguimiento	15	100%		2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	Art 4, 99, 114 del Código Electoral del DF; Art. 57 del Reglamento Interior		

S

