

ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL, POR EL QUE SE APRUEBA LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN INSTITUCIONAL 2007 DEL INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL

C O N S I D E R A N D O

1. Que el Instituto Electoral del Distrito Federal es autoridad en materia electoral, independiente en sus decisiones, autónomo en su funcionamiento y profesional en su desempeño, de conformidad con lo establecido en los artículos 123 y 124 del Estatuto de Gobierno del Distrito Federal.
2. Que el artículo 3°, párrafo segundo, del Código Electoral del Distrito Federal, establece que las autoridades electorales, para el debido cumplimiento de sus funciones, se regirán por los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, objetividad y equidad.
3. Que el artículo 28 del Código Electoral del Distrito Federal, dispone que la Dirección Ejecutiva de Asociaciones Políticas, tendrá a su cargo, entre otras la gestión, adquisición, contratación de espacios públicos y privados en la radio y televisión para el desarrollo de las propias actividades del Instituto.
4. Que de conformidad con lo dispuesto en el artículo 52 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.
5. Que de conformidad con el artículo 52, incisos a) y f) del Código Electoral del Distrito Federal, los fines y acciones del Instituto estarán orientados a contribuir al desarrollo de la vida democrática, así como llevar a cabo la promoción del voto y coadyuvar a la difusión de la cultura democrática.
6. Que de acuerdo con el artículo 54, inciso a) del Código Electoral del Distrito Federal, el Consejo General es el órgano superior de dirección del Instituto Electoral del Distrito Federal.
7. Que el artículo 60, fracción XXVII del Código Electoral del Distrito Federal, establece que el Consejo General del Instituto Electoral del Distrito Federal tiene entre sus atribuciones la de dictar los acuerdos necesarios para hacer efectivas las mencionadas en el citado precepto legal y las demás señaladas en el mismo Código.
8. Que el artículo 74 bis del Código Electoral del Distrito Federal, establece que el Instituto contará con una Junta Ejecutiva que será presidida por el Presidente del Instituto e integrada por el Secretario Ejecutivo, quien será el Secretario de la Junta Ejecutiva y, por los Directores Ejecutivos.




9. Que conforme al artículo 74 Ter, fracción XVII, del citado Código es atribución de la Junta Ejecutiva, el proponer al Consejo General del Instituto Electoral del Distrito Federal, la estrategia de difusión institucional.
10. Que el artículo 91 del Código Electoral Local establece entre otros aspectos, que para vigilar la producción y difusión de las actividades del Instituto Electoral del Distrito Federal en los medios masivos de comunicación se integrará el Comité de Radiodifusión.
11. Que conforme al artículo 50, fracción III del Reglamento Interior del Instituto Electoral del Distrito Federal, corresponde a la Unidad de Comunicación Social, proponer al Consejero Presidente, estrategias de difusión institucional para ser sometidas a la consideración de la Junta Ejecutiva.
12. Que en las Políticas Generales del Instituto Electoral del Distrito Federal, aprobadas por el Consejo General en sesión pública el día 9 de noviembre de 2006, se encuentra la de fortalecimiento de la imagen institucional que busca consolidar una identidad propia como depositario de la autoridad electoral y garante de los principios de certeza, legalidad, independendencia, imparcialidad, objetividad y equidad que acrecienta la confianza y el reconocimiento de la ciudadanía en su actuación.
13. Que en los Programas Generales aprobados por el órgano superior de dirección en sesión pública del 9 de noviembre de 2006, se encuentra el Programa General de Imagen Institucional el cual apunta a mejorar el posicionamiento del Instituto ante la ciudadanía, identificándolo como autoridad y órgano autónomo encargado de realizar los procesos electorales de participación ciudadana en el Distrito Federal, a través de la difusión de sus fines y actividades; así como el programa general de cultura democrática, orientado a fomentar el desarrollo de conocimientos, valores, actitudes y acciones democráticas entre los niños, los adolescentes y ciudadanos del Distrito Federal, mediante la realización de acciones y eventos para ese fin, en colaboración con instituciones públicas y privadas, medios de comunicación masiva, organizaciones civiles y asociaciones políticas.
14. Que de conformidad con lo que establece la Visión expresada en el Plan General de Desarrollo del Instituto Electoral del Distrito Federal 2006-2009 aprobado en sesión pública el día 9 de noviembre de 2006, y con la ejecución del mencionado plan, se perfila que el Instituto goce de la confianza y el respeto de los ciudadanos por ejercer su autoridad con apego a los principios rectores de la función estatal electoral, por su capacidad de interlocución con los actores políticos y sociales y por su conocimiento experto en materia electoral.
15. Que entre los Objetivos Estratégicos establecidos en el Plan referido en el considerando que antecede, se encuentra el relativo a fortalecer la autonomía y el desarrollo de la imagen institucional que tiene por objeto generar confianza entre los habitantes y entes políticos y sociales del Distrito Federal, de que el Instituto se conduce de manera legal y responsable en el uso de sus recursos y la realización de sus actividades, en aras de lograr un mejor posicionamiento y reconocimiento




como un órgano electoral autónomo con capacidad de interlocución, partidos políticos, agrupaciones políticas locales y organizaciones de la sociedad civil, así como generar información y análisis relevantes en materia electoral.

16. Que entre las Líneas Estratégicas establecidas en el Plan referido en el considerando 12 del presente acuerdo, se encuentra la de Fortalecimiento de la Identidad Institucional que contiene entre otras líneas de acción las relativas a desarrollar e implementar la estrategia de difusión que fortalezca la imagen institucional; así como desarrollar una estrategia de comunicación social que impulse el posicionamiento del Instituto en la sociedad, a través de los medios de comunicación.
17. Que la Junta Ejecutiva en su sesión iniciada el 12 de de diciembre de 2006 y finalizada el 19 de diciembre de 2006 aprobó la Estrategia de Difusión Institucional 2007 que presentó la Unidad de Comunicación Social y, en consecuencia, acordó someterla a consideración del Consejo General en términos de lo señalado en el Artículo 9, fracción XIV, del Reglamento de Organización y Funcionamiento de la Junta Ejecutiva del Instituto Electoral del Distrito Federal.

Por lo antes expuesto, con fundamento en los artículos 123 y 124 del Estatuto de Gobierno del Distrito Federal; 3, párrafo segundo, 28, 52, incisos a) y f), 54 inciso a), 60, fracción XXVII, 74 bis y 74 ter, fracción XVII del Código Electoral del Distrito Federal; 50, fracción III del Reglamento Interior del Instituto Electoral del Distrito Federal y 9, fracción XIV del Reglamento de Organización y Funcionamiento de la Junta Ejecutiva del Instituto Electoral del Distrito Federal; así como los Acuerdos del Consejo General identificados con las claves alfanuméricas ACU-332-06 y ACU-333-06, el Consejo General del Instituto Electoral del Distrito Federal emite el siguiente:

ACUERDO

PRIMERO.- Se aprueba la Estrategia de Difusión Institucional 2007 del Instituto Electoral del Distrito Federal, en los términos del documento anexo que forma parte integral 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, deberán ajustar sus actividades de difusión a la estrategia de difusión institucional.

TERCERO.- Se ordena a la Dirección Ejecutiva de Asociaciones Políticas que en coordinación con la Unidad de Comunicación Social realice las acciones y gestiones necesarias para dar cumplimiento a lo establecido en el considerando 3 del presente Acuerdo.

CUARTO.- Se ordena a la Unidad de Comunicación Social que informe de manera trimestral al Comité de Radiodifusión, de las actividades que desarrolle para efecto de lo señalado en el Considerando 10 del presente acuerdo.

QUINTO.- El presente Acuerdo entrará en vigor al día siguiente de su aprobación.

SEXTO.- Publíquese el presente Acuerdo en los estrados del Instituto Electoral del Distrito Federal y en el sitio de Internet: www.iedf.org.mx

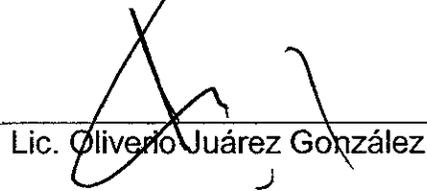
Así lo aprobaron por unanimidad de votos de los CC. Consejeros Electorales integrantes del Consejo General del Instituto Electoral del Distrito Federal, en sesión pública de fecha treinta de abril de dos mil siete, firmando al calce, el Consejero Presidente y el Secretario del Consejo General del Instituto Electoral del Distrito Federal, con fundamento en los artículos 71 inciso g) y 74 inciso n) del Código Electoral del Distrito Federal, doy fe.

El Consejero Presidente



Dr. Isidro H. Cisneros Ramírez

El Secretario Ejecutivo



Lic. Oliverio Juárez González



Estrategia de Difusión Institucional 2007

Abril de 2007

Estrategia de Difusión Institucional 2007

<u>ÍNDICE</u>	<u>Página</u>
1. PRESENTACIÓN	3
2. MARCO CONCEPTUAL	4
2.1 MARCO LEGAL Y NORMATIVO	8
2.2 POLÍTICAS Y PROGRAMAS GENERALES	11
2.3 PLAN GENERAL DE DESARROLLO DEL IEDF 2006-2009	11
3. DIAGNÓSTICO	12
4. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	13
4.1 OBJETIVO ESTRATÉGICO	16
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
4.3 LINEAS DE ACCIÓN	17
4.4 COMUNICACIÓN EXTERNA	18
4.5 COMUNICACIÓN INTERNA	18
4.6 INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN	19
5. PLAN DE MEDIOS	21
6. SEGUIMIENTO	22
6.1 GRUPO DE TRABAJO	22
6.2 GRUPO CONSULTIVO	23
6.3 VIGILANCIA Y EVALUACIÓN	23

M

1.

PRESENTACIÓN

Estimular la participación de los ciudadanos, tanto en los procesos electorales y en los ejercicios de participación ciudadana, como desarrollar y fortalecer una cultura democrática en nuestra ciudad, son acciones sustantivas en el quehacer del Instituto Electoral del Distrito Federal (IEDF).

Así, el IEDF se ha propuesto posicionarse ante la sociedad como un órgano autónomo que hace posible el ejercicio democrático desde el ámbito de su competencia.

Para ello, desde la creación del IEDF en 1999, se han impulsado diversas iniciativas en materia de difusión (convenios interinstitucionales, actos académicos, publicaciones, foros, estudios de opinión, acercamientos con representantes de los medios, etc.), que sin duda han contribuido al avance del posicionamiento del Instituto.

La difusión involucra a todos los que participan en las tareas institucionales, puesto que es un mecanismo inmejorable de enlace y de vinculación, tanto interna como externa.

La conciencia de su importancia parte del reconocimiento de la difusión como medio que transmite el contenido del discurso institucional y da a conocer parte importante del quehacer del IEDF, siendo así una acción esencial en el contexto de la transparencia y de la rendición de cuentas.

En este sentido, y considerando que en 2007 aún cuando se pudiera realizar un proceso de participación ciudadana, los esfuerzos institucionales se centrarán en el desarrollo y fortalecimiento de una cultura democrática, para lo cual se impulsarán e implementarán diversos programas institucionales, enfocados a determinados sectores de la población, mismos que requerirán de una importante difusión para poder garantizar su concreción e impacto entre la población.



Con acciones de difusión se fortalece el trabajo del Instituto, además se contribuye a la formación cívica de los ciudadanos, se les involucra en las actividades y esfuerzos que realiza el órgano electoral en la promoción de una ciudadanía participativa y en la asimilación de los valores democráticos.

En consecuencia, para 2007 la presencia del Instituto mediante acciones de comunicación institucional se torna fundamental frente a la ciudadanía y para lograr un mayor impacto informativo ante ésta, y al interior del IEDF, se ha considerado al Plan General de Desarrollo del IEDF 2006-2009 (PGDIEDF) como la plataforma conceptual de esta estrategia.

La presente Estrategia de Difusión Institucional 2007 pretende ser un marco de referencia que permita planear, elaborar, realizar y dar seguimiento a todas y cada una de las acciones de difusión y comunicación que parten de los diversos proyectos institucionales, y que las distintas áreas del Instituto realizan de acuerdo con su campo de acción y en correspondencia con los niveles de competencia de cada una de ellas.

Es importante refrendar el compromiso institucional con la transparencia y la rendición de cuentas en el actuar y en la aplicación de los recursos públicos, así como en el resguardo de los bienes que tiene bajo su responsabilidad el Instituto. No sólo se debe informar sobre las acciones y programas que se desarrollan, sino dejar claramente establecido que el IEDF se sujeta de manera permanente al escrutinio social. Debido a las consideraciones antes expuestas, se presenta la siguiente Estrategia de Difusión Institucional 2007.

2. MARCO CONCEPTUAL

COMUNICACIÓN

La comunicación es un proceso inherente a la relación grupal de los seres vivos por medio del cual obtienen información acerca de su entorno y son capaces de compartirla haciendo partícipes a otros de esa información. La comunicación es de

suma importancia para la supervivencia de especies, pues la información que ésta extrae de su medio ambiente y su facultad de transmitir mensajes serán claves para sacar ventaja del modo de vida.

Etimológicamente, la palabra comunicación deriva del latín "*communicare*", que puede traducirse como "poner en común, compartir algo". Se considera una categoría polisémica en tanto su utilización no es exclusiva de una ciencia social en particular, teniendo connotaciones propias de la ciencia social de que se trate.¹

"Hacer saber a alguien cierta cosa". "exponer, dar cuenta, informar, dar publicidad, transmitir, circular, notificación".²

LA COMUNICACIÓN INTERNA

Su marco de actuación es la propia organización. El objetivo prioritario consiste en mejorar el funcionamiento de la Institución de acuerdo a su carácter público: de servicio a la comunidad. La información ha de entenderse como un recurso en sí de primer orden para la gestión de una organización y de su funcionamiento integral. El diseño y puesta en práctica de un sistema de información partiría así de un nuevo paradigma, en el cual cabría llegar a concebir la organización como un sistema de información. (J. López Yepes, 1989: 205). Por consiguiente, el planteamiento que considera a los sistemas de información como una parte de las organizaciones es superado para pensar los mecanismos informativos de forma global y aplicada al conjunto de la vida organizativa. De modo estructurado, nos encontraríamos ante el establecimiento de sistemas de información articulados e integrales, que conjugarían todos los aspectos informativos: el operativo-instrumental, el táctico y el estratégico, con el apoyo de las nuevas tecnologías informativas.

¹ Diccionario de uso del español, Moliner, María, Ed. Gredos, Madrid, p. 703, 997, 1026 -Real Academia Española.

² *Ibid.*

LA COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación externa en las organizaciones implica dar y recibir información entre las organizaciones y sus entornos relevantes. El entorno conforma todos los factores externos a la organización. Las organizaciones y sus entornos están conectados por flujos de mensajes que proporciona a cada uno información relevante. El entorno relevante proporciona a los miembros de la organización información importante para procesar.

La comunicación externa se utiliza para proporcionar información persuasiva a los representantes del entorno acerca de las actividades, productos o servicios de la organización. La información enviada por medio de canales externos puede utilizarse para influir sobre las actividades de los individuos y de los grupos en el entorno relevante.

COMUNICACIÓN SOCIAL

Conjunto de señales al servicio de la formación y conservación del grupo social, condición fundamental para la participación ciudadana; relación de confianza entre mandatarios y mandantes que se mantiene y crece conforme la administración identifique las demandas relevantes de los grupos sociales, que a través de los medios de comunicación o de manera directa sostiene a los actores sociales, dando viabilidad, fuerza y dirección al desarrollo del gobierno.

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Engloba toda organización humana en la que varias personas, a partir de principios y bajo una estructura concreta, coordinan diversas actividades para lograr determinados fines en el ámbito de una entidad social superior, a la que sirve y proporciona cohesión.

La Comunicación Institucional abarca:

- Información



- Difusión y
- Promoción

IMAGEN INSTITUCIONAL

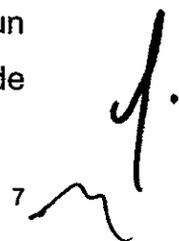
Entendemos como imagen institucional la figura retórica que establece un significado en la realidad del mundo material y por tanto perceptible. En su concepción práctica representará a los documentos contenidos en cualquier material que se presenta. La imagen institucional es el conjunto de representaciones, ideas, sentimientos y actitudes mas o menos profundas o concientes, que comportan un contenido emocional relevante, representado casi siempre por una empresa o un conjunto de objetos de consumo.

INFORMACIÓN

El término se origina de la palabra latina *informare*, que significa poner en forma, dar forma a algo. También se refiere a representar, crear una idea o noción. Puede ser, por tanto, la clasificación de los símbolos y sus relaciones, con determinado propósito. Además, es considerada como la medida de nuestra libertad de elección, para escoger un mensaje de entre muchos disponibles. Como un proceso de comunicación, la información se convierte en un esquema básico, formado por quien la emite (emisor y fuente), el canal a través del cual la transmite en forma de mensaje y el receptor de la misma, contando también con la retroalimentación.

DIFUSIÓN

Es una característica de la información de actualidad, por lo cual todo medio especializado debe contar con el equipo técnico y humano para hacerla llegar a un público determinado. Sin este elemento no puede hablarse de medios masivos de



comunicación. En este contexto, la difusión es el objetivo principal de un mensaje, ya sea unipersonal o masivo.



PROMOCIÓN

Se entiende como el conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer una Institución, para fortalecer su imagen en la sociedad.

2.1 MARCO LEGAL Y NORMATIVO

En diciembre de 2003, la Asamblea Legislativa del Distrito Federal reformó el Código Electoral del Distrito Federal estableciendo la creación de la Junta Ejecutiva, encabezada por el Consejero Presidente del Instituto e integrada por el Secretario Ejecutivo y los directores ejecutivos. De forma tal que en el Artículo 74 ter. fracción XVII de dicho código, se ordena a la Junta Ejecutiva proponer al Consejo General la Estrategia de Difusión Institucional.

El Código Electoral del Distrito Federal establece los alcances que en materia de difusión tienen diversas áreas del Instituto Electoral del Distrito Federal. Lo anterior se puede apreciar en el Libro Tercero. Además, el Reglamento Interior del Instituto también establece atribuciones sobre la materia a diversas instancias. A continuación se hace un desglose de los alcances que sobre el particular establecen ambos ordenamientos.

En el caso de la Comisión de Asociaciones Políticas, el Artículo 65 fracción VII del Código Electoral del DF señala que deberá presentar a la Junta Ejecutiva opinión sobre el anteproyecto de otorgamiento de prerrogativas en radio y televisión de la que gozarán las Asociaciones Políticas.

El Artículo 77, apartado e, señala que la Dirección Ejecutiva de Asociaciones Políticas tiene como atribución realizar las actividades para que las Asociaciones políticas ejerzan sus prerrogativas y puedan acceder al uso de tiempos en radio y televisión.

Por otro lado, el Artículo 70 fracción III de dicho código establece que a la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica le corresponde supervisar

las actividades relacionadas con la promoción del voto y difusión de la cultura democrática.

A la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica le corresponde, según el Artículo 76 apartado d, llevar a cabo las acciones necesarias para exhortar y motivar a los ciudadanos al cumplimiento de sus obligaciones y el ejercicio de sus derechos político-electorales.

El Secretario Ejecutivo, según el Artículo 74 apartado s, tiene la atribución de establecer criterios generales para normar el flujo de la comunicación e información institucional de los órganos centrales y desconcentrados del Instituto.

En tanto, la Junta Ejecutiva según el Artículo 74 ter fracción XVII tiene la atribución de proponer al Consejo General la Estrategia de Difusión.

El Artículo 78, apartado d, da como atribución a la Dirección Ejecutiva de Organización y Geografía Electoral llevar la estadística de las elecciones del Distrito Federal y proponer al Consejero Presidente el mecanismo para su difusión.

Aunado a lo anterior, en el Título Quinto Artículo 91 del Código Electoral, se establece que para vigilar la producción y difusión de las actividades del Instituto y de los partidos políticos en los medios masivos de comunicación, se integrará el Comité de Radiodifusión.

El Reglamento Interno del IEDF establece en su Artículo 50 fracción III, que le corresponde a la Unidad de Comunicación Social presentar al Consejero Presidente, propuestas de estrategias de difusión institucional, para ser sometidas a la consideración de la Junta Ejecutiva.

En ese marco normativo también se establece en el Artículo 52 fracción VII, que a la Unidad de Documentación le corresponde proponer al Secretario Ejecutivo criterios en materia editorial que permitan elaborar los productos de difusión que

realiza la propia unidad, referentes al quehacer del Instituto, acorde con las políticas y programas generales y particulares del mismo. La fracción VIII señala que también le corresponde proponer al Secretario Ejecutivo las estrategias que permitan realizar la difusión de los productos editoriales que se elaboren en la unidad y, en su caso, otros que edite el Instituto.

Derivado de todo lo anterior, se puede observar que el tema de la difusión se atribuye en ramos específicos a diversas áreas de la Institución, sin que ello implique una injerencia en las facultades y atribuciones de cada una de las instancias.

Por ello, queda claro que quien se encargará de la difusión de la educación cívica es la Dirección Ejecutiva Correspondiente, que la instancia para contratar espacios en radio y televisión es la Dirección Ejecutiva de Asociaciones Políticas, o que el aspecto editorial es de la Unidad de Documentación y el Comité Técnico Editorial, y que la relación con los reporteros y medios de comunicación informativamente hablando corresponde a la Unidad de Comunicación Social.

MISIÓN

El IEDF es un 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 en el Distrito Federal. En nuestra acción nos comprometemos invariablemente con los principios rectores de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, objetividad y equidad. Promovemos el desarrollo de una cultura cívica democrática entre los habitantes de la ciudad de México y contribuimos a fortalecer el régimen de partidos políticos y agrupaciones políticas locales.

VISIÓN

El IEDF goza de la confianza y el respeto de los ciudadanos por ejercer su autoridad con apego a los principios rectores de la función estatal electoral, por su

capacidad de interlocución con los actores políticos y sociales, y por su conocimiento experto en materia electoral. Se distingue por sus enfoques innovadores en la realización de las elecciones y los procedimientos de participación ciudadana, así como por su eficacia en la promoción de la democracia como forma de vida en el Distrito Federal. Posee una estructura organizativa idónea y eficiente para realizar sus funciones y un personal profesional cuya competencia, especialización y vocación democrática es reconocida por la sociedad. La transparencia y la rendición de cuentas son principios plenamente incorporados en su actuación institucional.

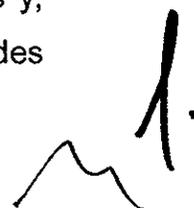
2.2 POLÍTICAS Y PROGRAMAS GENERALES

Las Políticas Generales del IEDF expresan los valores y los principios rectores acordes con la naturaleza jurídica del Instituto, constituyen el marco de referencia dentro del cual se toman las decisiones cotidianas y tienen el propósito de asegurar el cumplimiento de los fines institucionales, de acuerdo con las atribuciones conferidas por ley.

Los Programas Generales del IEDF constituyen el planteamiento estratégico que delimita los ámbitos de actuación en el corto, mediano y largo plazo, que sirven de base para la definición de objetivos y líneas de acción que orientan el PGDI.

2.3 PLAN GENERAL DE DESARROLLO DEL IEDF 2006-2009

El PGDIEDF es la principal herramienta con la que el Instituto diseña su quehacer para los próximos tres años, con la firme convicción de cumplir con los compromisos que como autoridad electoral le confieren las leyes y le demandan los ciudadanos. Este instrumento orienta, define y organiza el sentido de las acciones institucionales para garantizar el eficiente cumplimiento de sus fines y, por lo tanto, es un marco de referencia para las acciones, proyectos y actividades de comunicación social.



El PGDIEDF ha sido elaborado con base en las Políticas Generales y los Programas Generales del Instituto.

Dentro de las Políticas Generales, por su relación intrínseca con las acciones de comunicación social, destacan las siguientes:

- Política de Fortalecimiento Institucional
- Política de Fortalecimiento de la Imagen Institucional
- Política de Promoción de la Participación Ciudadana
- Política de Vinculación y Colaboración Institucional
- Política de Transparencia y Rendición de Cuentas
- Política de Formación y Desarrollo de la Cultura Democrática

Y en cuanto a los Programas Generales, ligados con los diversos procesos de difusión, destacan:

Programa General de Imagen Institucional

- Programa General de Transparencia y Rendición de Cuentas
- Programa General de Vinculación y Colaboración Institucional
- Programa General de Cultura Democrática
- Programa General de Participación Ciudadana
- Programa de Innovación Tecnológica

3. DIAGNÓSTICO

La presente Estrategia de Difusión 2007 ha considerado las acciones de comunicación realizadas con anterioridad y que han colocado al Instituto en un aceptable nivel de confianza frente al ciudadano, como lo demuestra la “Encuesta sobre política en el Distrito Federal, octubre de 2005”, realizada por la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM). Dicha encuesta ubica al IEDF con 6.9 de

calificación en el nivel de confianza promedio, contra un 6.5 del Tribunal Electoral capitalino.

Otra referencia es la encuesta publicada por el periódico *Reforma* el 31 de mayo de 2006, en pleno proceso electoral, en la cual se revela que los ciudadanos tienen 66 por ciento de confianza en el Instituto; 32 por ciento tiene poca o nada de confianza en el IEDF, y 2 por ciento dijo que no sabe.

Sin embargo, al evaluar la campaña de promoción del voto que realizó el IEDF en 2006, la empresa "Levanta" hizo una encuesta cuyos resultados revelaron que 52.6 de los capitalinos desconoce las funciones del organismo, mientras que 4.4 por ciento identifica al instituto como un ente dedicado a las actividades electorales.

Los resultados de los tres ejercicios anteriores revelan que el IEDF debe fortalecer las acciones encaminadas a difundir las actividades que por ley tiene encomendadas y contribuir así a una mayor confianza de los ciudadanos en el órgano electoral de la ciudad.

Por lo anterior, la Estrategia de Difusión Institucional 2007, tiene como objetivos lograr una mayor presencia del IEDF ante la ciudadanía y la sociedad, para que se perciba y reconozca al Instituto como una institución cuyo propósito es el fortalecimiento del régimen democrático.

4. ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN

La Estrategia de Difusión Institucional, como se ha señalado, tiene como propósitos principales fortalecer, mejorar y consolidar la imagen institucional. Para ello, requiere de la comunicación externa e interna.

Consiste en organizar y apoyar acciones coordinadas y concretas que mantengan un nivel aceptable de recordación y, sobre todo, fortalezcan y consoliden la

percepción institucional que el IEDF desea proyectar con relación al cumplimiento de los objetivos, de su Misión y Visión.

La difusión institucional es un recurso estratégico capaz de conseguir que la imagen que los demás perciben se ajuste a lo que la institución desea proyectar; es decir, debe entenderse como la visualización de la estrategia institucional en general.

La Estrategia de Difusión Institucional debe ser entendida como el conjunto de objetivos, y la guía de interacción comunicativa del Instituto, tanto en lo interno como en lo externo, para difundir –mediante los instrumentos acordes a cada temática y público objetivo- la pertinencia social de su quehacer, los valores que le dan significado y los fines que tiene legalmente encomendados.

Para la aplicación de la Estrategia de Difusión, es necesaria la permanente consulta, colaboración y coordinación entre las distintas áreas del IEDF. Ello permitirá consolidar la presencia institucional en medios de comunicación, ciudadanía en general, organizaciones no gubernamentales, partidos y asociaciones políticas.

Como toda Estrategia, ésta podría ser modificada parcialmente o adicionada, de acuerdo a coyunturas de urgente atención que requieran respuestas institucionales inmediatas.

En situaciones extraordinarias u ordinarias, a través de la Estrategia de Difusión Institucional, podrán recomendarse elementos adecuados para homogeneizar el mensaje institucional y evitar contradicciones. Ello significa el establecimiento de códigos que permitan una comunicación efectiva con el público–objetivo.

En 2007, el IEDF realizará bajo el eje de la comunicación, acciones para que la sociedad capitalina tenga mayor conocimiento de su labor. En este año, de manera prioritaria se impulsarán los programas relativos a la promoción de la

cultura democrática y de la educación cívica, además del referente al fortalecimiento del régimen de partidos.

Esta estrategia institucional propone que fluya el conjunto de actividades del IEDF hacia los medios de comunicación masivos, directos y alternativos, propiciando en éstos la corresponsabilidad en la difusión objetiva de los mensajes del IEDF.

La Estrategia de Difusión 2007 debe entenderse como la expresión de objetivos y la guía de interacción comunicativa del Instituto hacia la ciudadanía. Por ello, se hace necesario desarrollar una identidad institucional.

La identidad institucional es un recurso estratégico capaz de conseguir que la imagen que los demás perciben se ajuste, en este caso, a la que el IEDF desea proyectar; es decir, la visualización de la identidad institucional.

Para articular esta estrategia, es indispensable el apoyo y la colaboración de todas las áreas del Instituto, con métodos y procedimientos de trabajo adecuados, orientados a cumplir los objetivos trazados.

Así, la Estrategia de Difusión supone un esfuerzo de organización y planeación, y como tal pretende establecer directrices y lineamientos de corto y mediano plazos en por lo menos dos niveles:

1. Operativo. Permitirá fortalecer la cooperación intrainstitucional, estableciendo mecanismos de cooperación y espacios de comunicación que permitan proyectar las acciones de difusión hacia los objetivos.
2. Evaluativo. Facilitará las tareas de seguimiento y evaluación, al contar con un marco rector que posibilite ponderar la intervención de las áreas involucradas.

Por ello, y para consolidar una política de difusión institucional que haga más efectiva la difusión, como contribución prioritaria para los fines institucionales, los

Consejeros Electorales, las direcciones ejecutivas de Capacitación Electoral y Educación Cívica (DECEyEC), de Asociaciones Políticas (DEAP), de Organización y Geografía Electoral (DEOyGE), de Administración y del Servicio Profesional Electoral (DEASPE), la presidencia del Consejo General, la Secretaría Ejecutiva, Contraloría Interna, las comisiones permanentes, provisionales y especiales del Consejo General, las Unidades de Asuntos Jurídicos, Informática, de Documentación, de Apoyo a Órganos Desconcentrados y la de Comunicación Social, trabajarán para integrar esfuerzos y mejorar los resultados.

Un punto central de la Estrategia tiene que ver con el desarrollo de una política de comunicación social que comprenda la información, la difusión y la promoción de las acciones, los proyectos y los programas institucionales, lo cual sólo será posible mediante la suma de esfuerzos de cada una de las áreas del Instituto.

4.1 OBJETIVO ESTRATÉGICO

- Coadyuvar en el posicionamiento del IEDF, mediante el desarrollo de una política de comunicación social que permita difundir de manera eficaz las actividades institucionales.

Para el cumplimiento del objetivo estratégicos se establecen los siguientes:

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Informar, difundir y promover las actividades institucionales que realiza el IEDF, a través de diferentes medios y acciones de comunicación, con el propósito de fortalecer su imagen y presencia ante la sociedad.
- Coadyuvar en los trabajos de difusión para incrementar el fortalecimiento de la confianza de la ciudadanía en el IEDF, como una Institución independiente, profesional, autónoma e imparcial.

- Apoyar las actividades institucionales de difusión que promuevan la cultura democrática en la ciudad de México, así como el régimen de partidos.

4.3 LÍNEAS DE ACCIÓN

Las Líneas de Acción establecen las guías a través de las cuales las diferentes áreas integrarán esfuerzos para lograr el cumplimiento de los objetivos de la Estrategia de Difusión. En este sentido, las líneas de acción a desarrollar son:

- Apoyar en la comunicación y difusión de eventos y foros con grupos estratégicos de la sociedad sobre temas de democracia, ciudadanía, elecciones, educación cívica, participación ciudadana, entre otros.
- Coadyuvar en la difusión del establecimiento de vínculos de colaboración con instituciones públicas, privadas y organizaciones no gubernamentales, a través de convenios que permitan un efecto multiplicador de las actividades de divulgación de la cultura política democrática que realiza el IEDF.
- El diseño de los manuales de Identidad Gráfica, de Producción en Medios Electrónicos y de la Web.
- La elaboración del Plan de Medios que concentre y oriente las acciones de difusión institucional que realizarán las áreas del Instituto en 2007.
- La promoción en los medios de comunicación de los temas electorales, a fin de enriquecer el debate nacional, en torno a la vida democrática.
- La información a la sociedad acerca de los avances del IEDF en materia de modernización de los procesos electorales y de los mecanismos administrativos internos, lo cual será a través de diversas herramientas de comunicación.

- La realización interna de eventos, actividades culturales, recreativas y deportivas, orientadas a la convivencia institucional.

A cada acción de comunicación corresponde una estrategia específica que determine el público-objetivo, fije los propósitos y las metas. Lo cual se aplicará de acuerdo a las actividades de la agenda institucional.

4.4 COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación externa busca fortalecer la presencia institucional en los medios informativos de comunicación masiva y establecer vínculos con sus representantes, para que éstos difundan objetivamente las acciones del IEDF. Esta comunicación es en esencia el vínculo con la sociedad en el Distrito Federal.

Los objetivos de la comunicación externa son:

- Proporcionar a los medios de comunicación, de manera oportuna, la información referente a las actividades del Instituto.
- Establecer vínculos con los sectores de la sociedad empleando los signos y códigos del grupo al que se desea impactar.

4.5 COMUNICACIÓN INTERNA

La estrategia de comunicación interna en el IEDF buscará fortalecer los vínculos inter e intra institucionales para que mediante la unificación del mensaje –es decir, la homogenización de elementos conceptuales, de identidad y contenidos-, se fortalezca la imagen del Instituto y se promueva el sentido de pertenencia institucional entre los funcionarios y empleados del órgano electoral.

Los objetivos de la Comunicación Interna son los siguientes:

- Apoyar la difusión de la capacitación y desarrollo del personal que se realiza para enraizar valores y principios institucionales.
- Desarrollar y fomentar una cultura de identidad institucional mediante diversos instrumentos de comunicación.
- Colaborar en la difusión de las actividades académicas, intelectuales, deportivas y recreativas del personal de la Institución, como una forma de integración individual y colectiva.

Para desarrollar la comunicación interna se buscará emplear diversos instrumentos formales e informales en donde el uso de tecnologías y la creatividad serán los elementos fundamentales para difundir los productos que generan las áreas. Por ejemplo, transmitir regular y permanentemente segmentos informativos de interés del IEDF mediante: murales fotográficos impresos, Internet y los canales institucionales (circuito cerrado, e Intranet), para que el personal se mantenga informado.

4.6 INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN

En el desarrollo de toda Estrategia de Difusión se requiere de la identificación de los instrumentos que podrán ser utilizados según la acción a desarrollar.

La Estrategia de Comunicación impulsará técnicas pertinentes tales como:

1. Desarrollar mensajes claros, objetivos y que se difundan con oportunidad.
2. Utilizar en el mensaje contenidos que tengan significado y que sean de fácil comprensión para el receptor.
3. Propiciar retroalimentación entre el Instituto y los receptores.

Los instrumentos de comunicación son herramientas que servirán para difundir los mensajes institucionales a la sociedad y al personal del IEDF, entre otros, se consideran los siguientes:

Boletín de Prensa. Instrumento para emitir y reforzar la información relevante para el Instituto. Se puede utilizar para dar a conocer una posición institucional ante una situación específica.

Comunicado. Emisión de un mensaje puntual y preciso mediante el cual la Institución fija su postura ante uno o varios asuntos.

Desplegado. Mensaje institucional para precisar y puntualizar información que daña o lesiona su imagen.

Rueda de Prensa. Mecanismo de interacción directa entre los funcionarios del IEDF y los representantes de los medios de comunicación.

Entrevistas. Mecanismo de interacción exclusiva entre un representante de un medio informativo y uno o más funcionarios del IEDF. La entrevista puede ser formal, aquella que se gestiona o tramita previamente a través de los canales institucionales; y la informal, la cual se presenta de improviso.

Conferencias y Foros. Mecanismo para difundir posiciones, reflexiones, disertaciones, sobre temas específicos.

Spots. Mensajes institucionales para medios electrónicos.

Acercamiento institucional con representantes de los medios. Relación interpersonal a través de la cual se comunican de forma directa acciones y políticas de la Institución.

Inserciones en prensa. Anuncios institucionales para dar a conocer actividades específicas del Instituto.

Información para el Sitio en Internet. Espacio para la difusión electrónica de mensajes de interés para la Institución.

Revista Virtual. Instrumento institucional para el análisis y la reflexión de temas afines al quehacer institucional.

Información en Intranet (Lotus Notes). Comunicación interna de interés para el personal de la Institución.

Medios internos periódicos murales, gacetas y exposiciones fotográficas. Instrumentos de comunicación interna dirigidos al personal de la Institución.

Impresos. Medio directo de difusión de mensajes institucionales.

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.

5. PLAN DE MEDIOS

La Estrategia de Difusión Institucional incluye la elaboración de un Plan de Medios, el cual será diseñado con base en las actividades programadas para 2007 por las diversas áreas del IEDF, susceptibles de ser difundidas. En este Plan se establecerá el instrumento de comunicación idóneo para informar, difundir o promover dichas actividades.

El Plan de Medios se elaborará con la participación de las áreas involucradas en diferentes funciones de la comunicación institucional y con el Grupo Consultivo.

El Plan de Medios contempla asimismo la calendarización, mediante un cronograma, de las actividades susceptibles de ser difundidas con base en los Programas Operativos Anuales (POA) de las áreas y precisa los medios de información que serán los canales de difusión.

6. SEGUIMIENTO

El monitoreo de la aplicación de la Estrategia corresponderá a todas las áreas involucradas, a través de la verificación del cumplimiento del Plan de Medios, en el que se detallará cada una de las actividades y acciones de difusión del Instituto y los mecanismos de comunicación que se utilizarán para difundirlas.

6.1 GRUPO DE TRABAJO

Para realizar el seguimiento a la estrategia, será necesario que el Consejero Presidente instruya al Secretario Ejecutivo para integrar un Grupo de Trabajo de carácter técnico, el cual deberá estar compuesto por un representante de las direcciones ejecutivas y unidades técnicas, y la Unidad de Comunicación Social sería la instancia coordinadora.

El Grupo de Trabajo se concibe como un espacio de interacción y colaboración en la búsqueda de alternativas que permitan fortalecer las tareas de difusión: se reunirá periódicamente para dar seguimiento a la Estrategia de Difusión y, en su caso, reorientar las acciones.

La Unidad de Comunicación Social deberá elaborar y presentar trimestralmente al Consejo General del Instituto, a través de la Presidencia, un informe sobre el desarrollo y resultados de la aplicación de la Estrategia, así como de la ejecución del Plan de Medios.

6.2 GRUPO CONSULTIVO

Se conformará un Grupo Consultivo el cual estará integrado por el titular de la Unidad de Comunicación Social y un asesor de cada consejero electoral que integra el Consejo General del IEDF.

El objetivo de este grupo es constituirse en un canal de comunicación para el conocimiento de las acciones de difusión, así como el intercambio de puntos de vista para el enriquecimiento de las mismas.

Sendos grupos de trabajo, al ser instalados, realizarán las acciones correspondientes para determinar su funcionamiento, calendario de sesiones y los mecanismos de evaluación.

6.3 VIGILANCIA Y EVALUACIÓN

En términos del artículo 91 del Código Electoral del Distrito Federal en relación con el artículo 5 del Reglamento de Organización y funcionamiento del Comité de Radiodifusión del Instituto Electoral del Distrito Federal, la vigilancia y supervisión de la producción y difusión de las actividades del Instituto y de los Partidos Políticos en los medios masivos de comunicación, corresponde al Comité de Radiodifusión del Instituto Electoral del Distrito Federal.

En tal virtud y de conformidad con lo dispuesto por el artículo 1 del Reglamento de referencia que establece la obligatoriedad de las disposiciones contenidas en el mismo, la totalidad de los órganos encargados de la aplicación, ejecución, e implementación de la Estrategia de Difusión Institucional deberán rendir los informes que resulten necesarios y conducentes al cabal cumplimiento de las obligaciones que el artículo 91 de la ley electoral local establece para el Comité de Radiodifusión.

-o0o-