

ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL, POR EL QUE SE APRUEBA LA ESTRATEGIA DE DIFUSIÓN INSTITUCIONAL 2011.

CONSIDERANDO

1. Conforme a los artículos 123, párrafo primero y 124, párrafos primero y segundo del Estatuto de Gobierno del Distrito Federal (Estatuto de Gobierno) y 86, párrafos primero y segundo del Código Electoral del Distrito Federal (Código Electoral), el Instituto Electoral del Distrito Federal (Instituto Electoral) es autoridad en materia electoral, independiente en sus decisiones, autónomo en su funcionamiento y profesional en su desempeño, con personalidad jurídica y patrimonio propios. Sus determinaciones se toman de manera colegiada, procurando la generación de consensos para el fortalecimiento de su vida institucional. En su estructura cuenta con Órganos de dirección, ejecutivos, técnicos y de vigilancia.
2. El artículo 1, párrafos primero y segundo, fracción VI del Código Electoral, establece que las disposiciones contenidas en éste son de orden público y observancia general en el territorio de esta entidad. Su finalidad es reglamentar las normas de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Constitución Política) y del Estatuto de Gobierno, relacionadas con la organización y competencia del Instituto Electoral, entre otras.
3. En términos del artículo 2, párrafos primero y segundo del Código Electoral, corresponde al Instituto Electoral la aplicación, observancia y cumplimiento de las normas establecidas en el citado ordenamiento, conforme a la letra de sus disposiciones o la interpretación jurídica de la misma y, a falta de ésta, se fundará en los principios generales del derecho de acuerdo con lo dispuesto en el último párrafo, del artículo 14 de la Constitución Política.
4. En observancia a la previsión del artículo 2, párrafo tercero del Código Electoral, la actuación de este Instituto Electoral se rige por los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, objetividad y equidad.
5. El artículo 88, párrafo primero, fracciones I y II del Código Electoral, prescribe que el Instituto Electoral tiene su domicilio y ejerce sus funciones en todo el territorio del Distrito Federal mediante diversos órganos, entre los que se encuentran, un Consejo General que es su órgano superior de dirección, una Junta Ejecutiva, así como órganos ejecutivos, administrativos y técnicos.
6. Atento a lo establecido en el artículo 124, párrafo segundo del Estatuto de Gobierno, en relación con el diverso 89, párrafo primero del Código Electoral, el Consejo General se integra por siete Consejeros Electorales con derecho a voz y

voto, uno de los cuales funge como su Presidente. Asimismo, son integrantes de dicho colegiado, sólo con derecho a voz, el Secretario Ejecutivo, quien es Secretario del Consejo, un representante por cada Partido Político y uno por cada Grupo Parlamentario de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal (Asamblea Legislativa).

7. En el artículo 95, fracciones IX y XXXIII del Código Electoral, se establece que compete al Consejo General la facultad de aprobar y fijar las políticas y los programas generales del Instituto, así como dictar los acuerdos y resoluciones necesarios para hacerlas efectivas.
8. El artículo 105, fracciones VI y XIII del Código Electoral prevé que el Consejero Presidente tiene como atribuciones, entra otras, firmar junto con el Secretario Ejecutivo, todos los acuerdos que emita el Consejo General; coordinar, supervisar y dar seguimiento, con la colaboración del Secretario Ejecutivo y del Secretario Administrativo, a los programas de trabajo de las direcciones ejecutivas y unidades técnicas, así como coordinar y dirigir las actividades de los órganos desconcentrados del Instituto e informar al respecto al Consejo General.
9. De conformidad con el artículo 57, fracción V del Reglamento Interior del Instituto Electoral, 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.
10. 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.
11. Entre las Políticas Generales del Instituto Electoral, aprobadas por el Consejo General a través del Acuerdo ACU-21-10 de fecha veintisiete de julio de dos mil diez se encuentra la denominada *Política de Fortalecimiento Institucional*, la cual busca consolidar al Instituto Electoral como un organismo electoral permanente y autónomo, confiable, responsable, garante de los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, objetividad y equidad, comprometido con los valores de la democracia, capaz de acrecentar el reconocimiento de la población en general, mediante el desarrollo eficiente y eficaz de la organización interna, del cumplimiento cabal de sus fines y del desempeño profesional de sus funcionarios; así como por la difusión de sus actividades y resultados.
12. El *Programa General de Imagen y Colaboración Institucional* aprobado por el Consejo General a través del Acuerdo ACU-21-10, de fecha veintisiete de julio de dos mil diez, se dirige al fortalecimiento de la imagen de este ente público como órgano autónomo encargado de organizar las elecciones y los instrumentos de

participación ciudadana en el Distrito Federal, mediante de la difusión de sus fines y actividades, con el objeto de acrecentar la confianza y credibilidad de la población en esta demarcación territorial.

13. Para el ejercicio 2011, la Unidad Técnica de Comunicación Social y Transparencia ha diseñado una propuesta de estrategia de difusión institucional que busca socializar y dar a conocer a los ciudadanos del Distrito Federal los planes, programas y acciones de los diversos órganos de dirección, técnicos y desconcentrados del Instituto Electoral, principalmente aquéllos encaminados a la preparación y organización del proceso electoral 2011-2012, además de articular un sistema integral de comunicación institucional que destaque en su contenido la democracia participativa, así como el carácter autónomo, imparcial e independiente de la autoridad electoral local.
14. La propuesta formulada por la Unidad Técnica de Comunicación Social y Transparencia se sometió a la consideración de las y los integrantes de la Junta Ejecutiva, en la vigésimo segunda sesión extraordinaria, celebrada el dieciséis de diciembre de dos mil diez.
15. Analizado el contenido del instrumento referido en el Considerando anterior, quienes forman parte de la Junta Ejecutiva, por unanimidad de votos de los presentes, aprobaron el contenido del mismo, mediante Acuerdo identificado con clave JE 163-10, en ejercicio de sus atribuciones determinaron remitirlo al Consejo General para que, en su caso, apruebe la Estrategia de Difusión del Instituto Electoral para el año dos mil once.

Por lo antes expuesto y fundado, se

ACUERDA:

PRIMERO. Aprobar la Estrategia de Difusión Institucional 2011 del Instituto Electoral del Distrito Federal, en los términos del documento que como anexo forma parte del presente Acuerdo.

SEGUNDO. Ordenar al Secretario Ejecutivo comunique mediante circular el contenido del presente Acuerdo a: Secretaría Administrativa, Direcciones Ejecutivas, Unidades Técnicas, Contraloría General y Órganos Desconcentrados del Instituto Electoral, para que en el ámbito de sus respectivas competencias y de conformidad con los programas aprobados por el Consejo General, ajusten 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 junto con su Anexo dentro del plazo de sesenta y dos horas en los estrados del Instituto Electoral, tanto en oficinas centrales como en sus cuarenta Direcciones Distritales y en su sitio de Internet: www.iedf.org.mx

Así lo aprobaron por unanimidad de votos las Consejeras y Consejeros Electorales integrantes del Consejo General del Instituto Electoral del Distrito Federal, en la sesión pública del diecisiete de diciembre de dos mil diez, firmando al calce el Consejero Presidente 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.

El Consejero Presidente

Lic. Gustavo Anzaldo Hernández

El Secretario Ejecutivo

Lic. Bernardo Valle Monroy



Estrategia de Difusión Institucional 2011

UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y TRANSPARENCIA

Diciembre de 2010

ÍNDICE

1. PRESENTACIÓN	3
2. MARCO LEGAL Y NORMATIVO.....	6
3. DIAGNÓSTICO.....	4
4. OBJETIVO GENERAL	19
4.1 Objetivos específicos.....	19
5. LÍNEAS ESTRATÉGICAS Y LÍNEAS DE ACCIÓN	20
I. Reingeniería de los mecanismos de información	22
II. Ampliación de los vínculos y convenios de colaboración interinstitucional	29
III. Formulación, propuesta y ejecución de acciones de comunicación social, imagen Institucional y relaciones públicas tendentes a fortalecer la presencia y buena imagen del IEDF.....	30
IV. Campaña integral de difusión.....	32
V. Puesta en marcha de un Programa de Relaciones Públicas	38
VI. Unificación de la Imagen Institucional	39
VII. Comunicación Interna	41
VIII. Innovación y uso eficiente de la infraestructura tecnológica....	42
6. MECANISMOS DE EVALUACIÓN	44
7. CRONOGRAMAS	47

1. PRESENTACIÓN

El carácter dinámico y cambiante del ámbito electoral en México constituye una realidad incontrovertible. De manera recurrente, la legislación se actualiza y/o moderniza después de un proceso electoral, con el propósito de afrontar nuevos retos y desafíos, o también se crea nueva normatividad que propicia y amplía los derechos de la ciudadanía para participar más activamente en la vida pública.

El Instituto Electoral del Distrito Federal (IEDF) es una institución sujeta a esta realidad. Después del proceso electoral 2008-2009, por mandato de ley, se ha tenido que organizar un proceso de participación ciudadana, resaltando así el papel de esta institución para concretar las aspiraciones democráticas en la capital del país. En tanto organismo público autónomo, depositario de la autoridad electoral y responsable de la función estatal de organizar elecciones locales y procedimientos de participación ciudadana, encargado de promover la cultura cívico democrática, el IEDF en 2011 afrontará un escenario novedoso e inédito.

Además de ser el año en el que arrancan formalmente los trabajos del proceso electoral para elegir Jefe de Gobierno, renovar la Asamblea Legislativa y las Jefaturas Delegacionales en 2012, por vez primera deberá darse cumplimiento a diversas responsabilidades derivadas de la Ley de Participación Ciudadana, como son las actividades para capacitar y evaluar a los órganos de representación ciudadana que se eligieron durante octubre de 2010 y la redefinición de su diseño institucional producto del mandato legislativo que generó adecuaciones a la normatividad en la materia.

Es así como esta institución, nuevamente deberá adecuarse a un entorno cambiante y es en este tenor como las instituciones que permiten y encauzan la participación deben tener como una de sus aspiraciones la de responder a las demandas de ensanchamiento de las voces ciudadanas. El entorno cambiante obliga a esta autoridad a sujetar su actuar, de manera inevitable, a los principios de certeza, legalidad,

independencia, imparcialidad, objetividad y equidad, procurando apegar su actuar a la transparencia y máxima publicidad en el proceso de toma de decisiones.

La presente estrategia de difusión no constituye en modo alguno la labor de una unidad o área en particular, es el esfuerzo concurrente de las distintas instancias que operan los planes y programas institucionales y ella pretende dar a conocer y difundir las diversas acciones que se instrumentan en los diversas instancias y órganos tomadores de decisión en la institución.

Para su adecuada operación se requiere la concurrencia e interacción de las diversas áreas del IEDF, con lo que se hará posible la difusión de los planes, programas y acciones de las comisiones permanentes, comités e instancias técnicas y logísticas encargadas de supervisar, coordinar y operar el cumplimiento de los programas institucionales.

El proceso comunicativo del IEDF debe entenderse como la concurrencia de diversas líneas y acciones que permitan la adecuada operación de un sistema. En esa lógica, el sistema de comunicación comprende diversos aspectos, entre los que sobresalen: a) la difusión de la información institucional que se realiza a través de la elaboración de comunicados, boletines de prensa, notas del día o tarjetas informativas para dar a conocer el quehacer cotidiano de la institución; b) la invitación a los eventos que organiza la institución para que asistan representantes de medios de comunicación; c) la cobertura y seguimiento que cotidianamente realizan los representantes de los medios de comunicación a las actividades institucionales; d) el contacto —a través de entrevistas, conferencias de medios y encuentros informales— de mandos superiores de la institución con representantes de los medios de comunicación; e) la gestión y contratación de inserciones o espacios en medios de comunicación, particularmente impresos y de internet; f) la transmisión de mensajes en radio y televisión para dar a conocer el cumplimiento de los fines y obligaciones institucionales, el cual encuentra cauce en la asignación de tiempos en radio y televisión que realiza el Instituto Federal Electoral.

De los aspectos arriba citados, los primeros cuatro son reflejo de la actividad cotidiana de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Transparencia (Unidad), de los aspectos cinco y seis se opera como coadyuvante y/o área concentradora.

Por mandato de ley, la Unidad debe presentar la Estrategia de Difusión Institucional, empero, su papel –en términos de difusión- se ha acotado a lo siguiente: emisión de información institucional, colocación de información en la página de internet y, sin embargo, muchas de los aspectos que ahí se comunican no concluyen su etapa final, es decir no se transmiten a la ciudadanía vía los representantes de medios de comunicación, sino que se difunden a través de la página web. Además de lo anterior, se trabaja en la concreción de entrevistas y conferencias de medios, así como la gestión (trámite administrativo) para solicitar inserciones y la participación en la creación de mensajes para ser difundidos en radio y televisión.

Los lectores de la presente Estrategia, en las páginas subsecuentes podrán conocer el fundamento legal de la misma; posteriormente se presenta un diagnóstico desde la perspectiva del proceso comunicacional; los objetivos que se pretenden alcanzar, las líneas estratégicas, líneas de acción e instrumentos que se utilizarán para poder difundir el quehacer institucional, así como el cronograma de las actividades previstas.

El proceso de construcción busca abarcar y poner evidencia las áreas de oportunidad en lo relativo al procesamiento de la toma de decisiones internas para impactar, directamente, en la imagen institucional. El presente documento no es, de modo alguno, la propuesta de impacto de la Unidad, es o pretende ser comprendido como el esfuerzo institucional para impactar transversalmente las actividades institucionales y contribuir al posicionamiento mediático y la imagen del IEDF. Es ante todo, el esfuerzo por construir y fortalecer la confianza de los ciudadanos y actores políticos para la institución.

2. MARCO LEGAL Y NORMATIVO

El IEDF es la autoridad en la materia electoral, independiente en sus decisiones, autónomo en su funcionamiento y profesional en su desempeño; sus decisiones son tomadas de manera colegiada a través de un Consejo General que funge como su órgano superior de dirección, para procurar la generación de consensos que ayuden al fortalecimiento de su vida institucional, como lo señala el Artículo 124 del *Estatuto de Gobierno del Distrito Federal*.

El IEDF, según establece el Artículo 86, párrafo primero del *Código Electoral del Distrito Federal* (CDEF), 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; el segundo párrafo del citado ordenamiento, especifica que es un organismo de carácter permanente, independiente en sus decisiones, autónomo en su funcionamiento y profesional en su desempeño, con personalidad jurídica y patrimonio propios.

Aunado a lo anterior y de conformidad con los artículos 89, párrafo primero y 95, fracciones IX y XXIX del Código Electoral del Distrito Federal, el Consejo General es el órgano superior de dirección del IEDF, facultado para aprobar, sin dependencia de órgano distinto, sus Políticas y Programas Generales, así como su Plan General de Desarrollo que le permitan el cumplimiento de los fines y acciones a las que está orientado.

Además, el artículo 108, fracción VI del CEDF señala que la Junta Ejecutiva propondrá al Consejo General la Estrategia de Difusión Institucional que, de acuerdo con el artículo 57, fracción V, del *Reglamento Interior del Instituto Electoral del Distrito Federal*, la Unidad presentará al Secretario Ejecutivo la propuesta anual de la Estrategia de Difusión Institucional, para ser sometida a la consideración de la Junta Ejecutiva.

A efecto de fortalecer la imagen del Instituto como órgano autónomo encargado de organizar elecciones, los procedimientos de participación ciudadana y educación cívica que incidan permanentemente en el desarrollo y fortalecimiento de la cultura democrática, la Estrategia de Difusión Institucional 2011 fortalecerá la imagen del IEDF como un órgano profesional, imparcial, objetivo, transparente y confiable en el desempeño de sus funciones ante la ciudadanía.

Por ello, la junta Ejecutiva aprobará la Estrategia de Difusión Institucional 2011 para someterla a consideración del órgano superior de dirección del IEDF y estar en condiciones de operar los mecanismos de interlocución con autoridades, actores políticos, organizaciones de la sociedad civil y ciudadanos en general, que favorezcan el adecuado desarrollo de sus actividades.

Legislación y normatividad en materia de comunicación y difusión:

- **Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Art. 41)**
- **Estatuto del Gobierno del Distrito Federal (Art. 123, 124 y 127)**
- **Código Electoral del Distrito Federal (Art. 118, 257-269)**
- **Ley de Participación Ciudadana del Distrito Federal (Art. 101, 102, 108, 115)**
- **Reglamento Interior del Instituto Electoral del Distrito Federal (Art. 57 y 58)**
- **Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Distrito Federal.**
- **La Ley de Protección de Datos Personales del Distrito Federal;**
- **Reglamento del Instituto Electoral del Distrito Federal en materia de Acceso a la Información Pública del Distrito Federal**

- **Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales**
- **Ley Federal de Radio y Televisión**
- **Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral. Ordenamientos Electorales (IFE)**
- **Lineamientos Editoriales del Instituto Electoral del Distrito Federal**

4. DIAGNÓSTICO

En 2011, el IEDF afrontará un escenario institucional inédito, producto de la complejidad y diversidad de asuntos relacionados con las actividades inherentes a su naturaleza, el enarbolamiento de los valores que sustentan su actuar y, eventualmente, la adecuación de su diseño institucional, producto del devenir Legislativo.

El año precedente, el IEDF se vio inmerso, preponderantemente, por los siguientes asuntos: la constante expectativa que se manejó por parte del órgano legislativo de modificar el diseño institucional electoral; la aprobación y consecuente implementación de facultades derivadas de la aprobación de la Ley de Participación Ciudadana del Distrito Federal, particularmente las relacionadas con la organización de la elección de Comités Ciudadanos y Consejos de los Pueblos, la creación de una cartografía por colonias, la capacitación a los funcionarios públicos del Distrito Federal, la capacitación a los órganos de representación ciudadana que se eligieron; la renovación de la Presidencia de las comisiones permanentes de la institución y de su Consejo General, y la conclusión de la fase experimental del proyecto institucional de urna electrónica.

La manera en que se procesaron y afrontaron algunos de estos asuntos trastocó, en alguna medida, el funcionamiento institucional, más allá del natural disenso que debe privar en cualquier órgano colegiado. Esta situación derivó en cuestionamientos por parte de diversos actores políticos y líderes de opinión, muchos de los cuales se encaminaron a resaltar la afectación e incumplimiento de algunos de los principios y valores que dan sustento a la vida institucional, en particular los relativos a la autonomía, independencia e imparcialidad. Ello ha propiciado que la atención que presten algunos medios de comunicación –impresos y electrónicos– sea para reflejar el funcionamiento y operación de una institución caracterizada por sus desacuerdos internos y/o una institución con mecanismos poco eficientes para procesar y comunicar adecuadamente sus decisiones.

El sistema de comunicación institucional en el IEDF se puede calificar como disperso y segmentado. Ambos aspectos tanto en su etapa de planeación como de operación e incluso evaluación.

Sirva de ejemplo que existen seis aspectos en los cuales, un sistema comunicacional institucional ubica su actuar, a saber los siguientes:

- a) Difusión de la información institucional que se realiza a través de la elaboración de comunicados, boletines de prensa, notas del día o tarjetas informativas para dar a conocer el quehacer cotidiano de la institución;
- b) Invitación a los eventos que organiza la institución para que asistan representantes de medios de comunicación;
- c) Cobertura y seguimiento que cotidianamente realizan los representantes de los medios de comunicación a las actividades institucionales;
- d) Contacto —a través de entrevistas, conferencias de medios y encuentros informales— de mandos superiores de la institución con representantes de los medios de comunicación;
- e) Gestión y contratación de inserciones o espacios en medios de comunicación, particularmente impresos y de internet;
- f) La transmisión de mensajes en radio y televisión para dar a conocer el cumplimiento de los fines y obligaciones institucionales, el cual encuentra cauce en la asignación de tiempos en radio y televisión que realiza el Instituto Federal Electoral (IFE).

Los aspectos arriba referidos deben ser vistos como un todo. Formalmente no deberían constituir elementos aislados; sin embargo, el funcionamiento institucional ha propiciado que se enfoquen de manera segmentada, en su planeación y operación considerando, además, que áreas diversas se involucren sin un eje articulador.

Con relación a la difusión de información institucional, podría afirmarse que existe una tendencia a la apertura total de las actividades que se realizan. Sirva de ejemplo el cuadro siguiente:

1. EMISIÓN INFORMATIVA

Año	Total de boletines y/o comunicados emitidos
2006 -	125
2007	111
2008	212
2009	237
2010	150

Si se asume que un boletín de prensa y un comunicado son el reflejo del quehacer institucional, puede afirmarse que los números anteriores reflejan que, de manera consistente, se ha informado de los asuntos desahogados o conocidos por los órganos de dirección, ejecutivos y técnicos de la institución.

Situación diferente ocurre con las invitaciones que se corren a los representantes de los medios de comunicación para que asistan a los eventos que organiza el IEDF o en los que participan sus mandos superiores. Este aspecto constituye un área de oportunidad toda vez que la cadena: 1) organización de eventos – 2) envío de invitación – 3) difusión en medios de comunicación no se logra a plena satisfacción. En los aspectos 1 y 2 no existe cuestionamiento alguno, toda vez que los eventos se organizan, se envían las invitaciones; empero no se logra a plena satisfacción la concurrencia de los representantes de los medios de comunicación.

2. INVITACIONES A MEDIOS

Año	Número de invitaciones
2008	59
2009	81
2010	60

Esta situación conlleva al tercero de los aspectos arriba citados; es decir, la cobertura y seguimiento que cotidianamente realizan los representantes de los medios de comunicación a las actividades institucionales.

Los medios de comunicación son instancias que cumplen la importante función de fiscalizar el adecuado funcionamiento de ésta y cualquier otra instancia pública; no constituyen –los medios- aparatos propagandísticos o difusores del quehacer institucional, su objeto y naturaleza se debe y está orientada a favor de los ciudadanos, y es justamente en este enfoque en el que concurren el IEDF y los medios de comunicación: el servicio en favor de la ciudadanía.

Más allá de valoraciones, el siguiente cuadro muestra la relación entre información transmitida a través de boletines y /o comunicados y la resonancia –vía publicación y/o difusión) que alcanza en medios de comunicación.

3. PUBLICACIÓN DE BOLETINES

Año 2010	Total de boletines
Boletines y/o comunicados difundidos	123
Boletines y/o comunicados no difundidos	27
Total de Boletines y/o comunicados elaborados (2010)	150

El por qué no se han difundido los diversos instrumentos de comunicación atiende diversas causalidades: a) la agenda de los medios de comunicación y la agenda institucional se encuentran disociadas; b) los espacios concedidos en los distintos medios de comunicación a los temas de la capital del país son mínimos, el número de instituciones o actores políticos y sociales que se los disputan es muy alto, o incluso que los temas electorales son percibidos como de poca importancia fuera de proceso electoral; c) el proceso deliberativo y discurso institucional, la postura – comunicacionalmente hablando- que se asume en los órganos de dirección no atrae a los representantes de los medios de comunicación; es decir, el proceso deliberativo no contribuye a formar opinión; d) los horarios para la organización y realización de eventos (así como la constante demora en su inicio) no resultan ser lo más óptimo para poder ubicar en la constante búsqueda de espacios el mejor posible para la institución; e) la temática abordada en la información que se difunde no comunica de manera asertiva; f) la tendencia a que la conflictividad y el involucramiento –muchas veces sin sustento- con actores políticos o agentes exógenos a la vida institucional encuentra cauce en la difusión que se realiza.

Una de las diversas consecuencias de lo arriba citado es que –mediáticamente- el IEDF es una institución que en pocas ocasiones marca agenda, es reactiva y algunos de los diversos espacios que ocupa son consecuencia o resultado de conflictos en su interior o de filtraciones con interpretaciones de carácter político-partidista antes que técnico o instrumental.

En este sentido, el área de oportunidad que se observa es la relativa a poder transmitir adecuadamente la agenda institucional y lograr su inclusión en la agenda mediática. El cómo conseguirlo se encuentra en la necesaria e ineludible corrección de las causas citadas dos párrafos arriba. Es decir, avanzar en la construcción de encuentros de mandos superiores con los representantes de los medios de manera sistemática, que tengan por objeto dar a conocer cuál será la agenda en el corto y mediano plazo de la institución.

Ello es posible toda vez que, en términos generales, los representantes de los medios que cubren las actividades institucionales tienen una probada profesionalización y considerable receptividad a la difusión del quehacer institucional. Asimismo, la programación de eventos en horarios que faciliten la cobertura periodística, así como su consecuente inicio oportuno son aspectos que deben atenderse; la mejora hasta donde sea posible, en el proceso deliberativo, asumiendo en los diversos asuntos el fondo de las discusiones, es decir, los tomadores de decisiones institucionales deben asumir que sus disertaciones forman e informan, instruyen y educan.

Estos aspectos deberán ir de la mano con el ensanchamiento de opciones para entrevistas, conferencias de medios y encuentros informales de mandos superiores de la institución con los representantes de los medios de comunicación.

No obstante, el siguiente cuadro muestra cuál ha sido la evolución histórica de estos asuntos, con lo que se hace evidente que tal eslabón no es, necesariamente, un aspecto que deba ser modificado de forma sustancial

4. ENTREVISTAS Y CONFERENCIAS

Año	Total de entrevistas y conferencias de medios
2006	141
2007	105
2008	113
2009	264
2010	148

Otra parte del sistema de comunicación lo constituye la gestión y contratación de inserciones o espacios en medios de comunicación, particularmente impresos y de internet, por parte del IEDF.

5. INSERCIONES EN MEDIOS IMPRESOS

Año	Total de inserciones
2006	335
2007	167
2008	249
2009	284
2010	56

El cuadro anterior refleja dos aspectos: 1) en año electoral existe un considerable incremento en las inserciones que se programan, y 2) fuera de año electoral existe una tendencia decreciente en el número de inserciones que se programan y realizan.

Amén de lo anterior, el proceso para la gestión y contratación es disperso. Es decir, resulta difícil planear, con una anticipación razonable, un plan de medios, toda vez que es un trámite descentralizado y de la competencia de los distintos órganos de dirección y técnicos. En este sentido, la Unidad sólo se limita a la atención de las solicitudes de las diversas instancias, en lo que administrativamente se denomina como área concentradora. Al respecto, debe decirse que algunos de los órganos internos desconocen a plenitud la operación y funcionamiento de los medios y; sin embargo, son ellos los que determinan cuáles son los medios en los que debe ordenarse una publicación institucional. Tarea que, a no dudar, se debería asignar a la Unidad o, en su defecto, al superior jerárquico de ésta.

Cómo área de oportunidad se observa la pertinencia de tener una mayor presencia en medios de comunicación, a través de ordenar diversas inserciones, con lo cual sería más activo y amplio el espectro de canales para la difusión institucional. **Segmentar el mercado y, en consecuencia definir claramente el público al que se dirigirán los mensajes institucionales, es uno de los aspectos a resolver; con ello se sentarán las bases para evitar la concentración en sólo unos cuantos medios para difundir mensajes institucionales. Esta situación permitirá ampliar el universo de los**

medios que se emplearán para solicitar la contratación de espacios para dar a conocer los mensajes institucionales.

Por lo que respecta a la transmisión de mensajes en radio y televisión para dar a conocer el cumplimiento de los fines y obligaciones institucionales, el cual encuentra cauce en la asignación de tiempos en radio y televisión que realiza el IFE para utilizarse por el IEDF. Este aspecto debe ser visto en doble perspectiva, por un lado el trato que institucionalmente se recibe por parte del administrador de los tiempos de Estado y, por la otra, la instrumentación interna.

Respecto del primero es un factor externo y ajeno a la presente estrategia, en cuanto a lo segundo, es decir la instrumentación interna, ésta se encuentra segmentada, toda vez que concurren, por lo menos cuatro órganos técnicos, diluyéndose la capacidad de control, seguimiento y evaluación. A mayor abundamiento, unas son las instancias encargadas de elaborar (o incluso la posibilidad de contratar) los mensajes institucionales, otras las requirientes de tiempos, otras las que se encargan del seguimiento.

En este tenor las áreas de oportunidad se observan en el papel que debe asumirse para solicitar tiempos al IFE y la pertinencia o no de asumir los criterios de la autoridad electoral federal, así como también la definición de los mensajes que se van a transmitir durante el transcurso del año a través de la radio y la televisión, con lo cual se daría una necesaria concurrencia para definir qué mensajes (contenidos) son los que se darán a conocer masivamente y, con ello, avanzar en el reforzamiento en medios impresos, entrevistas, conferencias de medios. En el fondo de este asunto también subyace la agenda institucional y el papel protagónico que se pretenda asumir.

Pero en el diagnóstico institucional no sólo existen áreas de oportunidad, también existen -y no son pocas- una serie de fortalezas que permiten afirmar que ésta es una institución con servidores públicos comprometidos con el avance democrático de la capital del país. Es así que, con muy poco tiempo se generó un importante avance

respecto a la democracia participativa en la capital del país, toda vez que esta autoridad, en concurrencia con otras, difundió, organizó y ha dado seguimiento a novedosas figuras de participación ciudadana.

En 2010 el IEDF refrendó, una vez más, su capacidad para organizar procesos electorales que, como fue el caso, no se trató de un proceso formal en un sentido jurídico, pero que sí estuvo revestido de todas las formalidades y garantías que exige la ley para un proceso ordinario, haciendo evidente la capacidad de reacción y transformación frente a la modificación de escenarios para el actuar institucional.

En 2011 se deberá avanzar en esta línea. No sólo observarse el acompañamiento a los órganos de representación ciudadana que fueron electos el 24 de octubre de 2010 y los diversos que promueve la Ley de Participación Ciudadana. Se debe estar atento y preparado a la posible organización de otras actividades que la ley mandata como son las tareas ordinarias para atender el funcionamiento de los Comités Ciudadanos y Consejos de los Pueblos. Destaca al respecto la capacitación, evaluación y resolución de conflictos que se generen en el seno de los Comités Ciudadanos, y la posible organización de algún instrumento de participación como pudieran ser el plebiscito y referéndum.

Otra fortaleza se encuentra en el apego irrestricto a los principios de máxima publicidad de sus actos, la transparencia y la rendición de cuentas, aspectos en los que el IEDF aparece como una institución de vanguardia y garantista de tales derechos ciudadanos.

Por si fuera poco, el IEDF deberá armonizar su operación ante una eventual modificación de su diseño institucional producto del mandato legislativo. En este sentido se deberá explicar a la ciudadanía de qué manera se verá impactado el servicio que se presta en favor del proceso democrático de la ciudad. Asimismo, deberá afrontarse una nueva etapa de proyectos institucionales como pudieran ser los relativos a instrumentos electrónicos de votación o la modificación del marco geográfico de la ciudad.

De manera adicional a los asuntos internos, existen factores externos. Ello es así en virtud de que una institución no puede aislarse de la realidad que la circunda e influye dialécticamente. Por ello, el entorno socioeconómico que rodea la actividad institucional se podría ver enmarcado -en términos de la discusión de asuntos electorales- en el cuestionamiento por el monto de recursos asignados para ésta y cualquier otra autoridad electoral; el señalamiento a las prerrogativas que por ley se otorgan a los partidos políticos, que se perciben como elevados; la articulación de un discurso cuestionando la utilidad de un andamiaje electoral que se califica de obeso, y los señalamientos respecto a la autonomía institucional frente a los poderes formales y fácticos.

Asimismo, el ciclo económico por el que atraviesa el país propiciaría, inevitablemente, los cuestionamientos derivados de una necesaria racionalidad, austeridad y disciplina del gasto público y la consecuente exigencia para rendir cuentas.

El entorno que circunda a esta autoridad, y sin aceptar a plenitud que las percepciones arriba plasmadas -tanto en sus áreas de oportunidad como en las fortalezas- sean hechos incontrovertibles, puede sostenerse que existen percepciones en las cuales el IEDF, desde el ámbito de su competencia, deberá contribuir a dotar de certeza a los ciudadanos y actores políticos respecto de su correcto actuar. En particular, los señalamientos por la posible injerencia de actores antisistémicos o actores políticos externos en la vida institucional, el fortalecimiento a los mecanismos de fiscalización de los recursos públicos y privados que ejercen los institutos políticos, así como del afianzamiento a la transparencia y rendición de cuentas que debe privar en cualquier ente público.

5. OBJETIVO GENERAL

Difundir a los ciudadanos del Distrito Federal los planes, programas y acciones de los diversos órganos de dirección técnicos y desconcentrados, principalmente aquellos encaminados a la preparación y organización del proceso electoral 2011-2012, así como los relativos a la democracia participativa, destacando en su contenido el carácter autónomo, imparcial e independiente del IEDF y consiguiendo la articulación de un sistema de comunicación institucional.

5.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Armonizar los hechos y decisiones institucionales con un posicionamiento informativo que destaque el carácter autónomo, independiente e imparcial del IEDF.

Centrar el sistema de comunicación social institucional en la elaboración de mensajes que tengan al ciudadano como el objetivo final y preponderante de los mensajes.

Fortalecer la democracia participativa a través de la difusión del cumplimiento al mandato legal de capacitar y evaluar a los órganos de representación ciudadana.

Afianzar la credibilidad ciudadana en el IEDF a través de la consolidación como órgano garante del derecho ciudadano a la rendición de cuentas y la transparencia.

Fortalecer la interlocución con instituciones públicas, privadas y organizaciones de la sociedad civil mediante colaboraciones y convenios que permitan dar a conocer las actividades institucionales.

Afianzar un sistema de comunicación social que permita el flujo de información de primera mano con los integrantes del Consejo General, a través de la organización y planeación de conferencias de prensa y entrevistas en medios de comunicación.

6. LÍNEAS ESTRATÉGICAS Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Con base en el diagnóstico expuesto el cual detecta áreas de oportunidad para una mejora en el servicio tanto a la ciudadanía, medios de comunicación y representantes de partidos políticos, además de que prevé la necesidad de reforzar mecanismos que han demostrado un cierto grado de efectividad aunque de manera aislada y no en su conjunto, se determina una serie de líneas estratégicas que es necesario conceptualizar, diseñar, ejecutar y evaluar conforme a los programas institucionales generales y específicos.

A continuación se presenta una descripción de las líneas estratégicas y de acción tomando en cuenta sus instrumentos, el plan de medios y el ámbito de responsabilidad correspondiente:

Las líneas estratégicas expresan las acciones sobre el uso de los medios, los recursos y los esfuerzos para el cumplimiento de los objetivos de la Estrategia de Difusión Institucional 2011, la realización de la misión y alcance de la visión institucionales.

Las líneas de acción que se proponen constituyen la expresión detallada de cada línea estratégica y tienen como propósito describir acciones que permitan alcanzar en los objetivos estratégicos en el corto y mediano plazos.

Los instrumentos constituyen el conjunto de piezas que permitirán alcanzar los objetivos plasmados. Deben ser observados de manera transversal y no aislada, toda vez que los mismos constituyen circuitos que no podrán funcionar adecuadamente si son vistos de manera independiente.

El Plan de Medios consiste en diseñar y desarrollar cómo se van a difundir los mensajes alcanzando al público objetivo y buscando la mayor eficacia y rentabilidad. Los medios de comunicación son diversos y cada uno de ellos presenta características específicas y un sinfín de variables que se deben contemplar para escoger la mejor opción que se ajuste a las necesidades institucionales.

El ámbito de responsabilidad determina el papel y nivel de participación que las diferentes áreas tienen en el desarrollo del proceso.

I. **Reingeniería de los mecanismos de información**

Descripción

Mejorar los instrumentos de comunicación social de que dispone el IEDF para difundir mensajes a diferentes sectores poblacionales que contribuyan a reforzar la identidad e imagen institucionales.

Líneas de acción

- a) Difundir de manera clara, permanente y oportuna, a través de diversos medios, las actividades, los logros y los resultados del IEDF que permitan presentarlo ante la opinión pública como una institución responsable y eficiente, formadora de ciudadanía en el Distrito Federal.
- b) Establecer una agenda emergente profusa en actividades institucionales públicas, a partir de actividades programadas y otras que de manera extraordinaria puedan proponer las diversas comisiones. Estos eventos se difundirían en tiempo real por Internet, mediante boletines y con la presencia de los medios.
- c) Instaurar un programa periódico y permanente de conferencias de medios con funcionarios del Instituto (consejeros electorales y secretarios ejecutivos o administrativos, en su caso) para que constituya a éstas como el instrumento de comunicación por excelencia con la fuente informativa al dar a conocer, ampliar, dilucidar y aclarar información importante del IEDF.
- d) Desarrollar sesiones de entrenamiento en medios para consejeros electorales y secretarios ejecutivo y administrativo para desarrollar procesos asertivos de comunicación institucional.
- e) Resolver de manera eficaz y eficiente, las comunicaciones en situaciones normales y de *crisis institucional*.
- f) Construir, emitir y retroalimentar mensajes creíbles, de forma completamente convincente.

Instrumentos o mecanismos

Reuniones con reporteros de la fuente y líderes de opinión

Los mandos superiores de la institución podrán convenir o realizar encuentros para difundir, dar a conocer o aclarar los diversos proyectos y programas institucionales que se implementarán durante 2011. Ello permitirá ser proactivos en cuanto a la temática institucional y generar canales y una red de comunicación sensible y conocedora de la materia político electoral. **No obstante, estos instrumentos conllevan, necesariamente, la aceptación y reconocimiento explícito a variables ajenas a los fines que se persiguen desde la institución y, podrían implicar, ineludiblemente, cuestionamientos relativos a la conducción institucional, el proceso de toma de decisiones o cualquier otro tema de interés periodístico ajeno a la dinámica interna.**

Conferencia de medios

Se establecerán canales de comunicación entre funcionarios del Instituto (consejeros electorales y secretarios ejecutivos o administrativos, en su caso) con representantes de medios de comunicación para responder a los planteamientos e inquietudes respecto de los proyectos y programas institucionales, resaltando la colegialidad para procesar las decisiones institucionales. Al respecto, los participantes en estas conferencias serán los Consejeros Electorales y, en su caso, los titulares de las secretarías Ejecutiva o Administrativa.

Boletín de prensa

Se emitirán mensajes oficiales para dar a conocer la posición institucional respecto a la consecución de los programas y proyectos institucionales, así como de temas de interés estructural o coyuntural. Respecto a ésta, se deben aportar datos, juicios, elementos llamativos, para servir de base para su elaboración. La función de la Unidad no acaba con la preparación del boletín, sino que ha de conseguir que los medios de comunicación, ya sean escritos o audiovisuales, acepten las noticias para su publicación.

Para ello es necesario el establecimiento de relaciones personales e institucionales con aquellos responsables de los medios de comunicación con capacidad para permitir o no la entrada de noticias en ellos.

Definición de hechos noticiables

Deberá identificarse aquella información de la institución que por su contenido puedan tener acceso a los medios de comunicación. Por ejemplo, ¿se está trabajando en algún proyecto original?, ¿hay alguna información que pueda ser de urgente interés para el ciudadano?, etc.

A continuación se enlistan los principales temas a difundir por el Instituto en el próximo año. Los rubros expuestos en términos generales responden a criterios enunciativos más no limitativos:

Temas de agenda para 2011 para posicionar:	
• Participación ciudadana (impulso a nuevas figuras ciudadanas: jefes de manzana y consejos delegacionales). • Capacitación a Comités Ciudadanos y Consejos de los Pueblos. • Programa de capacitación, educación, asesoría y comunicación en materia de participación ciudadana • Publicación de la Estadística de Resultados de la Elección de Comités Ciudadanos y Consejos de los Pueblos 2010 • Trabajo de Consejo General • Trabajo de comisiones • Convocatorias a Concursos	• Adecuación a la estructura del Instituto conforme a las reformas al nuevo Código Electoral del Distrito Federal • Voto de defensores residentes en el exterior • Voto electrónico adquisición de Urnas Electrónicas • Redistribución electoral • Inicio del proceso electoral (convocatoria) • Fiscalización a los recursos entregados a los partidos políticos y resoluciones de quejas • Transparencia y rendición de cuentas

Entrevistas

Se atenderán solicitudes y promoverán contactos de funcionarios con representantes de medios de comunicación para responder inquietudes de forma exclusiva sobre las acciones, planes y programas del Instituto.

Versiones estenográficas

Se realizará la transcripción de las palabras emitidas en conferencias, entrevistas, intervenciones, disertaciones de funcionarios y que se entregarán a representantes de medios de comunicación.

Carta aclaratoria

En casos en que se amerite, se precisará, aclarará o desmentirá información difundida por algún medio de comunicación, siendo este un instrumento con poca utilidad práctica.

Cobertura de eventos

La cobertura de eventos relacionados con el quehacer institucional generará insumos informativos y audiovisuales que, además de acrecentar el acervo documental, servirán de suministro para los diferentes medios de comunicación acreditados en el Instituto, y serán la base para la producción de promocionales institucionales que representen economías debido a su bajo costo. **La cobertura de los eventos, por parte de la Unidad obedecerá a un estricto criterio de disponibilidad de recursos humanos y técnicos, privilegiando, en todo momento, el trato equitativo para todos los integrantes del Consejo General.**

Transmisión de eventos

En atención al principio de máxima transparencia, se difundirán a través de la WEB, en vivo o de manera diferida, las deliberaciones y acuerdos adoptados por el máximo órgano de dirección del Instituto, así como eventos de carácter académico o institucional.

Sala de Prensa Virtual

El rediseño de la página institucional considera la creación de un espacio de consulta virtual para reporteros que contendrá material útil para el desarrollo del trabajo periodístico como boletines y comunicados de prensa, versiones estenográficas, audios, fotografías, agenda de eventos, información de asuntos de interés.

En este sentido, se buscará innovar un mecanismo de comunicación directa de mandos superiores de la institución con representantes de medios de comunicación en particular y con ciudadanos en general. Ello permitirá abonar en favor de una comunicación directa, sin intermediarios y con la inmediatez que permite hoy la tecnología. En términos técnicos se definiría como un proceso de *feed back* en la comunicación institucional y la Unidad procurará anclarla a la difusión con algún medio de comunicación impreso o electrónico; además, a través de las redes sociales como Facebook, Twiteer, H5, Hifi se informará, en lo posible, momento a momento de las principales actividades institucionales

Periódico Mural

El órgano de difusión (Verbo Elegir) retrata el quehacer institucional de manera periódica (mensual) y se distribuye en el Sistema de Transporte Colectivo (Metro), Sistema de Transporte Eléctrico del Distrito Federal, Red de Transportes de Pasajeros del D.F., órganos electorales del país, instituciones de educación superior, bibliotecas, direcciones distritales, entre otras. Al ubicarse como uno de los instrumentos de comunicación externa mejor posicionados del IEDF debido a su nivel de aceptación, periodicidad y esquema de distribución, el periódico mural "Verbo Elegir". En cada edición los lectores encontrarán información relevante de manera clara, sencilla y directa. Además, reforzará la labor informativa sobre el quehacer institucional.

Producción y difusión de publicaciones

Promover todo tipo de materiales de comunicación, incluyendo informes, folletos, libros, cursos interactivos, publicaciones electrónicas editadas por el IEDF, a través de los medios de comunicación impresos y electrónicos. Para ello se organizarán presentaciones públicas en la que se invite a personalidades que por su importancia atraigan la atención de los medios de comunicación y por consecuencia se promueva a esta autoridad de manera masiva.

Simulacros de crisis

Sesiones de simulacros y análisis de posibles crisis que ayuden a la Institución a estar mejor preparada para responder a tiempo e, inclusive, salir fortalecida de una situación crítica. En este sentido, se presentarán los documentos necesarios (análisis de coyuntura o situacional) para poder prevenir alguna contingencia informativa.

Monitoreo y análisis de medios

Monitoreo y análisis contextual y de prospectiva de notas y artículos publicadas en medios impresos y electrónicos sobre el IEDF. Estos análisis podrán servir para como herramientas para la toma de decisiones.

Seguimiento legislativo

Proveer a las diferentes áreas del IEDF servicios de monitoreo legislativo que les permitan detectar con oportunidad los asuntos con posible impacto en su desempeño.

Criterios para mejorar las relaciones con los medios de comunicación:

Facilitar al máximo la labor de los periodistas, bajo las siguientes reglas:

- Agilizar los tiempos de entrega de la información; es decir, que haya transcurrido el menor tiempo posible entre el hecho noticiable y la comunicación con el periodista.

Esto implica acelerar la revisión y validación de boletines y notas del día por parte de las instancias internas competentes.

- Transmitir la información en un formato que sea fácilmente utilizable por el medio (envío de documentos de manera electrónica).
- Acompañar el material informativo de otro que pueda ser introductorio o contextual, de forma que proporcione al medio una visión de conjunto del tema, especialmente si es desconocido o muy técnico (fichas informativas y anexos)
- Suministrar material complementario si éste es requerido por el medio de comunicación.
- **Brindar visibilidad a la comunicación institucional a través de la ampliación del universo de las publicaciones en las cuales se realiza la contratación de espacios.**

Ámbito de responsabilidad

Planeación, desarrollo y seguimiento: Unidad Técnica de Comunicación Social y Transparencia.

Evaluación: Secretaría Ejecutiva

- Actores Coadyuvantes: Consejeros Electorales, Secretario Ejecutivo, directores ejecutivos, titulares de Unidad, órganos desconcentrados.

En este caso, el criterio que se adoptará para estos instrumentos será: a) determinar el funcionario que fijará la posición institucional sobre el tema a difundir, a saber el siguiente: Presidencia del Consejo General, presidentes de Comisiones, integrantes de comisiones y titulares de direcciones ejecutivas o técnicas, en el ámbito de su competencia y de manera preferente.

II. Ampliación de los vínculos y convenios de colaboración interinstitucional

Establecer los vínculos y convenios de colaboración interinstitucional con diversos organismos públicos, privados, sociales y nacionales que contribuyan a mejorar la imagen del Instituto.

Líneas de acción

- a) Promover y estrechar una relación permanente y continua del IEDF con la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, el Gobierno del Distrito Federal, el Tribunal Electoral del Distrito Federal, asociaciones políticas, en la búsqueda de acciones que favorezcan la imagen y la gestión institucional, su posicionamiento y reconocimiento por parte de los habitantes del Distrito Federal.
- b) Incrementar los vínculos y convenios de apoyo y colaboración con instituciones públicas, privadas y organizaciones de la sociedad civil, que potencialicen el intercambio y difusión de la información electoral.
- c) Incrementar los vínculos interinstitucionales y suscribir, en su caso, convenios de colaboración con organismos electorales nacionales e internacionales que permitan el intercambio de información y experiencias en materia político-electoral.
- d) Celebrar convenios de colaboración con instituciones académicas en materia de difusión.

Ámbito de responsabilidad

Gestión: Presidencia, consejeros electorales, Secretaría Ejecutiva.

Asesoría Técnica: Unidad Técnica de Asuntos Jurídicos.

Planeación, desarrollo, seguimiento y evaluación: Unidad Técnica de Comunicación Social y Transparencia.

III. **Formulación, propuesta y ejecución de acciones de comunicación social, imagen Institucional y relaciones públicas tendentes a fortalecer la presencia y buena imagen del IEDF**

Descripción

Mejorar los instrumentos de comunicación social de que dispone el IEDF para difundir mensajes a diferentes sectores poblacionales que contribuyan a reforzar la identidad e imagen institucionales.

Líneas de acción

- a) Difundir en los medios de comunicación un discurso institucional que enfatice la unidad, imparcialidad y el profesionalismo.
- b) Poner en marcha una estrategia integral de la difusión de la imagen institucional con miras a posicionar en su dimensión y proporción al IEDF del IFE.**
- c) Implementar una estrategia de difusión permanente del programa de capacitación y educación cívica que promueva entre los habitantes del Distrito Federal los principios y valores democráticos para impulsar la participación ciudadana, fomentar la educación cívica y la democracia como forma de vida.
- d) Incrementar la participación de los consejeros electorales y diversos funcionarios del Instituto en la agenda de los medios de comunicación masiva.
- e) Instrumentar mecanismos y procesos internos que faciliten y unifiquen criterios de planeación, organización y difusión de los diversos eventos y foros institucionales bajo la óptica del fomento, reflexión y análisis en temas de participación ciudadana, formación cívica, procesos de capacitación electoral, entre otros.
- f) Reestructurar y rediseñar la página institucional de internet con el fin de ofrecer a la ciudadanía un medio de comunicación interactivo, moderno, eficiente y de fácil acceso considerando a personas con discapacidad motriz, auditiva, visual, hablantes de otras lenguas o idioma.

- g) Mejorar la calidad de los materiales fotográficos, audiovisuales y de diseño gráfico que coadyuven a fortalecer la imagen institucional, para difundirlos a la población del Distrito Federal.
- h) Incrementar la calidad y cantidad de los materiales audiovisuales con miras a implementar un proyecto de comunicación externo con medios electrónicos tradicionales (radio y televisión) y nuevas tecnologías (internet y redes sociales).
- i) Iniciar el contacto directo con los jóvenes a través de las redes sociales en Internet.

Instrumentos y mecanismos

a) Producción audiovisual para difusión externa

Mediante un convenio de colaboración institucional con el Gobierno del Distrito Federal el IEDF podrá difundir el quehacer institucional a través del *Sistema de Televisión Metropolitana Capital 21* y la estación de radio virtual *La Capitalina*.

b) Página de Internet

El espacio de la red (www.iedf.org.mx) ofrecerá al usuario, de forma fácil e integrada, acceso a una serie de servicios e información dirigidos a resolver necesidades específicas o de acceso a la información. El uso de la plataforma de Internet por parte del IEDF representa una herramienta valiosa de comunicación. Actualmente el sitio institucional recibe en promedio de entre 700 y 750 visitas diarias por lo que el impacto de los mensajes y la información institucional que ahí se presenta supera a otras formas de comunicación tradicionales.

Ámbito de responsabilidad

Planeación, desarrollo, seguimiento y evaluación: Unidad Técnica de Comunicación Social y Transparencia.

Actores coadyuvantes: Consejeros Electorales; Unidad Técnica de Servicios Informáticos; Unidad Técnica de Archivo, Logística y Apoyo a Órganos Desconcentrados.

IV. Campaña integral de difusión

Descripción

Fortalecer la campaña anual de difusión de la cultura democrática que tendrá en curso la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica (DECEyEC) con el desarrollo de acciones complementarias y de mayor impacto.

Líneas de acción

- a) Diseñar y aplicar directrices que permitan, con oportunidad y eficiencia, planear, contratar, supervisar y evaluar el trabajo de empresas que presten sus servicios en materia de publicidad.
- b) Incrementar con base en un replanteamiento focalizado los canales de difusión utilizados en estricto apego al público objetivo, los alcances y la disponibilidad presupuestal.
- c) Promover el uso los medios de comunicación distintos a los tradicionales (radio y televisión) con otros de carácter complementario de mayor ahorro y eficacia como portales de Internet, redes sociales, perifoneo, carteles, volanteo, puntos de venta, etc.
- d) Manejar, invariablemente, en los contenidos de los mensajes los siguientes tópicos: democracia, ciudadanía, legalidad, certeza y unidad.
- e) **Aplicar invariablemente en el desarrollo de los mensajes elementos de identificación con base en imagen, sonido y discurso que permitan al Instituto diferenciarlo inmediatamente de otros actores con funciones similares. Para ello, se hará uso de recursos psicológicos, de lenguaje, visuales y de retórica que construirán uniformidad e impacto en el referente colectivo.**

Instrumentos y mecanismos

- a) **Medios alternativos.** Se contempla la instrumentación de canales de comunicación poco usuales por los que se podrán difundir mensajes institucionales a públicos específicos, como es el caso de blogs, actividades en delegaciones y colonias a través de las direcciones distritales, concursos de cartel, debates universitarios, promoción en programas de radio, etc.
- b) **Desplegados, inserciones en medios impreso y multimedia.** Como parte de las actividades ordinarias se llevarán a cabo diversas publicaciones programadas en los diarios de mayor circulación certificada con el propósito de informar a la ciudadanía asidua a este tipo medios, así como a un sector específico de la clase política y con poder de decisión de las diversas convocatorias, avisos y exhortos que emita el Consejo General. El desarrollo de esta actividad cumple con el ordenamiento legal de máxima difusión, **procurando la diversificación del universo de publicaciones en las que se ordenaría la contratación de espacios, así como la adecuada combinación de medios impresos y multimedia.**

Con la finalidad de dar mayor difusión, se buscará publicar en los medios impresos y sus páginas de Internet, lo cual permitirá tener una mayor presencia y abarcar mayor rango de población conforme al sector poblacional que a continuación se describe:

Nivel Socioeconómico (NSE) ALTO (grupos A/B/C+)

Nivel Socioeconómico (NSE) MEDIO (grupos C)

Nivel Socioeconómico (NSE) BAJO (grupos D y E)

6. TIRAJE Y PERFIL POBLACIONAL MEDIOS IMPRESOS

MEDIO	TIRAJE MILLAR	PERFIL
Jornada	107,659	Entre 18 y 65 años, nivel ABC+, C 83% C 17%
El Universal	120,000	Entre 25 y 64 años, nivel ABC+, D 100%
Milenio	103,605	Entre 25 y 64 años, nivel ABC+ C, 69% C 31
La Prensa	315,000	Entre 17 y 61 años. Nivel ABCD+, más C típico, 100%
La Crónica	56,000	Entre 24 y 61 años. Nivel ABC 42+, más D 31 C 27%
Excelsior	90,000	Entre 13 y 65 años Nivel AB 19% más CDE 81%
Reforma	153,118	Entre 18 y 59 años. Nivel ABC+, 58% más C típico C/D 42%
Gráfico	300,000	Entre 13 y 64 años. Nivel ABC, 14% más CDE, 86%
Financiero	72,000	Entre 26 Y 35 años. Nivel ABC+C 80% CDE 20%
Record	146,000	Entre 19 y 24 años. Nivel ABC+C 23% CDE 77%
Vértigo	30,000	Entre 25 y 55 años. Nivel ABC+C 70% C 30%
Proceso	94,000	Entre 18 y 65 años. Nivel ABC 56% C 21% D 15% y E 8%
Emeequis	11,885	Entre 24 y 54 años. Nivel ABC 79% C 21%
Esto	528,000	Entre 20 y 46 años. Nivel ABC 86% D 14%
El Sol de México	315,000	Entre 12 y 45 años. Nivel ABC 89% D 11%
Milenio	80,700	Entre 25 y 64 años. Nivel ABC+C 69% C3
Día siete	30,000	Entre 18 y 64 años. Nivel ABC+C 40% CDE 60%
Unomásuno	31,651	Entre 19 y 64 años. Nivel ABC+ 21% C 68% D 11%
Ovaciones 2ª.	69,850	Entre 14 y 45 años. Nivel ABC+ 60% CD40%
TV Notas	782,000	Entre 19 y 45 años. Nivel ABC+ 80% CD20%
Metro	310,000	Entre 16 y 54 años. Nivel ABC 65% CDE 35%
Tiempo Libre	105,000	Entre 18 y 54 años. Nivel ABC 46% D 22 D+32%
Publimetro	103,115	Entre 19 y 34 años. Nivel ABC 59% C+ C 41%
El Economista	29,045	Entre 18 y 56 años. Nivel ABC 91% CD 9%
Ovaciones	148,018	Entre 18 y 45 años. Nivel AB 13%, C 57% D 30%

Fuente: Padrón Nacional de Medios Impresos, Subsecretaría de Normatividad de Medios. Secretaría de Gobernación

- c) **Redes sociales.** Según el estudio de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) realizado este año, en México hay una penetración de Internet por encima del 29%, es decir 31.5 millones de usuarios. En este sentido, invariablemente se utilizarán sistemas o estructuras sociales (Twitter, Facebook y Hi5) en los que se realizará un intercambio de información con posibilidad de interacción en un sector específico de la población. **Lo anterior, considerando que el 60% de la gente está en Internet y que la población económicamente activa y las clases medias están teniendo mayor penetración en lo digital.**

Una de las cualidades del uso de las redes sociales es la inmediatez, para ello se considera necesario el desarrollo y aplicación de estas herramientas virtuales para la promoción informativa. El IEDF abrirá perfiles en Twitter y Facebook por tema o sección y de manera sectorizada con lo que se buscará captar la atención selectiva de diversos públicos cada vez más exigentes que requieren el desarrollo, análisis y discusión de ciertos contenidos.

Entender el fenómeno Twitter (140 caracteres para transmitir toda una idea) obliga a condensar y transmitir la información, de esta manera se realizará el envío de bullets a través de este medio como medio complementario a los boletines y notas informativas para informar en tiempo real de las acciones implementadas por el Instituto. De esta manera se podrán desarrollar chats y foros en vivo con funcionarios y ciudadanos interesados en determinado tema.

Otro elemento a considerar es el sentido de la credibilidad, para ello se buscará el uso de figuras públicas como emisores o reforzadores de la imagen (aliados) que por encima tintes políticos generen una propagación del mensaje de manera orgánica; es decir, vez tras vez, de manera automatizada.

A pesar de ser un medio tecnológico, se necesita el factor humano no sólo para interpretar, sino para entender e implementar acciones en este sentido por lo que la implementación de una estrategia en internet requerirá la labor conjunta de diversas áreas que estén involucradas en el cumplimiento de objetivos.

Plan de medios

El diseño del plan de medios atenderá en todo momento los objetivos de la campaña de difusión anual tomado en cuenta las campañas monotemáticas que deriven del Programa Operativo Anual. Para ello se considerarán los principios de eficacia y uso racional de los recursos.

Con base a un esquema definido para la elección del medio se considerará al o los medios que garanticen llegar al público objetivo, mediante cobertura, nivel de frecuencia y de recordación.

Se tiene contemplado hacer un marketing progresivo, como fuerza principal de la campaña, utilizando para ello: aplicaciones en redes sociales, web y se utilizarán los medios convencionales como televisión, vallas, prensa, radio y medios alternativos (como publicidad en transporte público). Al mismo tiempo se hará la selección de soportes que refuercen los mensajes de la campaña.

PLAN DE MEDIOS

Masivos

Prensa escrita

Radio

Televisión

Internet

Selectivos

Periódicos Murales

Publicaciones

Espectaculares

Calcomanías

Carteles

Exposiciones

Letreros de
transportes

Mantas

Agendas

Cartas invitación

Directos

Presentación de
funcionarios en eventos:

Propios

Públicos

Conferencias

Entrevistas

Recorridos

Estos medios pueden ser usados particularmente o de manera simultánea, combinando esfuerzos con las distintas áreas del organismo, o a través de otras instituciones afines de los sectores público, social y privado.

Ámbito de responsabilidad

Planeación, desarrollo, seguimiento y evaluación: Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica.

Actor coadyuvante: Unidad Técnica de Comunicación Social y Transparencia.

V. Puesta en marcha de un Programa de Relaciones Públicas

Descripción

Diseñar e implementar estrategias integrales de promoción y difusión mediante la creación y desarrollo de relaciones positivas con diversos actores y públicos que permitan reflejar una opinión favorable y una imagen institucional positiva.

Líneas de acción

- a) Utilizar cualquier invitación a participar en este tipo de actividades y aprovechar el foro para informar sobre las acciones que lleva a cabo el IEDF.
- b) Establecer relaciones positivas con otras instituciones y organismos autónomos, ciudadanos, de educación y actores clave de cara al proceso electivo de 2012.
- c) Realizar presentaciones en escuelas, ferias, foros, seminarios y eventos masivos con exhibición y demostración de materiales y productos institucionales (publicaciones, urna electrónica, concursos, catálogo de colonias, geografía electoral, etc.)
- d) Estrechar lazos de comunicación entre funcionarios y trabajadores con el fin de manejar una percepción homogénea del IEDF tanto al interior como al exterior.
- e) Desarrollo de un programa de capacitación permanente de atención al público para sedes distritales, Ludoteca Cívica Infantil (LUCI), recepcionistas, operadores telefónicos, capacitadores electorales, personal operativo de la Oficina de Transparencia e Información Pública y webmaster.
- f) Apertura del sistema de registro y atención de quejas.

Instrumentos y mecanismos

a) Implementación de estrategias para asuntos públicos

Análisis y construcción de relaciones positivas con instituciones gubernamentales, autónomas y de la sociedad civil para posicionar una buena imagen de responsabilidad social, y crear plataformas de influencia en la resolución de asuntos de interés público. Participación en foros, seminarios, iniciativas ciudadanas relacionadas con temas político-electorales y de participación ciudadana.

b) Creación de conceptos y logística de eventos

Desarrollo de conceptos creativos y asesoría en la logística y realización de eventos para presentaciones, convocatorias, seminarios y foros, con el apoyo de proveedores expertos en organización.

Ámbito de responsabilidad

Planeación, desarrollo, seguimiento y evaluación: Unidad Técnica de Comunicación Social y Transparencia.

Actores coadyuvantes: Presidencia; Consejeros Electorales; Secretaría Ejecutiva; Unidad Técnica de Servicios Informáticos; Unidad Técnica de Archivo, Logística y Apoyo a Órganos Desconcentrados; Dirección de Personal.

VI. Unificación de la Imagen Institucional

Descripción

Unificar criterios en el uso de la imagen institucional con el fin de permitir la fácil y rápida identificación del Instituto a través del correcto uso de sus elementos visuales y sonoros incidiendo en el recordatorio colectivo.

Lineas de acción

- a) Aplicar invariablemente los lineamientos en cuanto al uso obligatorio de colores, tipografía, logotipo y slogan institucional en todos los productos generados por el IEDF.
- b) Reforzar el papel del Comité Técnico Editorial como el responsable de supervisar y autorizar los contenidos de las publicaciones institucionales.

Instrumentos

a) Señalética

Instaurar el proyecto de señalética de las oficinas centrales y órganos desconcentrados y aplicación de la imagen institucional en las fachadas de las sedes distritales conforme al Manual de Identidad Gráfica.

b) Producción de material audiovisual

Uso de música, voces, slogan y tonos institucionales en materiales audiovisuales que permitan identificar fácilmente al IEDF con respecto a otros productos transmitidos en las barras programáticas de los medios electrónicos o expuestos en medios alternativos.

Ámbito de responsabilidad

Planeación, desarrollo, seguimiento y evaluación: Unidad Técnica de Comunicación Social y Transparencia.

VII. Comunicación interna

Descripción

Para lograr servicios de calidad es necesario involucrar a todo el personal en la operación de la estrategia de difusión; ha de ser partícipe de cuáles son los objetivos finales de la organización y de cuál es, en definitiva, la utilidad.

Un problema en el IEDF es que el personal sólo conoce su trabajo directo, siendo ajeno a los objetivos de actuación de otras áreas. La confección de materiales recopilatorios de las funciones y objetivos de cada una de las áreas, y su distribución entre los miembros de la institución, puede ser una herramienta útil para conseguir difundir una visión global de los objetivos de comunicación.

Informar y responsabilizar requiere como contrapartida conocer las expectativas de los trabajadores respecto a su puesto de trabajo, y su opinión sobre el funcionamiento de la propia institución.

De este modo se trabajará conjuntamente con área de Recursos Humanos con el fin establecer la comunicación con el personal: desarrollar desde el momento de la contratación, entrevistas de iniciación para informar sobre las instalaciones, cultura y tradiciones del IEDF y entrega de material orientativo.

Línea de acción

Desarrollar acciones respecto al funcionamiento organizativo del IEDF que fomenten una cultura común de objetivos generales y estratégicos de actuación, describiendo funciones de áreas y dinámicas de trabajo, dando a conocer perfiles personales, abordando aspectos del entorno de esta autoridad, etc.

Instrumentos y mecanismos

Diseño de planes de formación específicos

Elaboración de manuales de acogida

Publicación de periódicos internos

Intranet

Ámbito de responsabilidad

Planeación, desarrollo, seguimiento y evaluación: Unidad Técnica de Comunicación Social y Transparencia.

Actores coadyuvantes: Presidencia; Consejeros Electorales; Secretaría Ejecutiva; Unidad Técnica de Servicios Informáticos; Unidad Técnica de Archivo, Logística y Apoyo a Órganos Desconcentrados; Dirección de Personal.

VIII. Innovación y uso eficiente de la infraestructura tecnológica

Descripción

Incrementar la capacidad de innovación y el uso eficiente de la infraestructura tecnológica, con el fin de fortalecer la imagen institucional ofreciendo una imagen de vanguardia en cuanto a la organización de los procesos electorales y los instrumentos de participación ciudadana, así como la rendición de cuentas.

Línea de acción

- a) Establecer un sistema de comunicación electrónico eficiente que promueva al exterior la transparencia y la cultura democrática; en tanto que al interior, se incida en el sentido de pertenencia y el desarrollo de la cultura organizacional.

Instrumentos

- a) Página institucional de Internet

Establecimiento de mecanismos adecuados en la página de Internet que permitan hacer más efectivo el derecho de acceso al apartado de Transparencia facilitándole la búsqueda de información previendo las excepciones que la Ley estipula.

b) Sistema de Intranet

Desarrollo e implementación del sistema de Intranet que facilite la comunicación interna y haga eficiente el tiempo de consulta y respuesta, además de que contrarreste los procesos burocráticos.

Ámbito de responsabilidad

Planeación, desarrollo, seguimiento y evaluación: Unidad Técnica de Comunicación Social y Transparencia y Unidad Técnica de Servicios Informáticos

Actores coadyuvantes: Oficina de Información Pública y Dirección de Personal.

6. MECANISMOS DE EVALUACIÓN

En términos de comunicación la evaluación del impacto de la utilización de acciones es difícil de medir. La forma más simple de evaluar una estrategia como ésta es contabilizar el número de exposiciones conseguidas en los medios. Para ello se habrá de recopilar la información aparecida en los medios que se han hecho resonancia de la noticia, la publicación o el acto organizado. Por ejemplo, deben contabilizarse las columnas dedicadas al tema en la prensa escrita, localizar el número de fotografías o los minutos en las diferentes televisoras y estaciones de radio. La audiencia estimada de los distintos medios nos dará una idea del público al que ha llegado la información.

Atendiendo estas consideraciones, en un primer término se aplicará un mecanismo de evaluación de metodología primaria conforme al tipo de acción, el número de impactos, el tiempo de respuesta y los objetivos alcanzados. Su función en términos generales es de carácter cuantitativo:

7. Indicadores para acciones previstas

Tipo	Fórmula de cálculo	Frecuencia de medición
De gestión, tipo eficacia	$A = L * Tp / M * Tr$ Donde: A= eficacia L= cuantificación física alcanzada de la acción Tp= tiempo planeado para alcanzar la cuantificación física de la acción, ponderando 1 como un año M= cuantificación física de la acción Tr= tiempo real para alcanzar la cuantificación física de la acción, ponderando 1 como un año	Trimestral
De impacto, tipo impacto esperado y producido	$I = (R/O) * 100$ Donde: I= impacto R= resultados O= objetivos	Trimestral

Cabe señalar que en ambos casos, se ha de considerar como supuestos de cumplimiento a) la existencia de recursos humanos, financieros, materiales y técnicos para el desarrollo de las acciones planteadas; y, b) prevalencia de condiciones sociales, ambientales y políticas que permitan su implementación.

Sin embargo, la labor de evaluación de un proyecto no termina en su nivel de exposición, sino el trato que le dan los diversos públicos, la resonancia que le dan los medios de comunicación y la efectividad de los mensajes en términos cualitativos. Para ello habrán de implementarse herramientas complementarias de evaluación y monitoreo como:

Focus Groups

Servirán como instrumento de análisis cualitativo para detectar necesidades y percepciones ciudadanas. Al ser grupos de reflexión formados por usuarios de servicios, representan un servicio relativamente económico y particularmente adecuado para obtener un conjunto de informaciones necesarias para la prestación de servicios, que difícilmente podría obtenerse de otro modo. Por ejemplo: realizar consultas con reporteros que cubren la fuente para el mejoramiento del servicio de Sala de Prensa, solicitudes de entrevistas y productos informativos tenderían puentes de retroalimentación para detectar oportunidades de mejora.

Redes Sociales

El uso de las redes sociales podría disminuir enormemente el coste de encuestas o consultas, puesto que además de evitar desplazamientos físicos, el proceso de contabilización de las votaciones se automatiza, y se disminuye el tiempo entre la generación de la consulta y la obtención de resultados. Lo anterior, siempre tomando en cuenta que la participación en redes incentiva en especial a aquellas personas que

particularmente están interesadas en el tema y que existirían problemas de fiabilidad y de identificación de los usuarios de la red.

Servicio de información telefónica

A través de esta vía el ciudadano podrá solicitar cualquier tipo de información y, en caso de que esta no sea accesible en los bancos de datos, se reenviaría la petición a aquella área con capacidad de dar una respuesta satisfactoria. Este servicio también supondrá una entrada filtrada a las diferentes áreas, ya que pueden informar al ciudadano sobre ante qué órgano debe personarse, e incluso conectarlo directamente con el funcionario que lo debe atender. Este sistema servirá además como mecanismo de captación de demandas e inquietudes ciudadanas las cuales pueden ser analizadas con un examen estadístico.

Instrumentos de Participación Ciudadana

Tal como las denomina la Ley en la materia, estos instrumentos (Plebiscito, consulta ciudadana, referéndum), así como las asambleas ciudadanas garantizan una recopilación de información mucho más sistemática y contrastada que otras. Además permitirán verdaderas dinámicas de discusión, lo que promoverá un verdadero contraste de ideas y opiniones.

7. CRONOGRAMAS

La referencia a las acciones que a continuación se enlistan se desprende de los programas aprobados por Consejo General. Sin embargo, la delimitación de fechas está sujeta a los planes específicos de trabajo de las distintas áreas del IEDF y a la calendarización que, en su momento, aprobará cada una de las comisiones y /o, en su caso, el máximo órgano de dirección.

De este modo se establece el periodo bajo el cual podrían llevarse a cabo cada una de las acciones dejando un margen de maniobra para posibles ajustes o definiciones.



INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL

PROGRAMA DE TRABAJO 2011

UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y TRANSPARENCIA

ACTIVIDADES POR LÍNEA ESTRATÉGICA

Periodo del 02 Enero al 31 de Diciembre del 2011

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

#	Nombre de la Línea Estratégica y Actividades de soporte	Actividad clave	Inicia	Termina	Fundamento Legal	Observaciones
Reingeniería de los mecanismos de información						
1	Planeación, elaboración y distribución de diversos materiales informativos para distribución a medios	Seguimiento	02/01/2011	31/12/2011	Art. 57 Reglamento Interior	
2	Elaboración de programa de conferencias de prensa y reuniones con representantes de medios	Acción	02/01/2011	31/01/2011	Art. 57 Reglamento Interior	
3	Desarrollo de sesiones de entrenamiento en medios con funcionarios del Instituto (consejeros electorales y secretario ejecutivo y administrativo)	Acción	02/01/2011	31/12/2011	Art. 57 Reglamento Interior	En entrenamiento consiste en el desarrollo sesiones teórico-prácticas sobre el manejo de la imagen pública, simulador de entrevistas en radio y televisión, construcción de mensajes asertivos, etc.
4	Dar cobertura y difusión a las actividades de carácter institucional	Seguimiento	02/01/2011	31/12/2011	Art. 57 Reglamento Interior	
Ampliación de vínculos y convenios de colaboración institucional						
1	Actualización de listado de organismos e instituciones susceptibles de firmar convenios	Acción	02/01/2011	31/12/2011	Art. 57 Reglamento Interior	
2	Suscripción de convenios	Seguimiento	02/01/2011	31/12/2011	Art. 57 Reglamento Interior	



INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL

PROGRAMA DE TRABAJO 2011

UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y TRANSPARENCIA

ACTIVIDADES POR LÍNEA ESTRATÉGICA

Periodo del 02 Enero al 31 de Diciembre del 2011

Unidad Responsable: Unidad Técnica de Comunicación Social y Transparencia						
Actividad Sustantiva del Area: Fortalecer la imagen del IEDF desde la óptica de la ciudadanía y entidades de interés público						
#	Nombre de la Línea Estratégica y Actividades de soporte	Actividad clave	Inicia	Termina	Fundamento Legal	Observaciones
Acciones para promover la buena imagen						
1	Ajustes a procedimientos adecuados a las nuevas necesidades que faciliten el trabajo interinstitucional	Acción	01/01/2011	31/03/2011	Art. 57 Reglamento Interior	Pa esta actividad se tiene considerado la revisión, actualización y creación, en su caso, de nuevos procedimientos en materia de inserciones, publicación de información en la página web, logística de eventos, gabinete de prensa, Comité Editorial, entre otros.
2	Presentación de rediseño y reestructura de contenidos de la página de Internet	Acción	01/01/2011	31/01/2011	Art. 57 Reglamento Interior	
Campaña integral de difusión						
1	Puesta en operación de la Campaña de Difusión 2011	Seguimiento	02/01/2011	31/01/2011	Art. 57 Reglamento Interior	
2	Seguimiento y monitoreo de la Campaña de Difusión 2011	Acción	02/01/2011	31/03/2011	Art. 57 Reglamento Interior	



INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL

PROGRAMA DE TRABAJO 2011

UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y TRANSPARENCIA

ACTIVIDADES POR LÍNEA ESTRATÉGICA

Periodo del 02 Enero al 31 de Diciembre del 2011

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

#	Nombre de la Línea Estratégica y Actividades de soporte	Actividad clave	Inicia	Termina	Fundamento Legal	Observaciones
Programa de Relaciones Públicas						
1	Elaboración de Manual de RP	Acción	02/01/2011	31/03/2011	Art. 57 Reglamento Interior	A través del Manual se unificarían criterios en cuanto al manejo y aplicación de la identidad e imagen institucional que de desea proyectar.
2	Apertura del sistema de registro y atención de quejas (buzón en oficinas, teléfono, web master)	Seguimiento	01/03/2011	01/04/2011	Art. 57 Reglamento Interior	La actividad estaría coordinada por la SE con el apoyo de la UTCSyT, SA, UTALAOD, DECEyEC, DEOyGE.



INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL

PROGRAMA DE TRABAJO 2011

UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y TRANSPARENCIA

ACTIVIDADES POR LÍNEA ESTRATÉGICA

Periodo del 02 Enero al 31 de Diciembre del 2011

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

#	Nombre de la Línea Estratégica y Actividades de soporte	Actividad clave	Inicia	Termina	Fundamento Legal	Observaciones
Unificación de Imagen Institucional						
1	Propuesta de actualización del Manual de Identidad Gráfica	Seguimiento	02/01/2011	31/03/2011	Art. 57 Reglamento Interior	
2	Desarrollo del proyecto de señalética	Acción	02/01/2011	31/03/2011	Art. 57 Reglamento Interior	Actividad sujeta a disponibilidad presupuestal
Comunicación interna						
1	Asesoría para el desarrollo de acciones de inducción y formación interna	Seguimiento	02/01/2011	31/12/2011	Art. 57 Reglamento Interior	
2	Lanzamiento de Intranet (portal interno de comunicación y flujo de datos)	Acción	01/01/2011	01/04/2011	Art. 57 Reglamento Interior	El desarrollo de esta herramienta de acceso restringido al personal del IEDF, forma parte del proyecto de rediseño de la página de internet institucional. Se realizará en coordinación con la UTSL.
Innovación y uso eficiente de infraestructura tecnológica						
1	Desarrollo de nuevas tecnologías para eficientar las tareas de comunicación	Seguimiento	02/01/2011	31/12/2011	Art. 57 Reglamento Interior	Se realizará en coordinación con la UTSL.



INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL

PROGRAMA DE TRABAJO 2011

UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y TRANSPARENCIA

ACTIVIDADES POR ÁREA

Periodo del 02 Enero al 31 de Diciembre del 2011

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

#	Nombre de la Meta y Actividades de soporte	Actividad clave	Inicia	Termina	Fundamento Legal	Observaciones
Capacitación Electoral y Educación Cívica						
1	Coadyuvar en el cumplimiento del Programa de Educación Cívica y Democrática del IEDF	Seguimiento				
1.1	Apoyar mediante asesorías en materia de comunicación en la elaboración y difusión de materiales e instructivos de Capacitación y Educación Cívica	Acción	02/01/2011	31/12/2011	Art. 57 Reglamento Interior	La UTCSyT forma parte del Comité Editorial, además de que por reglamento brinda asesoría a la SE en el correcto uso del Manual de Identidad Gráfica. La difusión de los materiales se circunscribe en ampliar la oferta a través de los medios de comunicación masivos.
1.3	Dar cobertura y difusión a la suscripción de convenios en materia de Educación Cívica y Democrática	Difusión	02/01/2011	31/12/2011	Art. 57 Reglamento Interior	
1.4	Ampliar la red de comunicación con organismos públicos y privados	Acción	01/10/2011	31/12/2011	Art. 57 Reglamento Interior	Con esta actividad se busca establecer enlaces de apoyo para la ampliación de la cobertura de los mensajes institucionales.



INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL
PROGRAMA DE TRABAJO 2011
UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y TRANSPARENCIA
ACTIVIDADES POR ÁREA

Periodo del 02 Enero al 31 de Diciembre del 2011

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						
#	Nombre de la Meta y Actividades de soporte	Actividad clave	Inicia	Termina	Fundamento Legal	Observaciones
2	Coadyuvar en el desarrollo de las campañas de difusión	Seguimiento				
2.1	Difundir la convocatoria para la integración de los Comités Delegacionales	Publicación	01/02/2011	31/03/2011	Art. 57 Reglamento Interior	Publicación en medios impresos e internet.
2.2	Difundir la Convocatoria para el proceso electivo 2011-2012	Publicación	01/10/2011	31/12/2011	Art. 57 Reglamento Interior	Publicación en medios impresos e internet.
Asociaciones Políticas						
3	Asistir en el cumplimiento del Programa de Vinculación y Fortalecimiento de los Partidos Políticos y Agrupaciones Políticas	Seguimiento				
3.2	Difusión de la normatividad de los Partidos y Agrupaciones Políticas en lo relativo a sus derechos y prerrogativas.	Difusión	01/10/2011	31/12/2011	Art. 57 Reglamento Interior	



INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL

PROGRAMA DE TRABAJO 2011

UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y TRANSPARENCIA

ACTIVIDADES POR ÁREA

Periodo del 02 Enero al 31 de Diciembre del 2011

Unidad Responsable: Unidad Técnica de Comunicación Social y Transparencia

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

#	Nombre de la Meta y Actividades de soporte	Actividad clave	Inicia	Termina	Fundamento Legal	Observaciones
Servicio Profesional Electoral						
4	Coadyuvar en el cumplimiento de los programas de Reclutamiento y Selección, de Formación y Desarrollo y de Capacitación	Seguimiento				
4.2	Publicar las convocatorias para el ingreso al SPE.	Publicación			Art. 57 Reglamento Interior	Publicación en medios impresos e internet.
4.3	Resaltar las ventajas de contar con personal capacitado y calificado	Difusión	01/10/2011	31/12/2011	Art. 57 Reglamento Interior	El personal con que cuenta el IEDF es uno de sus principales valuartes. Promover el mensaje de que el IEDF cuenta con servidores públicos capacitados potencializa la confianza en la ciudadanía de cara a la elección de 2012.



INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL
PROGRAMA DE TRABAJO 2011
UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y TRANSPARENCIA
ACTIVIDADES POR ÁREA

Período del 02 Enero al 31 de Diciembre del 2011

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

#	Nombre de la Meta y Actividades de soporte	Actividad clave	Inicia	Termina	Fundamento Legal	Observaciones
Organización y Geografía Electoral						
5	Asistir en el cumplimiento de los programas de Organización Electoral y el de Geografía Electoral	Cobertura				
5.1	Dar difusión a los procesos de diseño, impresión y mecanismos de seguridad de la documentación y materiales electorales.	Difusión	01/10/2011	31/12/2011	Art. 57 Reglamento Interior	
5.2	Promover los sistemas de Cartografía , así como instrumentos electrónicos de votación (urna electrónica)	Difusión	01/10/2011	31/12/2011	Art. 57 Reglamento Interior	La puesta en marcha de este tipo de proyectos coloca al Instituto a la vanguardia con respecto a otros organismos electorales del país. Los logros alcanzados en la materia deben ser promovidos ampliamente.
5.5	Brindar cobertura a los convenios entre el RFE-IFE-IEDF relativos al Padrón Electoral y Listado Nominal	Cobertura y Difusión	01/10/2011	31/12/2011	Art. 57 Reglamento Interior	



INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL

PROGRAMA DE TRABAJO 2011

UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y TRANSPARENCIA

ACTIVIDADES POR ÁREA

Periodo del 02 Enero al 31 de Diciembre del 2011

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

#	Nombre de la Meta y Actividades de soporte	Actividad clave	Inicia	Termina	Fundamento Legal	Observaciones
Publicaciones						
5	Realizar gestiones para la publicación de convocatorias y licitaciones	Publicación				
5.1	Publicar convocatorias aprobadas por el Comité de Adquisiciones (Licitaciones)	Publicación	01/01/2011	31/12/2011	Art. 57 Reglamento Interior	La UTCSyT como administradora de la página institucional de internet realiza la publicación con la información provista por la SA.
5.2	Publicación de Acuerdos del Consejo General	Publicación	01/01/2011	31/12/2011	An. 57 Reglamento Interior	La UTCSyT como administradora de la página institucional de internet realiza la publicación con la información provista por la UTALAOD.



INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL
PROGRAMA DE TRABAJO 2011
UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y TRANSPARENCIA
ACTIVIDADES POR ÁREA

Periodo del 02 Enero al 31 de Diciembre del 2011

Unidad Responsable: Unidad Técnica de Comunicación Social y Transparencia						
Actividad Sustantiva del Area: Fortalecer la imagen del IEDF desde la óptica de la ciudadanía y entidades de interés público						
#	Nombre de la Meta y Actividades de soporte	Actividad clave	Inicia	Termina	Fundamento Legal	Observaciones
Fiscalización						
6	Coadyuvar en el cumplimiento del Programa de Fiscalización	Seguimiento				
6.1	Brindar espacios informativos para la difusión de los informes, auditorías y sanciones sobre el origen y destino de recursos económicos y en especie de los partidos políticos.	Difusión	01/01/2011	31/12/2011	Art. 57 Reglamento Interior	Mediante la elaboración de boletines de prensa, conferencias o entrevistas se pretende reforzar el papel del Instituto como autoridad en la materia.



INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL
PROGRAMA DE TRABAJO 2011
UNIDAD TÉCNICA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y TRANSPARENCIA
ACTIVIDADES POR ÁREA

Periodo del 02 Enero al 31 de Diciembre del 2011

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						
#	Nombre de la Meta y Actividades de soporte	Actividad clave	Inicia	Termina	Fundamento Legal	Observaciones
Normatividad y Transparencia						
7	Asistir en el cumplimiento de los programas de Normatividad y Transparencia	Seguimiento				
7.3	Facilitar el acceso a la información pública generada o en poder del IEDF.	Acción	01/01/2011	31/12/2011	Art. 57 Reglamento Interior	
7.4	Difundir por Internet información de las distintas áreas.	Acción	01/01/2011	31/12/2011	Art. 57 Reglamento Interior	