

DICTAMEN NÚMERO UNO DE LA COMISIÓN ESPECIAL DE DIFUSIÓN INSTITUCIONAL Y DEBATES POR EL QUE SE PROPONE APROBAR LA ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL INSTITUTO ESTATAL ELECTORAL DE BAJA CALIFORNIA PARA EL PERIODO COMPRENDIDO DE MARZO DE 2022 A FEBRERO DE 2023.

G L O S A R I O

Comisión de Difusión Institucional	Comisión Especial de Difusión Institucional y Debates del Consejo General Electoral.
Consejo General	Consejo General Electoral del Instituto Estatal Electoral de Baja California.
Constitución General	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
Constitución Local	Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Baja California.
Coordinación de Comunicación	Coordinación de Comunicación Social del Instituto Estatal Electoral de Baja California.
Estrategia Anual	Estrategia Anual de Comunicación Social del Instituto Estatal Electoral de Baja California para el periodo comprendido de marzo de 2022 a febrero de 2023.
INE	Instituto Nacional Electoral.
Instituto Electoral	Instituto Estatal Electoral de Baja California.
Ley Electoral	Ley Electoral del Estado de Baja California.
Ley General Electoral	Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.
Reglamento Interior	Reglamento Interior del Instituto Estatal Electoral de Baja California.

ANTECEDENTES

1. Designación de consejerías electorales para el periodo 2021-2028. El 26 de octubre de 2021, el Consejo General del *INE* aprobó el acuerdo INE/CG1616/2021, por medio del cual se nombró a las personas que integrarán el órgano superior de dirección del *Instituto Electoral* para el periodo 2021-2028, en los términos siguientes:

NOMBRE	CARGO	DURACIÓN
JAVIER BIELMA SÁNCHEZ	CONSEJERO ELECTORAL	7 AÑOS
GUADALUPE FLORES MEZA	CONSEJERA ELECTORAL	7 AÑOS
VERA JUÁREZ FIGUEROA	CONSEJERA ELECTORAL	7 AÑOS

Así, el 27 de octubre de 2021, las personas designadas rindieron la protesta de ley respectiva durante la sexagésima quinta sesión extraordinaria del *Consejo General*.

2. Integración de la *Comisión de Difusión Institucional*. El 4 de noviembre de 2021, el *Consejo General* aprobó el Punto de Acuerdo IEEBC-CG-PA123-2021, mediante el cual se renovaron las comisiones permanentes y especiales del *Consejo General*, estableciendo la integración de la *Comisión de Difusión Institucional* como a continuación se indica:

COMISIÓN ESPECIAL DE DIFUSIÓN INSTITUCIONAL Y DEBATES	
CARGO	NOMBRE
PRESIDENCIA	ABEL ALFREDO MUÑOZ PEDRAZA
VOCALÍA	JORGE ALBERTO ARANDA MIRANDA
VOCALÍA	GUADALUPE FLORES MEZA
SECRETARÍA TÉCNICA	TITULAR DE LA COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

3. Turno a la *Comisión de Difusión Institucional*. El 1 de marzo de 2022, el Consejero Presidente del *Consejo General* mediante oficio IEEBC/CGE/442/2022, turnó a la *Comisión de Difusión Institucional* la propuesta de *Estrategia Anual 2022* que presentó la *Coordinación de Comunicación*, para su análisis y estudio.

4. Reunión de trabajo de la *Comisión de Difusión Institucional*. El 7 de marzo de 2022, la *Comisión de Difusión Institucional* celebró **reunión de trabajo** en modalidad virtual, con el objeto de estudiar, analizar y discutir el proyecto de Dictamen número uno **“POR EL QUE SE PROPONE APROBAR LA ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL INSTITUTO ESTATAL ELECTORAL DE BAJA CALIFORNIA PARA EL AÑO 2022”**. A dicha reunión asistieron por parte de la *Comisión de Difusión Institucional*, el Consejero Electoral Abel Alfredo Muñoz Pedraza, en su carácter de presidente, así como los consejeros electorales Jorge Alberto Aranda Miranda y Guadalupe Flores Meza, en su carácter de vocales; por el *Consejo General* asistió el Secretario Ejecutivo Raúl Guzmán Gómez; mientras que por la representación

de los partidos políticos asistieron el C. Irving Emmanuel Huicochea Ovelis, representante propietario del Partido de la Revolución Democrática, y la C. Elsa Roa Leyva, representante suplente del partido Movimiento Ciudadano.

Durante el desarrollo de la reunión de trabajo se expusieron los ejes temáticos de la *Estrategia Anual* procediéndose a analizar el contenido de dicho documento. En ese tenor, se solicitaron por parte de los integrantes de la *Comisión de Difusión Institucional* realizar las siguientes modificaciones: el cambio de nombre del proyecto de dictamen, para que quedara “*Proyecto de Dictamen número uno de la Comisión Especial de Difusión Institucional y Debates por el que se propone aprobar la Estrategia Anual de Comunicación Social del Instituto Estatal Electoral de Baja California para el periodo comprendido de marzo de 2022 a febrero de 2023*”, lo anterior, debido a que desde la creación de la *Comisión de Difusión Institucional*, los proyectos de *Estrategia Anual* se han venido aprobando en el mes de marzo derivado de los ajustes presupuestales que se realizan en el *Instituto Electoral*, por lo que se propone establecer el periodo real de vigencia y hacer las adecuaciones pertinentes en el cuerpo del proyecto del dictamen.

5. Sesión de dictaminación de la *Comisión de Difusión Institucional*. El 9 de marzo de 2022, la *Comisión de Difusión Institucional* celebró **sesión de dictaminación** en modalidad virtual, con el objeto de estudiar, analizar y discutir el proyecto de Dictamen número uno “**POR EL QUE SE PROPONE APROBAR LA ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL INSTITUTO ESTATAL ELECTORAL DE BAJA CALIFORNIA PARA EL PERIODO COMPRENDIDO DE MARZO DE 2022 A FEBRERO DE 2023**”. A dicha reunión asistieron por parte de la *Comisión de Difusión Institucional*, el Consejero Electoral Abel Alfredo Muñoz Pedraza, en su carácter de presidente, así como los consejeros electorales Jorge Alberto Aranda Miranda y Guadalupe Flores Meza, en su carácter de vocales; por el *Consejo General* asistió el Secretario Ejecutivo Raúl Guzmán Gómez; mientras que por la representación de los partidos políticos asistieron el C. Joel Abraham Blas Ramos, representante propietario del Partido Revolucionario Institucional, C. Irving Emmanuel Huicochea Ovelis, representante propietario del Partido

de la Revolución Democrática, y la C. María Elena Camacho Soberanes, representante propietaria del Partido del Trabajo.

No habiendo comentario alguno, se procedió a someter a votación el proyecto de Dictamen número uno aprobándose por unanimidad de los integrantes de la *Comisión de Difusión Institucional* presentes.

Con base en lo anterior, y

CONSIDERANDO

I. Competencia. Que de conformidad con el artículo 45, párrafo tercero, de la *Ley Electoral*, el *Consejo General* podrá integrar las comisiones especiales que considere necesarias para el desempeño de sus funciones, reglamentando las atribuciones que corresponderán a cada una de ella.

Bajo ese tenor, el artículo 38 BIS, numeral 1, inciso d), del *Reglamento Interior* establece dentro del cúmulo de atribuciones de la *Comisión de Difusión Institucional* la relativa a conocer y dictaminar la estrategia de comunicación social necesaria, para difundir las actividades y resultados del *Instituto Electoral*.

En ese sentido, este órgano técnico del *Instituto Electoral* resulta competente para conocer y presentar al *Consejo General* el presente dictamen, relativo a la *Estrategia Anual*.

II. Naturaleza del *Instituto Electoral*. Que, en atención a lo dispuesto por el artículo 5, apartado B, de la *Constitución Local*, en correlación con el diverso 33 de la *Ley Electoral*, la organización de las elecciones estatales y municipales es una función pública que se realiza a través de un organismo público autónomo e independiente denominado Instituto Estatal Electoral, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio. Además, el *Instituto*

Electoral en su organización, funcionamiento y control, se regirá por las disposiciones contenidas en la *Constitución Local*, en la *Ley General Electoral* y en la propia *Ley Electoral*.

III. Fines del Instituto Electoral. Que, conforme con lo establecido en el artículo 35 de la *Ley Electoral* son fines del *Instituto Electoral* los siguientes:

- a) Contribuir al desarrollo de la vida democrática en el Estado;
- b) Asegurar a los ciudadanos el ejercicio de los derechos político electorales y el cumplimiento de sus obligaciones;
- c) Garantizar la celebración periódica y pacífica de las elecciones para renovar la Integración de los Poderes Legislativo y Ejecutivo y los Ayuntamientos del Estado;
- d) Preservar la autenticidad y efectividad del sufragio;
- e) Realizar los procesos de consultar popular, plebiscito y referéndum en los términos de la ley de la materia;
- f) Llevar a cabo la promoción del voto y coadyuvar al fortalecimiento y difusión de la cultura cívica y política, y
- g) Garantizar la paridad de género y el respeto de los derechos humanos de las mujeres en el ámbito político y electoral.

De igual manera, esta disposición legal señala que las actividades del *Instituto Electoral* se llevarán a cabo con perspectiva de género y se regirán por los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, objetividad, máxima publicidad, austeridad y paridad de género.

IV. Órgano superior de dirección del Instituto Electoral. Que de acuerdo con los artículos 36, fracción I, y 37, de la *Ley Electoral*, el *Instituto Electoral* tiene su sede en la capital del Estado y ejerce sus funciones en todo su territorio, y se integra, entre otros, por un órgano de dirección que es el *Consejo General*, mismo que es responsable de vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales en materia electoral, así como de velar que los principios rectores en materia electoral guíen las actividades de dicho órgano constitucional autónomo.

En este orden de ideas, el *Consejo General* tiene facultades para aprobar en definitiva la *Estrategia Anual*, de conformidad con lo expuesto en el artículo 46, fracción II, de la *Ley Electoral*, que establece como atribución de dicho órgano colegiado expedir los acuerdos necesarios para hacer efectivo el cumplimiento de las disposiciones de la *Ley Electoral*, así como los reglamentos interiores, circulares y lineamientos necesarios para el funcionamiento del *Instituto Electoral*, fijando las políticas y programas de éste.

V. Estrategia anual de Comunicación Social. Que la Ley General de Comunicación Social en su artículo 3, fracción IV, define a la Estrategia anual de Comunicación Social como el “*instrumento de planeación que expresa los temas gubernamentales prioritarios a ser difundidos durante el ejercicio fiscal por los entes públicos*”.

Asimismo, el artículo 10 de la citada Ley prevé que, por ningún motivo el contenido de la comunicación social que difundan los entes públicos podrá incluir mensajes que impliquen un ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público.

De este modo, el diverso 23 de la Ley General de Comunicación Social, mandata que los entes públicos deben elaborar una Estrategia anual de Comunicación Social, para efectos de la difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales en los siguientes términos:

Artículo 23. [...]

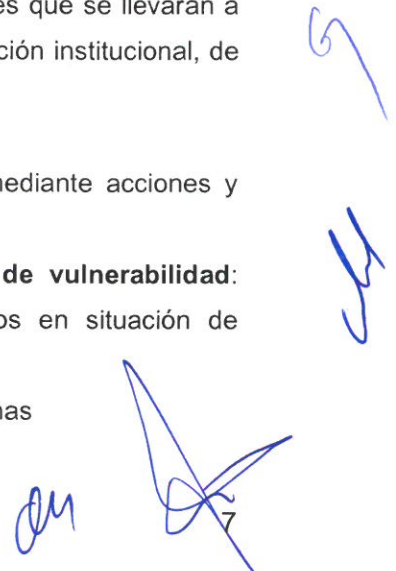
La estrategia anual referida debe contener, cuando sea aplicable:

- I. Misión y Visión oficiales del ente público;
- II. Objetivo u objetivos institucionales y objetivo de la Estrategia anual de Comunicación Social;
- III. Metas nacionales y/o estrategias transversales relacionadas con los objetivos señalados en el inciso anterior, establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo;
- IV. Programa o programas sectoriales o especiales correspondientes al ente público, de ser aplicable;
- V. Objetivo estratégico o transversal, según corresponda, alineado y vinculado al Plan Nacional de Desarrollo, y

- VI. Temas específicos derivados de los objetivos estratégicos o transversales que abordarán en las campañas del programa anual de comunicación social.

VI. Contenido del Proyecto de *Estrategia Anual*. Que tal y como se manifestó en el considerando I del presente dictamen, atendiendo a lo previsto en el artículo 38 BIS, numeral 1, inciso d), del *Reglamento Interior*, existe la atribución de la *Comisión de Difusión Institucional* de conocer y dictaminar la estrategia de comunicación social necesaria para difundir las actividades y resultados del *Instituto Electoral*; por consiguiente, se ha formulado la propuesta de *Estrategia Anual*, que consta de los apartados y temas siguientes:

- 1) **INTRODUCCIÓN.** Se describen las atribuciones y competencias del *Instituto Electoral*, así como la planificación de las herramientas de comunicación a utilizar para la difusión de las actividades institucionales.
- 2) **MARCO NORMATIVO.** Hace referencia a la normatividad aplicable, como lo son los artículos del *Reglamento Interior* y de la *Ley General de Comunicación Social*.
- 3) **MISIÓN Y VISIÓN.** Hace referencia al Plan de Desarrollo Institucional 2019-2022, donde se establecen la misión y visión institucional.
- 4) **OBJETIVO INSTITUCIONAL.** Se refiere al Objetivo Institucional plasmado en el Plan de Desarrollo Institucional 2019-2022, así como el objetivo de la estrategia anual de comunicación social y el objetivo transversal.
- 5) **ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN.** Se describen las actividades que se llevarán a cabo por la *Coordinación de Comunicación Social* para posicionar la información institucional, de acuerdo a los siguientes puntos:
 - a) **Identidad Institucional:** Promover la identidad del órgano electoral mediante acciones y actividades para fortalecer la imagen y credibilidad institucional.
 - b) **Igualdad, no discriminación e inclusión de grupos en situación de vulnerabilidad:** Impulsar el involucramiento en las decisiones públicas de los grupos en situación de vulnerabilidad de Baja California.
 - c) **Asuntos Indígenas:** Difundir la creación de la Unidad de Asuntos Indígenas



- d) **Participación política, ciudadana y cultura cívica:** Propiciar el involucramiento y apropiación de los valores democráticos entre la población
 - e) **Derechos Político-Electorales:** Dar a conocer a la sociedad la importancia de conocer sus derechos político-electorales.
- 6) **VÍAS INSTITUCIONALES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN.** Se enlistan los medios y herramientas de comunicación a utilizarse en la *Estrategia Anual*, siendo los siguientes:
- a) **Comunicados Institucionales:** Elaboración de boletines informativos respecto a las sesiones del *Consejo General*, las Comisiones del Consejo y demás órganos colegiados del Instituto.
 - b) **Entrevistas:** Giras de medios para dar a conocer las actividades de mayor relevancia realizadas por el Instituto, para difundirse con la representación de los medios tradicionales y digitales.
 - c) **Plataformas sociodigitales:** Difusión de la información institucional a través de redes sociales, fortaleciendo la estrategia digital y la consolidación de las redes sociales institucionales.
 - d) **Productos audiovisuales:** Realización de productos audiovisuales para las plataformas de redes sociales
 - e) **Enlaces institucionales:** Vinculación del Instituto con organizaciones de la sociedad civil y medios de comunicación, para posicionar al *Instituto Electoral*.
 - f) **Cursos a representantes de los medios de comunicación:** Informar a los medios de comunicación los temas de coyuntura emanados del *Instituto Electoral*
 - g) **Videos promocionales | spot:** Utilización de los tiempos oficiales de radio y televisión mediante la elaboración de promocionales.
 - h) **Envío de información por correo "ieebcinforma":** Envío de correo masivo a distintas dependencias e instituciones, con información institucional de relevancia.
 - i) **Revista electrónica "Participación Ciudadana":** Publicación de artículos en materia electoral en la revista digital del Instituto, con temas y opiniones desarrollados por las y los Consejeros Electorales, así como el Secretario Ejecutivo y el funcionariado del Instituto.
 - j) **Inserciones:** Consistente en las solicitudes de publicación de avisos y/o convocatorias hechas por el *Consejo General*, mismas que serán atendidas por la *Coordinación de Comunicación Social*.

VII. Dictamen de la Comisión de Difusión Institucional. Que, para la *Comisión de Difusión Institucional*, el proyecto de *Estrategia Anual* que se propone, cumple con el objetivo de dar a conocer de manera mediática las actividades y decisiones que emanan del *Instituto Electoral*.

Además de trabajar arduamente en políticas que garanticen el ejercicio de los derechos político-electorales de la ciudadanía y el fortalecimiento de la cultura política, cívica y democrática, este proyecto velará por dar la difusión debida a las actividades institucionales de gran importancia que se visualizan para el presente año, como son la primera fase para el desarrollo e implementación del Programa de Resultados Electorales Preliminares (PREP) del *Instituto Electoral*, el programa de participación ciudadana y educación cívica en el Estado, el programa de igualdad sustantiva y no discriminación, la creación de la Unidad de Asuntos Indígenas y el proceso de constitución de Partidos Políticos y su fiscalización.

Para ello, se hará valer de diversas herramientas de comunicación que se difundirán por los canales institucionales con los que cuenta esta autoridad electoral, particularmente con una estrategia digital, dado que dentro del panorama comunicativo en el que nos encontramos inmersos, en donde la información fluye de manera ágil a través de las plataformas digitales y las redes sociales, aunado a la emergencia sanitaria ocasionada por la Covid-19, se deben de enfocar los trabajos en generar contenidos de interés, ciudadanizados y promoviendo un acceso fácil, rápido, efectivo y práctico.

Asimismo, el acompañamiento de las herramientas tradicionales de comunicación, como son la radio, televisión y prensa, harán que, en conjunto con las herramientas anteriormente descritas, se pueda hacer una labor de difusión institucional exitosa y efectiva.

Por las consideraciones antes expuestas, esta *Comisión de Difusión Institucional* somete a la consideración del *Consejo General* los siguientes:

PUNTOS RESOLUTIVOS:




PRIMERO. Se aprueba la “Estrategia Anual de Comunicación Social del Instituto Estatal Electoral de Baja California para el periodo comprendido de marzo de 2022 a febrero de 2023”, la cual forma parte integral del presente Dictamen como Anexo Único.

SEGUNDO. La *Estrategia Anual* entrará en vigor a partir de la aprobación del presente Dictamen por parte del *Consejo General*.

TERCERO. Comuníquese al *INE* el presente Dictamen por conducto de la Unidad Técnica de Vinculación con los Organismos Públicos Locales, para los efectos legales conducentes.

CUARTO. Publíquese el presente Dictamen en el portal de internet institucional, en los términos del párrafo 4 del artículo 22 del *Reglamento Interior*.

El presente Dictamen fue aprobado en sesión de dictaminación virtual de la Comisión Especial de Difusión Institucional y Debates el 9 de marzo de 2022, por votación unánime de la Consejera Guadalupe Flores Meza, del Consejero Jorge Alberto Aranda Miranda, en su carácter de vocales y del Consejero Electoral Abel Alfredo Muñoz Pedraza, en su carácter de Presidente.



C. ABEL ALFREDO MUÑOZ PEDRAZA

PRESIDENTE



C. JORGE ALBERTO ARANDA MIRANDA

VOCAL



C. GUADALUPE FLORES MEZA

VOCAL



C. OSCAR ISRAEL MOLINA AGUILAR

SECRETARIO TÉCNICO



ESTRATEGIA ANUAL DE
COMUNICACIÓN SOCIAL
PARA EL PERIODO
COMPRENDIDO DE
MARZO DE 2022 A
FEBRERO DE 2023



I. INTRODUCCIÓN

El Instituto Estatal Electoral de Baja California (IEEBC), de acuerdo con lo que marca la Ley Electoral del Estado de Baja California, es un organismo público, autónomo en su funcionamiento e independiente en sus decisiones, responsable de la función pública de organizar elecciones, así como los procesos de plebiscito, referéndum y consulta popular. Su compromiso principal es ser garante de la democracia en el Estado, incentivando que la ciudadanía ejerza debidamente y de manera libre, informada y razonada sus derechos político-electorales.

Toda actividad realizada por esta autoridad electoral, deberá llevarse a cabo con perspectiva de género y regida por los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, máxima publicidad, objetividad, austeridad y paridad.

Para el 2022, además de trabajar arduamente en políticas que garanticen el ejercicio de los derechos político-electorales de la ciudadanía y el fortalecimiento de la cultura política, cívica y democrática, el IEEBC cuenta con proyectos institucionales de gran importancia que se visualizan para el presente año, como son la primera fase para el desarrollo e implementación del Programa de Resultados Electorales Preliminares del Instituto Electoral, el programa de participación ciudadana y educación cívica en el Estado, el programa de igualdad sustantiva y no discriminación, la creación de la Unidad de Asuntos Indígenas y el proceso de constitución de Partidos Políticos y su fiscalización.

Por lo tanto, una correcta y eficiente difusión de la información institucional es una de las herramientas principales con las que cuenta el Instituto Electoral para poder comunicar las políticas, programas, actividades y acuerdos emanados por el Consejo General y sus áreas operativas, por lo que resulta necesario que, desde la Coordinación de Comunicación Social, se proponga

una *Estrategia Anual de Comunicación Social*, que contenga los objetivos, directrices, actividades y campañas con las que se trabajará a lo largo del 2022.

Este plan estratégico, que contiene los criterios específicos de trabajo, usará diversas herramientas de comunicación que se difundirán por los canales institucionales con los que cuenta esta autoridad electoral.

Dado el panorama comunicativo en el que nos encontramos inmersos, en donde la información fluye de manera ágil a través de las plataformas digitales y las redes sociales, aunado a la emergencia sanitaria ocasionada por la Covid-19, es que debemos enfocar los trabajos en generar contenidos de interés, ciudadanizados y promoviendo un acceso fácil, rápido, efectivo y práctico.

De igual manera, se debe aprovechar el alcance que nos otorgan las herramientas tradicionales de comunicación, como son la radio, televisión y prensa, para que, en su conjunto con las herramientas anteriormente descritas, podamos hacer una labor de difusión institucional exitosa y efectiva.

Cabe señalar, que esta estrategia tendrá vigencia en cuanto al desarrollo de sus actividades, desde marzo de 2022 a febrero de 2023.

II. MARCO NORMATIVO

De acuerdo a la Ley General de Comunicación Social, la estrategia anual de comunicación social se define como “el instrumento de planeación que expresa los temas gubernamentales prioritarios a ser difundidos durante el ejercicio fiscal por los entes públicos”.

La Coordinación de Comunicación Social es la responsable de elaborar la propuesta y ejecutar la estrategia de comunicación social institucional con fundamento en lo previsto por el Artículo 8, fracción VII del Reglamento Interior de la Coordinación de Comunicación Social y, 38 BIS, inciso d) del Reglamento Interior del Instituto Electoral, que señala que la Comisión Especial de Difusión



Handwritten signature or initials in blue ink, located at the bottom right of the page.

Handwritten mark or signature in blue ink, located on the right margin.

Handwritten mark or signature in blue ink, located on the right margin.

Handwritten signature or initials in blue ink, located on the right margin.

Institucional y Debates tiene como atribución "conocer y dictaminar la estrategia de comunicación social necesaria, para difundir las actividades y resultados del Instituto Electoral".

La Comisión está integrada por el Consejero Abel Alfredo Muñoz Pedraza (Presidente), el Consejero Jorge Alberto Aranda Miranda (Vocal), la Consejera Guadalupe Flores Meza (Vocal), y como Secretaría Técnica a la persona titular de la Coordinación de Comunicación Social.

III. MISIÓN Y VISIÓN

De acuerdo al Plan de Desarrollo Institucional 2019-2022, aprobado en la Quincuagésima Séptima Sesión Extraordinaria por el Consejo General del IEEBC el pasado 12 de diciembre de 2019, se establece que la misión de este Instituto es la siguiente:

"Somos un organismo público autónomo facultado para realizar elecciones periódicas, pacíficas y transparentes; llevar a cabo los procesos de consulta popular, referendo y plebiscito; fomentar la participación ciudadana, la cultura cívica y política; fortalecer nuestra capacidad institucional a través de la profesionalización, modernización y el óptimo ejercicio del gasto público, con el fin de preservar y hacer efectivos los derechos de la ciudadanía y grupos en situación de vulnerabilidad, garantizando la igualdad y la no discriminación, en apego a los principios y normatividad vigente, para contribuir al desarrollo de la vida democrática en el Estado de Baja California".

En el mismo sentido, la visión institucional se establece en los siguientes términos:

"Ser el órgano autónomo electoral referente a nivel nacional, por su innovación, transparencia, eficacia y automatización de gestión; que contribuye a la consolidación de la cultura y convivencia democrática del Estado de Baja California, como resultado del ejercicio de mecanismos electorales, de participación ciudadana y cultura cívica, que incorporen el

uso de tecnologías de la información y comunicación; destacando como un instituto de gobierno abierto, certificado y reconocido por organismos nacionales e internacionales; manteniendo la credibilidad y confianza ciudadana".

IV. OBJETIVO INSTITUCIONAL

El Plan de Desarrollo Institucional 2019-2022 establece en el apartado 1), punto 1.3) el objetivo estratégico institucional, que define lo siguiente:

"Contribuir al desarrollo de la vida democrática del Estado de Baja California, mediante la celebración periódica y pacífica de elecciones, la promoción del voto, la difusión de la cultura cívica y política e instrumentar los mecanismos de participación ciudadana establecidos en la ley; para asegurar a la ciudadanía sus derechos políticos-electorales y preservar la autenticidad y efectividad del sufragio".

Mientras tanto, el objetivo de la *Estrategia Anual de Comunicación Social* es el siguiente:

Programar y ejecutar acciones de difusión y comunicación social que permitan difundir de manera eficaz y eficiente los programas, políticas y actividades del IEEBC.

Y el objetivo transversal que se busca con nuestra Estrategia, es:

Reforzar la identidad institucional a través de una adecuada política de comunicación que garantice su presencia positiva y permanente en los medios de comunicación y en todos los sectores de la población.



Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature and several smaller initials.

V. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

Para el presente año, esta Estrategia buscará posicionar información respecto a las siguientes temáticas:

1) Identidad Institucional

Líneas de acción:

- Promover la identidad del órgano electoral mediante acciones y actividades para fortalecer la imagen y credibilidad institucional.
- Buscar que la ciudadanía conozca el quehacer institucional, poniendo a disposición información básica y de interés que permita fortalecer la confianza ciudadana en el órgano electoral.

2) Igualdad, No Discriminación e inclusión de grupos en situación de vulnerabilidad

Líneas de acción:

- Impulsar el involucramiento en las decisiones públicas de los grupos en situación de vulnerabilidad de Baja California.
- Continuar con la difusión de los resultados de las acciones afirmativas adoptadas por el Consejo General y su reflejo en la integración de los poderes públicos.
- Difusión de mensajes para atender y denunciar la violencia política de género, la discriminación en razón de género, así como promover el conocimiento y ejercicio responsable de los Derechos Humanos enfocados al ámbito electoral.
- Ubicar y compartir todo material alusivo que pueda ser útil para la ciudadanía sobre temas de género, derechos humanos, inclusión y juventud.

3) Asuntos Indígenas

Líneas de acción:

- Difundir la creación de la Unidad de Asuntos Indígenas.



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Large handwritten signature]

[Handwritten signature]

- Difusión y creación de contenidos para comunicar los pormenores de la Consulta Indígena a realizarse durante el presente año.

4) Participación política, ciudadana y cultura cívica

Líneas de acción:

- Resaltar la importancia de la participación ciudadana y educación cívica como eje central de los mensajes y productos institucionales que se realicen.
- Difundir los programas y actividades institucionales en materia de educación cívica.
- Propiciar el involucramiento y apropiación de los valores democráticos entre la población.
- Creación de contenidos sobre valores cívicos y democráticos para un mayor acercamiento con la ciudadanía.
- Creación de contenidos respecto a los instrumentos de participación ciudadana.

5) Derechos Político-Electorales

Líneas de acción:

- Dar a conocer a la sociedad la importancia de conocer sus derechos político-electoral.
- Difundir cada una de las etapas de la creación de nuevos partidos políticos locales.
- Seguimiento puntual al proceso de constitución de partidos políticos locales.

Para la correcta difusión del trabajo institucional ante la sociedad bajacaliforniana, se activarán las siguientes vías institucionales de información y comunicación:

- a) Comunicados Institucionales
- b) Entrevistas
- c) Plataformas sociodigitales

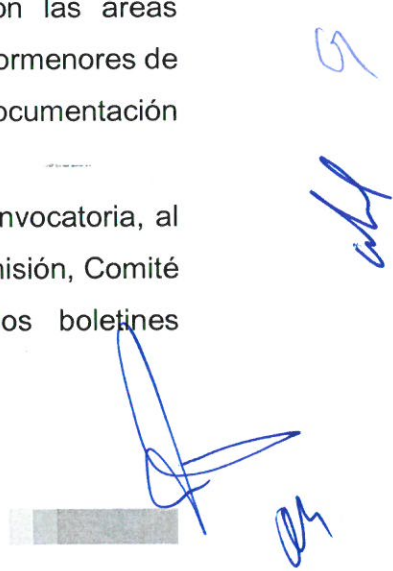


- d) Productos audiovisuales
- e) Enlaces institucionales
- f) Cursos a representantes de los medios de comunicación
- g) Videos promocionales | spot
- h) Envío de información por correo ieebcinforma
- i) Revista electrónica "Participación Ciudadana"
- j) Inserciones

A continuación, se describen las acciones a desarrollar en cada uno de los canales de comunicación citados:

a) Comunicados institucionales

- Elaboración de boletines informativos respecto a las sesiones del Consejo General, las Comisiones del Consejo y demás órganos colegiados del Instituto, así como de diversos eventos y actividades en la que esta autoridad y sus representantes se vean involucrados, para comunicar rápida y oportunamente en relación a las acciones, programas, decisiones y acuerdos del instituto.
- El material generado será enviado periódicamente a los representantes de los medios de comunicación en el Estado, a través del correo electrónico institucional y por vía WhatsApp.
- Los comunicados institucionales serán publicados en el portal institucional www.ieebc.mx y compartidos en las redes sociales del Instituto.
- Para producir información de calidad y que sea proporcionada en tiempo, se deberán sostener reuniones periódicas con las áreas técnicas para conocer la información que se genere, los pormenores de la misma y que sea entregada, de manera oportuna, la documentación necesaria para la elaboración de estos materiales.
- Asimismo, las áreas técnicas deberán proporcionar la convocatoria, al tiempo que se convoque a las y los integrantes de la Comisión, Comité o, en su caso, Consejo General, para generar los boletines correspondientes.

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature and several smaller initials.

- De manera **mensual** se elaborarán al menos **8** comunicados institucionales.

b) Entrevistas

- Dada la relevancia y el impacto que tienen los medios de comunicación tradicionales en nuestro Estado (televisión, radio y prensa) y el crecimiento de plataformas alternativas de comunicación (portales electrónicos, noticieros vía YouTube y redes sociales), se propondrá periódicamente la realización de gira de medios por parte de las y los Consejeros Electorales, y en su caso, de funcionarios y funcionarias electorales, para dar a conocer las actividades de mayor relevancia realizadas por el Instituto.
- Se podrán realizar de manera presencial o en su caso, a través de enlaces telefónicos o mediante el uso de plataformas de videoconferencias. Los enlaces telefónicos se realizarán de manera tripartita, para su oportuna grabación y archivo.
- De igual manera, se harán conferencias de prensa para reforzar la difusión informativa de las diversas actividades institucionales.
- Se apoyará con la gestión de entrevistas sobre temas específicos que sean solicitadas por las y los representantes de los medios de comunicación.
- Se propone atender, por lo menos, las siguientes entrevistas de manera trimestral:

PROGRAMACIÓN	META DE ENTREVISTAS
1er Trimestre	15
2do Trimestre	15
3er Trimestre	15
4to Trimestre	15

c) Plataformas digitales.

- El Instituto cuenta con las plataformas Facebook, Twitter e Instagram para la difusión de la información institucional.
- Se continuará con el fortalecimiento de la estrategia digital y la consolidación de las redes sociales institucionales.
- Se abrirá la plataforma TikTok.



[Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature and the initials 'AN']

- Es importante considerar que cada red social tiene un público distinto y por tanto un tono, objetivos e impacto diferente.
- Las redes sociales no son solo para comunicar lo que se está haciendo o desarrollando, sino deben de servir para mantener una interacción constante y una retroalimentación con las audiencias, así como para sentar posturas en temas de relevancia de carácter democrático-electoral.
- El poder que tienen hoy en día las redes sociales es trascendente, porque cada vez son más las personas, instituciones y organizaciones que están haciendo cosas nuevas para conectarse mejor con las audiencias, para ello es importante considerar la estrategia, el monitoreo, el tono, la audiencia y el contenido.
- Cada red tiene un lenguaje específico, dirigido a un público concreto. Se tiene que adaptar el lenguaje a cada caso y considerar los medios gráficos que se van a utilizar (fotografías, infografías, gráficas, vídeos).
- Se hará análisis de los datos que nos generan las plataformas, para realizar estrategia de contenidos sobre todo lo relativo a las horas de publicación y elección de contenido para públicos específicos, particularmente juventudes, al ser un público objetivo.
- Para la creación de contenido en Twitter, se debe tomar en cuenta lo siguiente:
 - Utilizar el contenido multimedia: las fotos, los gifs, los momentos y, sobre todo, los vídeos.
 - Aprovechar las etiquetas que son tendencias, utilizar en cada caso la que más convenga, mencionar a todos los implicados en un tuit y etiquetar en las fotos.
 - Utilizar los *emojis* para darle frescura al mensaje, pero sin abusar de ellos.
 - Retuitear con comentarios y dar «me gusta» en publicaciones afines.
- Para la creación de contenido en Facebook, se debe tomar en cuenta lo siguiente:
 - Crear titulares que capten la atención.
 - Crear contenido de alto valor (gifs, infografías, vídeos cortos)



Handwritten signature in blue ink.

Handwritten initials in blue ink.

- Utilizar formatos que originan más *engagement*, particularmente vídeo, al ser el que mayores resultados da en esta materia.
- Hacer uso de Facebook Live para transmitir en directo lo que se realiza en el Instituto.
- Para la creación de contenido en Instagram, se debe tomar en cuenta lo siguiente:
 - Utilizar *hashtags* para que el contenido llegue a los usuarios cuando busquen fotos de su interés.
 - Utilizar imágenes que transmitan desde el primer momento lo que se quiere difundir.
 - Mayor interacción con la comunidad para identificar sus opiniones respecto a nuestro contenido.
 - Utilizar las historias, Instagram Live y Reels para transmitir mensajes.
- A las áreas que requieran de productos audiovisuales y contenido multimedia para su difusión en redes sociales, se les solicitará que remitan a la Coordinación una solicitud con la petición para conocer los temas, trabajar el material y estos sean difundidos en tiempo y forma.
- Serán publicados también, la conmemoración de días Internacionales¹ considerados por las Naciones Unidas, así como el calendario de efemérides de la Secretaría de Educación Pública del Gobierno de México², ponderando aquellos en materia electoral o bien, de cultura general. Este calendario es propuesto de manera enunciativa y no limitativa.

d) Productos Audiovisuales

- La Coordinación de Comunicación Social se encargará de realizar, en colaboración con proveedora de servicios audiovisuales, dos productos

¹ Días Internacionales de las Naciones Unidas,
<https://www.un.org/es/sections/observances/international-days/index.html>

² Secretaría de Educación Pública del Gobierno de México,
<https://www.gob.mx/sep/documentos/calendario-de-efemerides-19299>

g

ch

Handwritten signature in blue ink.

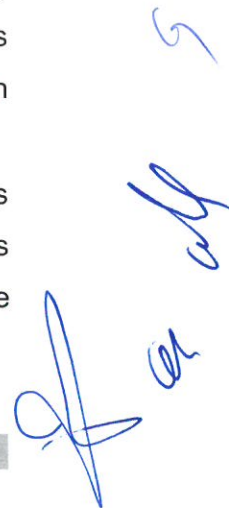
Handwritten signature in blue ink.

para las redes sociales, mismas que se compondrán a rasgos generales con las siguientes características:

- Un programa mensual de entrevista a partir del segundo trimestre del 2022, el cual tendrá una duración 30 minutos, donde se invitará a personas integrantes de grupos académicos, docencia en instituciones, integrantes de asociaciones civiles y personas especialistas en temas electorales y democracia.
- Se implementarán capsulas informativas y videos cortos con conceptos básicos alusivos a este organismo.
- Se realizará la incorporación de audio y narraciones en el material que se proyecte a la ciudadanía.
- Para recabar la información contenida en los materiales propuestos, esta Coordinación consultará con las áreas técnicas del Instituto especializada en el tema en cuestión.

e) Enlaces institucionales

- La Coordinación buscará realizar actividades y/o alianzas estratégicas con organizaciones de la sociedad civil, academia y medios de comunicación para lograr posicionar al Instituto y que se conozca la dinámica de trabajo institucional. De igual manera, lograr que, por medio de las redes de comunicación de estas organizaciones, se difunda la información y/o campañas institucionales.
- Para alcanzar enlaces nacionales, se reforzará la base de datos de los organismos público locales de otros Estados, con el fin de hacer acercamientos e invitarles a compartir nuestros contenidos, de igual manera colaborar en conjunto y realizar la misma labor.
- Aprovechando el establecimiento de las nuevas oficinas de Zona Costa, generar una ruta de trabajo de manera mediática y social con entidades públicas y privadas en la demarcación para acercar la información institucional.
- Se buscarán acercamientos con los principales grupos o asociaciones de periodistas de los municipios del Estado, para informar respecto a los avances y trabajos que lleve a cabo este Órgano Electoral, mediante



reuniones informativas, cursos de capacitación o conferencias de prensa.

- De igual manera, se buscará el acercamiento con asociaciones, grupos ciudadanos o de la iniciativa privada para que, en sus sesiones o reuniones públicas, se informe sobre la actividad de este Instituto Electoral.
- Se contempla tener presencia con asociaciones, organizaciones de la sociedad civil e iniciativa privada en reuniones públicas, conforme el siguiente cuadro:

MESES	META DE REUNIONES
1 trimestre	1
2 trimestre	1
3 trimestre	1
4 trimestre	1

f) Cursos a representantes de los medios de comunicación

- Se busca organizar cursos de capacitación en materia electoral y de igualdad de género y no discriminación, para la representación de los medios de comunicación con cobertura en el Estado.
- El objetivo es socializar la información que surge de las distintas Comisiones y áreas operativas del Instituto, además de explicar los distintos criterios tomados por el órgano electoral, con el fin de clarificar las decisiones adoptadas y que los medios de comunicación puedan informar correctamente la temática política-electoral emanada del Instituto.
- La idea es realizar estos cursos a través de las plataformas tecnológicas con las que cuenta el Instituto.

Los temas propuestos para impartir son los siguientes:

TRIMESTRE	META DE CURSOS TRIMESTRALES	TEMAS PROPUESTOS
1 trimestre	1	Partidos Políticos y Financiamiento
	1	

Handwritten notes and signatures in blue ink, including a large checkmark and the initials 'ay'.

2 trimestre		Instrumentos de Participación Ciudadana
3 trimestre	1	Asuntos Indígenas
4 trimestre	1	Igualdad de Género y No Discriminación

Cabe destacar que puede variar la distribución de los temas en alguno de los trimestres del año.

g) Videos promocionales | spot

- Los tiempos oficiales para radio y televisión serán utilizados por el Instituto Electoral, buscando dar difusión a contenidos de carácter institucional y con fines informativos.
- De acuerdo al Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, en su artículo 4, fracción 1), el Instituto Nacional Electoral (INE) es la única autoridad facultada para la administración del tiempo que corresponde al Estado en radio y televisión, destinado a sus propios fines y a otras autoridades electorales.
- Los materiales deberán tener una duración de 30 segundos, el uso de lengua de señas mexicana a cuadro, así como subtítulos y dar cumplimiento a las características técnicas solicitadas por la autoridad electoral nacional.
- Se contempla la producción de al menos cuatro promocionales institucionales. Los temas propuestos son:
 1. Constitución de Partidos Políticos Locales
 2. Instrumentos de Participación Ciudadana (Plebiscito)
 3. Identidad Institucional
 4. Unidad de Asuntos Indígenas

h) Envío de información por correo ieebcinforma

- A través de la cuenta de correo electrónico ieebcinforma@ieebc.mx, se hará envío masivo de información institucional a entidades de gobierno,



Handwritten signatures and initials in blue ink on the right margin.

organizaciones de la sociedad civil y ciudadanía que ha participado en los diversos eventos organizados por el Instituto.

- Para este fin, se cuenta con una base de datos que incluye a Servidores Públicos del Instituto, representantes de partidos políticos, personal de la Junta Local del INE, Tribunal de Justicia Electoral de Baja California (TJEBC), Gobierno Estatal, Congreso del Estado, Ayuntamientos, Asociaciones Civiles, ex Consejeros Distritales, Iniciativa Privada, Organismos Públicos Locales Electorales (OPLES), entre otros.

i) Revista electrónica “Participación ciudadana”

- Se cuenta con una revista digital de distribución gratuita con opiniones y contenidos desarrollados al interior del organismo electoral, la cual busca dar a conocer información de índole político-electoral.
- La Coordinación invitará a las y los Consejeros Electorales, Secretario Ejecutivo, así como funcionarios del Instituto a participar con la colaboración de artículos.
- Se realizarán invitaciones a otros OPLES y a académicos para contar con su colaboración con artículos para la Revista.
- Durante este año se emitirán **2** revistas, una cada semestre, con los temas más representativos que hayan sido abordados por la institución durante el periodo en mención.

j) Inserciones

- La Coordinación atenderá las solicitudes de publicación de avisos y/o convocatorias emitidas por el Consejo General, mismos que deberán tener carácter institucional y fines informativos.
- De igual forma, se revisará la posibilidad de realizar inserciones publicitarias, garantizando el correcto uso del recurso público, cumpliendo los criterios de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez y respetando los topes presupuestales, límites y condiciones de ejercicio establecidos tanto en el Presupuesto de Egresos, como en la legislación aplicable.



