

DICTAMEN NÚMERO UNO DE LA COMISIÓN ESPECIAL DE DIFUSIÓN INSTITUCIONAL Y DEBATES POR EL QUE SE PROPONE AL CONSEJO GENERAL ELECTORAL APROBAR LA ESTRATEGIA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL INSTITUTO ESTATAL ELECTORAL DE BAJA CALIFORNIA PARA EL PERIODO COMPRENDIDO DE MARZO DE 2023 A FEBRERO DE 2024.

GLOSARIO

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 2023 a febrero de 2024.
Instituto Electoral	Instituto Estatal Electoral de Baja California.
INE	Instituto Nacional Electoral.
Ley Electoral	Ley Electoral del Estado de Baja California.
Ley General de Comunicación	Ley General de Comunicación Social.
Ley General	Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.
Reglamento Interior	Reglamento Interior del Instituto Estatal Electoral de Baja California.

ANTECEDENTES

1. Aprobación de la Estrategia Anual de Comunicación Social del Instituto Electoral para el periodo 2022-2023. En fecha 15 de marzo de 2022, el *Consejo General* durante su 10ª sesión extraordinaria, aprobó el Dictamen número uno de la *Comisión de Difusión Institucional*, relativo a la Estrategia Anual de Comunicación Social del *Instituto Electoral*, para el periodo comprendido de marzo de 2022 a febrero de 2023.

2. Reforma a la Ley General de Comunicación. En fecha 27 de diciembre de 2022, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la *Ley General de Comunicación*. Dichos cambios sustantivos fueron considerados en la *Estrategia Anual*.

3. Reunión de trabajo de la Comisión de Difusión Institucional. En fecha 22 de marzo de 2023, 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 al *Consejo General* aprobar la *Estrategia Anual*. A esta reunión asistieron por parte de la *Comisión de Difusión Institucional*, el Consejero Electoral Jorge Alberto Aranda Miranda, en su calidad de Presidente, el Consejero Electoral Abel Alfredo Muñoz Pedraza, en su carácter de Vocal, y la Secretaría Técnica de la referida Comisión.

Durante el desarrollo de la reunión de trabajo se presentó el proyecto de *Estrategia Anual* y se dio cuenta de los ejes temáticos que componen la misma.

4. Sesión de dictaminación de la Comisión de Difusión Institucional. En fecha 24 de marzo de 2023, 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 al *Consejo General* aprobar la *Estrategia Anual*. A esta sesión asistieron por parte de la *Comisión de Difusión Institucional*, el Consejero Electoral Jorge Alberto Aranda Miranda, en su calidad de Presidente, el Consejero Electoral Abel Alfredo Muñoz Pedraza, en su carácter de Vocal, y la Secretaría Técnica de la referida Comisión; por el *Consejo General* asistió la Consejera Electoral Vera Juárez Figueroa; mientras que por la representación de los partidos políticos asistieron el representante propietario del Partido Revolucionario Institucional, Joel Abraham Blas Ramos; la representante propietaria del Partido del Trabajo, María Elena Camacho Soberanes, y el representante suplente del Partido Fuerza por México Baja California, Iván Salas Palma.

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.

CONSIDERANDO

I. Competencia. De acuerdo con lo previsto en los artículos 45, párrafo tercero, de la *Ley Electoral*; 36, numeral 1, inciso c) y 38 BIS, numeral 1, inciso d), del *Reglamento Interior*, la *Comisión de Difusión Institucional*, como órgano técnico del *Consejo General*, tiene la atribución de conocer y dictaminar la estrategia de comunicación social necesaria, para difundir las actividades y resultados del *Instituto Electoral*.

En ese orden de ideas, la *Comisión de Difusión Institucional* está facultada para evaluar si el instrumento de planeación propuesto por la *Coordinación de Comunicación*, cumple o no, con el contenido que exige la normatividad en la materia y maximiza las acciones de comunicación social.

Por tanto, esta *Comisión de Difusión Institucional* es competente para conocer y presentar al *Consejo General* la *Estrategia Anual*.

II. Naturaleza del Instituto Electoral. De conformidad con 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* y en la propia *Ley Electoral*.

III. Fines del Instituto Electoral. 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, máxima publicidad, objetividad, austeridad y paridad de género.

IV. Órgano superior de dirección del *Instituto Electoral*. En concordancia con lo estipulado por el artículo 37 de la *Ley Electoral*, el *Consejo General* es el órgano superior de dirección del *Instituto Electoral*, responsable de vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales en materia electoral, así como de velar que los principios rectores de la función electoral guíen las actividades de dicho órgano constitucional autónomo.

V. Estrategia Anual de Comunicación Social. Es importante destacar que el artículo 4, fracción IV, de *Ley General de Comunicación*, 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”, teniendo tal carácter, en singular o plural: los poderes de la Federación, de las Entidades Federativas; los municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, así como los órganos constitucionales autónomos y cualquier otra dependencia o entidad de carácter público.

A su vez, el diverso 10 de la *Ley General de Comunicación* 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 terceras personas, provoquen algún delito, o perturben el orden público.

Finalmente, el artículo 23 de la *Ley General de Comunicación*, establece que los entes públicos deben elaborar una Estrategia Anual de Comunicación Social para efectos de la difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales o servicios que presten, en los términos siguientes:

“Artículo 23. [...]

La Estrategia de Comunicación Social debe contener:

- I. Misión y visión del Ente Público;
- II. Los objetivos generales en materia de Comunicación Social del Ente Público, relacionados con sus funciones y los objetivos establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo;
- III. Los objetivos específicos en congruencia con los programas sectoriales o especiales que rijan la actuación del Ente Público;
- IV. Los objetivos específicos relacionados con el programa institucional del Ente Público;
- V. Metas nacionales o estrategias transversales relacionadas con los objetivos señalados, y
- VI. Temas específicos que se prevean abordar en las Campañas de Comunicación Social, conforme a los objetivos generales y específicos señalados en la propia Estrategia.

[...]

VI. Contenido de la *Estrategia Anual*. 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, la *Coordinación de Comunicación* 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*.
- 3) **MISIÓN Y VISIÓN.** Hace referencia al Plan de Desarrollo Institucional 2023-2027 del *Instituto Electoral*, donde se establecen la misión y visión institucional.
- 4) **OBJETIVO INSTITUCIONAL.** Se refiere al objetivo estratégico institucional plasmado en el Plan de Desarrollo Institucional 2023-2027, así como el objetivo de la *Estrategia Anual* 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 de Género:** Impulsar el involucramiento en las decisiones públicas de las mujeres y visibilizar las distintas herramientas que existen para el debido ejercicio de sus derechos político-electorales.
 - c) **Atención a comunidades indígenas y grupos en contexto de vulnerabilidad:** Difundir las actividades relativas a la atención de los pueblos y comunidades indígenas, así como los grupos en contexto de vulnerabilidad.
 - d) **Participación política-ciudadana y cultura cívica:** Propiciar el involucramiento y apropiación de los valores democráticos entre la población.
 - e) **Proceso Electoral 2023-2024:** Dar a conocer a la sociedad los pormenores de las etapas y trabajos a realizar en el marco del inicio del Proceso Electoral.
- 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 mismo y demás órganos colegiados del *Instituto Electoral*.

- b) **Entrevistas:** Giras de medios para dar a conocer las actividades de mayor relevancia realizadas por el *Instituto Electoral*, para difundirse con la representación de los medios tradicionales y digitales.
- c) **Plataformas digitales:** Difusión de la información institucional a través de redes sociales, fortaleciendo la estrategia digital y la consolidación de las redes sociales institucionales.
- d) **Producción Multimedia:** Realización de producción multimedia para las plataformas de redes sociales.
- e) **Enlaces institucionales:** Vinculación con organizaciones de la sociedad civil y medios de comunicación, para posicionar al *Instituto Electoral*.
- f) **Cursos a representaciones 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, con temas y opiniones desarrolladas por las y los Consejeros Electorales, así como el Secretario Ejecutivo y el funcionariado del *Instituto Electoral*.
- 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. Una vez descrito de manera general el contenido de la *Estrategia Anual* que se propone, es de suma importancia precisar que para la *Comisión de Difusión Institucional*, la misma cumple con el objetivo de dar a conocer de manera mediática las actividades y decisiones que emanan del *Instituto Electoral*.

A su vez, que 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 documento cuenta con varias actividades principales que, por su trascendencia institucional, se consideran esenciales, como es: la inclusión por vez primera del presupuesto con perspectiva de género, impulsar el programa de participación ciudadana y educación cívica en el Estado, así como los valores políticos y democráticos de igualdad sustantiva y no discriminación, atender a comunidades

indígenas y grupos en situación de vulnerabilidad a nivel estatal, substanciar el procedimiento de constitución de Partidos Políticos y su fiscalización, al igual que el inicio de las actividades y trabajos preparatorios para el desarrollo del proceso electoral 2023-2024.

En ese orden de ideas, este plan estratégico contiene diversas herramientas de comunicación que se difundirán por los canales institucionales con los que cuenta la autoridad electoral, donde se trabajará en la creación de contenidos de interés ciudadano, de acceso sencillo, rápido y práctico, que ayudará a que la labor informativa o de divulgación del *Instituto Electoral* sea exitosa y efectiva.

En suma, esta *Comisión de Difusión Institucional* concluye que la multicitada estrategia coadyuvará en fortalecer la imagen y elevar la confiabilidad del *Instituto Electoral* como el órgano encargado de organizar elecciones libres, garantizar el ejercicio de los derechos político-electorales de la ciudadanía y promover el desarrollo democrático en el Estado.

Por las consideraciones antes expuestas, fundado y motivado, la *Comisión de Difusión Institucional*, respetuosamente somete a la consideración del órgano superior de dirección del *Instituto Electoral*, los siguientes:

ACUERDOS

PRIMERO. Se aprueba la “Estrategia Anual de Comunicación Social del Instituto Estatal Electoral de Baja California para el periodo comprendido de marzo de 2023 a febrero de 2024”, la cual forma parte integral como Anexo Único.

SEGUNDO. La Estrategia Anual referida en el Acuerdo PRIMERO, entrará en vigor a partir de la aprobación del presente Dictamen por parte del Consejo General Electoral del Instituto Estatal Electoral de Baja California.

TERCERO. Se instruye a la Secretaría Ejecutiva del Instituto Estatal Electoral de Baja California, comunique al Instituto Nacional Electoral; por conducto del área responsable de la vinculación con los organismos públicos locales, lo aprobado para los efectos legales conducentes.

CUARTO. Publíquese el presente Dictamen en el portal de internet institucional, dentro del término señalado en el artículo 22, numeral 4, del Reglamento Interior Instituto Estatal Electoral de Baja California.



C. JORGE ALBERTO ARANDA MIRANDA
PRESIDENTE

C. GUADALUPE FLORES MEZA
VOCAL



C. ABEL ALFREDO MUÑOZ PEDRAZA
VOCAL



C. OSCAR ISRAEL MOLINA AGUILAR
SECRETARIO TÉCNICO

**ESTRATEGIA ANUAL DE
COMUNICACIÓN SOCIAL PARA
EL PERIODO COMPRENDIDO
DE MARZO DE 2023 A
FEBRERO DE 2024**

Instituto Estatal Electoral de Baja California



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	2
MARCO NORMATIVO	3
MISIÓN Y VISIÓN	4
OBJETIVO INSTITUCIONAL	5
TEMÁTICAS Y LÍNEAS DE ACCIÓN	5
ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN	8




I. INTRODUCCIÓN

La Coordinación de Comunicación Social es una instancia adscrita al Consejo General del Instituto Estatal Electoral de Baja California (IEEBC), cuyo objetivo principal es ejecutar directrices de comunicación social y relaciones públicas para una correcta difusión de las actividades institucionales, mediante acciones a desarrollar por la propia Coordinación.

Todas sus actividades se sustentan en los principios rectores de la autoridad electoral: certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, máxima publicidad, objetividad, austeridad y paridad.

Para el 2023, 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 Instituto Electoral cuenta con varias actividades principales que, por su trascendencia institucional, se consideran esenciales, como es la inclusión por vez primera del presupuesto con perspectiva de género, impulsar el programa de participación ciudadana y educación cívica en el Estado, así como los valores políticos y democráticos de igualdad sustantiva y no discriminación, atender a comunidades Indígenas y grupos en situación de vulnerabilidad a nivel estatal, substanciar el procedimiento de constitución de Partidos Políticos y su fiscalización, y el de mayor relevancia, el inicio de las actividades y trabajos preparatorios para el desarrollo del proceso electoral 2023-2024.

Reconocemos que el interés de la opinión pública sobre el trabajo que desempeñan los órganos electorales se acrecienta conforme se vaya acercando el proceso electoral.

Lo anterior hace indispensable reforzar las estrategias de difusión sobre lo que representa el IEEBC, la función que realiza y su papel importante en la vida democrática de Baja California.

Handwritten signatures in blue ink, including a large signature at the top right and a smaller one at the bottom right.

Una correcta y eficiente difusión institucional es una herramienta que el Instituto Electoral debe utilizar para poder comunicar las políticas, programas, actividades y acuerdos del Consejo General y sus áreas operativas.

Para ello, se presenta la siguiente Estrategia Anual de Comunicación Social, donde definimos la serie de objetivos, directrices y actividades que se deben ejecutar durante el periodo comprendido de marzo de 2023 a febrero de 2024 para alcanzar resultados positivos y de un posicionamiento adecuado de la imagen institucional, con la cual contribuimos a la consolidación de la democracia en Baja California.

Este plan estratégico contiene las diversas herramientas de comunicación que se difundirán por los canales institucionales con los que cuenta esta autoridad electoral, donde se trabajará en la creación de contenidos de interés ciudadano, de acceso sencillo, rápido y práctico, que nos ayudará a que nuestra labor informativa sea exitosa y efectiva.

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”.

Asimismo, señala que, en materia de Comunicación Social, “los entes públicos deben observar los siguientes principios rectores: eficacia, eficiencia, transparencia y máxima publicidad, honradez, objetividad e imparcialidad, institucionalidad, necesidad, congruencia, veracidad de la información e interculturalidad.

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 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 Jorge Alberto Aranda Miranda (Presidente), el Consejero Abel Alfredo Muñoz Pedraza (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 2023-2027, aprobado en la Vigésima Cuarta Sesión Extraordinaria del Consejo General del IEEBC el pasado 15 de diciembre de 2022, 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, bajo los principios de inclusión e igualdad sustantiva, en apego a los principios y normatividad vigente, para contribuir al desarrollo de la vida democrática en el Estado de Baja California”.

En el citado documento, se señala la que será la visión institucional para el periodo 2023-2030, 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, con inclusión e igualdad sustantiva, como resultado del ejercicio de mecanismos electorales, de participación ciudadana y cultura cívica, que

Handwritten signature and initials in blue ink, located in the bottom right corner of the page. The signature is a stylized cursive mark, and the initials below it appear to be '04'.

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 2023-2027 establece 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, con inclusión e igualdad sustantiva, para la preservación de la autenticidad y efectividad del sufragio”.

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

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

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

Impulsar la identidad institucional a través de una adecuada política de comunicación que garantice una opinión positiva de la ciudadanía hacia el IEEBC.

V. TEMÁTICAS Y LÍNEAS DE ACCIÓN

Para el presente año, esta Estrategia buscará posicionar información respecto a las siguientes temáticas, con sus respectivas líneas de acción:



1) Identidad Institucional

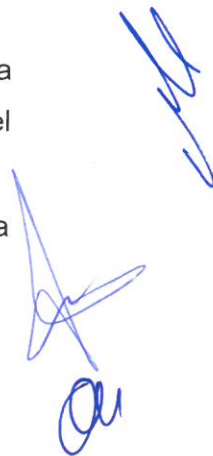
Líneas de acción:

- Promover la identidad del Instituto electoral mediante acciones y actividades para fortalecer la imagen y credibilidad institucional.
- Fomentar en la ciudadanía el conocimiento del quehacer institucional, poniendo a disposición información básica y de interés que permita fortalecer la confianza ciudadana en el órgano electoral.
- Desarrollar contenido creativo para las diversas plataformas digitales que lleven consigo mensajes donde se proyecte la identidad institucional.
- Proyectar conceptos básicos que involucren las acciones de este organismo a fin de que se exponga al Instituto desde los mensajes adecuados, sintetizados de forma coloquial.
- Colaborar y difundir eventos estratégicos que fomenten el desarrollo de la vida democrática en el Estado, objetivo principal del Plan de Desarrollo Institucional 2023-2027.

2) Igualdad de Género

Líneas de acción:

- Brindar capacitaciones a la representación de los medios de comunicación sobre la importancia de la igualdad de género y erradicación de cualquier tipo de violencia contra las mujeres
- Difusión de mensajes y contenidos 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.
- Apoyar en la difusión y logística de cualquier actividad que surja en la materia, por parte de las distintas áreas operativas del Instituto.
- Ubicar y compartir todo material alusivo que pueda ser útil para la ciudadanía sobre temas de género.



3) Atención a Comunidades Indígenas y grupos en contexto de vulnerabilidad

Líneas de acción:

- Difusión de las actividades realizadas en atención a las comunidades y pueblos indígenas en el Estado.
- Impulsar el involucramiento en las decisiones públicas de los grupos en situación de vulnerabilidad de Baja California.
- Difusión de fechas conmemorativas de importancia para los grupos en situación de vulnerabilidad.
- Integrar contenido gráfico que divulgue actividades o temas de interés para grupos específicos en la lengua indígena que según corresponda.
- Brindar capacitaciones a medios comunicación en materia de derechos político-electorales a Comunidades Indígenas y grupos en contexto de vulnerabilidad.

4) Participación política-ciudadana y cultura cívica

Líneas de acción:

- La participación ciudadana y educación cívica serán eje central de los mensajes y productos institucionales que se realicen.
- Difundir los programas y actividades institucionales en materia de educación cívica y participación ciudadana.
- Propiciar el involucramiento y apropiación de los valores democráticos entre la población.
- Creación de contenidos sobre valores cívicos y democráticos.
- Creación de contenidos respecto a los instrumentos de participación ciudadana.
- Involucrar a la ciudadanía e incentivar su participación en las distintas estrategias que utilice el Instituto Electoral en la materia.

5) Proceso Electoral 2023-2024

Líneas de acción:

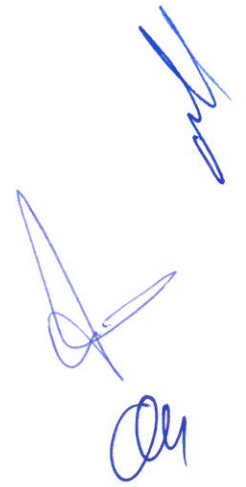
- Dar a conocer a la sociedad la importancia de conocer sus derechos político-electorales.
- Apoyar en la difusión de la geografía electoral para que la ciudadanía identifique en qué distrito vive y conozca a las futuras candidaturas.
- Difundir la convocatoria para participar como observador electoral.
- Difundir la convocatoria dirigida a las personas que aspiran a una candidatura independiente.
- Creación de contenidos explicativos respecto a las etapas del Proceso Electoral.
- Difusión y promoción del inicio del Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024.

VI. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

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

- a) Comunicados Institucionales
- b) Entrevistas
- c) Plataformas digitales
- d) Producción Multimedia
- e) Enlaces institucionales
- f) Cursos a la representación 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:

Handwritten signatures in blue ink, including a large stylized signature at the top right and a smaller signature at the bottom right.

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 se vea involucrada, para comunicar rápida y oportunamente sobre las acciones, programas, decisiones y acuerdos del Instituto.
- El material generado será enviado periódicamente a la representación de los medios de comunicación en el Estado, a través del correo electrónico institucional y por el WhatsApp de la persona titular de la Coordinación.
- Los comunicados institucionales serán publicados en el portal institucional www.ieebc.mx y podrán ser compartidos en las redes sociales del Instituto.
- Para generar comunicados de calidad, se deberán sostener reuniones periódicas con las áreas técnicas para valorar y conocer la información que se pretende comunicar, así como pormenores de la misma.
- La documentación e información que sustente los comunicados institucionales, deberá ser entregada oportunamente 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.
- De manera **mensual** se elaborarán al menos **8** comunicados institucionales.

b) Entrevistas

- 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 o las videoconferencias se realizarán de manera tripartita o con una persona funcionaria de la Coordinación presente, para su oportuna grabación y archivo.
- 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.
- De cada entrevista otorgada a la representación de los medios de comunicación, se realizará un resumen con los puntos torales de la misma, el cual se incluirá dentro del reporte de medios electrónicos que se envía diariamente.
- 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	30

- Para el último trimestre del 2023, se proyecta incrementar el número de entrevistas, derivado de que estaremos en las etapas previas y el propio inicio del Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024.

c) Plataformas digitales

El Instituto cuenta con las plataformas Facebook, Twitter, Instagram y Tik Tok para la difusión de la información institucional. Regionalmente, **FACEBOOK** es la red mas impactante y penetrante de todas. **TWITTER** es la red que el ámbito político de México y el mundo utilizan para comunicar y fijar posicionamientos, lanzar mensajes o sostener debates. **INSTAGRAM** es la red social que tiene un público mayoritariamente joven y que permite a los usuarios enviar y recibir informacion

y/o contenidos visuales a través de internet. **TIK TOK** es la red social que ha registrado un crecimiento más vertiginoso, su público es principalmente joven y se utiliza para transmitir mensajes mediante videos cortos.

- Se continuará con el fortalecimiento de la estrategia digital y la consolidación de las redes sociales institucionales.
- Se continuará con la capacitación del personal de la coordinación en temas de plataformas digitales, entre ellos las certificaciones de Meta y Google.
- Es importante considerar que cada red social tiene un público distinto y por tanto un tono, objetivos e impacto diferente.
- 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.
- Para la creación de contenido en Twitter, se tomará en cuenta lo siguiente:
 - Utilizar el contenido multimedia, en medida de que cada una de las redes sociodigitales permita la creación de contenidos.
 - Aprovechar las etiquetas o *hashtags* 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.
 - Dar «me gusta» en publicaciones afines.
- Para la creación de contenido en Facebook, se tomará en cuenta lo siguiente:
 - Crear titulares que capten la atención.
 - Crear contenido de alto valor. (fotografía, gráficos explicativos, infografías, videos cortos)
 - Hacer uso de Facebook Live para transmitir en directo lo que se realiza en el Instituto.
- Para la creación de contenido en Instagram, se tomará 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.
- Para la creación de contenido en Tik Tok, se debe tomar en cuenta lo siguiente:
 - Crear una estrategia comunicativa adecuada a la plataforma e identificar a nuestro público objetivo.
 - Realizar videos llamativos y dinámicos, utilizando música, filtros y efectos, para lograr conectar con la audiencia.
 - Utilizar las etiquetas o *hashtags* que son tendencia, ya que estos se relacionarán con palabras clave, temáticas o ideas que harán mucho más sencillo encontrar nuestros vídeos.
 - Fomentar la interacción con la audiencia.
- 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 y productos, trabajar el material y que estos sean difundidos en tiempo y forma. Se contempla que la Coordinación haga entrega de una propuesta completa de contenido, material, difusión y propuestas de publicación, previo a la aprobación total del proyecto de difusión. Es importante contemplar la cantidad de tiempo previo para su correcta elaboración.
- 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

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

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





general. Este calendario es propuesto de manera enunciativa y no limitativa.

d) Producción Multimedia

- La Coordinación de Comunicación Social se encargará de realizar, en colaboración con una proveedora de servicios audiovisuales, producción multimedia para las redes sociales, mismas que se compondrán a rasgos generales con las siguientes características:
 - 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.
 - Los productos no serán limitativos a solo cápsulas, sino de acuerdo a las necesidades de difusión que se requieran.

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, además de que estos entes sean replicadores de la información emanada del Instituto.
- Reforzar el enlace con las Coordinaciones de Comunicación de los organismos público locales de otros Estados, solicitando el apoyo para la difusión de actividades y contenidos de este Instituto.
- Generar una ruta de trabajo de manera mediática y social con entidades públicas y privadas en Zona Costa 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

- Cabe destacar que el número de reuniones no es limitativo, ya que pudiera darse una cantidad mayor a lo largo del año.

f) Cursos a la representación de los medios de comunicación

- Se organizarán 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 del Instituto, explicar los criterios tomados por el órgano electoral y clarificar las decisiones adoptadas para que los medios de comunicación puedan informar de manera correcta la información institucional.
- Se realizarán de manera presencial o 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
2 trimestre	1	Violencia Política contra la Mujer en Razón de Género

3 trimestre	1	Candidaturas Independientes
4 trimestre	1	Calendario del Proceso Electoral

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 cuatro promocionales institucionales. Los temas propuestos son:
 1. Identidad Institucional
 2. Observadores Electorales
 3. Candidaturas Independientes
 4. Inicio Proceso Electoral

h) Envío de información por correos ieebcinforma

- A través de la cuenta de correo electrónico ieebcinforma@ieebc.mx, se hará envío masivo de información institucional a entidades de gobierno, 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 funcionarios y funcionarias del Instituto, la representación 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 Consejerías 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 a las personas funcionarias del Instituto a participar con la colaboración de artículos.
- Se realizarán invitaciones a otros OPLES y a personas académicas para contar con su colaboración con artículos para la Revista.
- Durante este año se emitirá **1** revista anual, 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, mismas que deberán tener carácter institucional y fines informativos.



