

MECANISMOS DE COMUNICACIÓN DEL ORGANISMO ELECTORAL CON ACTORES ESTRATÉGICOS

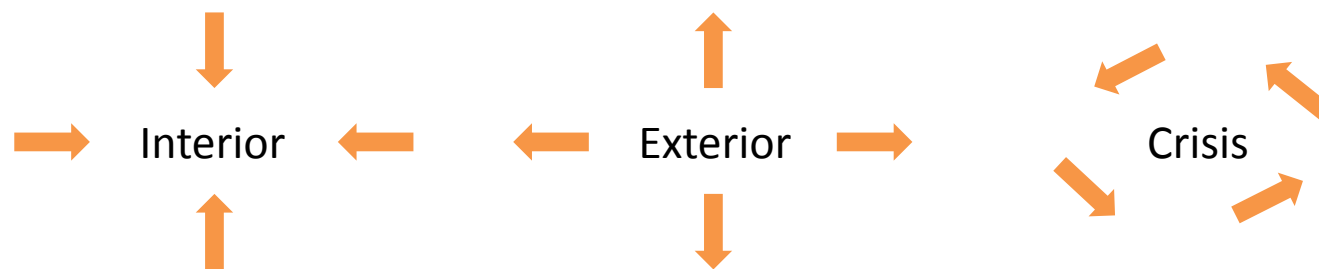
Mtra. Karina Sánchez Hernández

Directora de Análisis, Evaluación y Publicidad
Coordinación Nacional de Comunicación Social



Comunicación Social = Posicionamiento del IFE

Actividad de informar sobre los fines, atribuciones, funciones y acciones del Instituto en tres ámbitos.



Información: Veraz, oportuna y objetiva

1.

Sin el acompañamiento de los medios de comunicación es imposible construir y llevar a buen puerto un proceso electoral y generar credibilidad y **confianza ciudadana**.

2.

El órgano electoral tiene por obligación llevar a cabo una comunicación transparente, clara y precisa.

3.

Los cambios en materia de comunicación política aprobados en la reforma electoral de 2007, cambiaron la relación existente con los medios de comunicación.

Elección 2005-2006

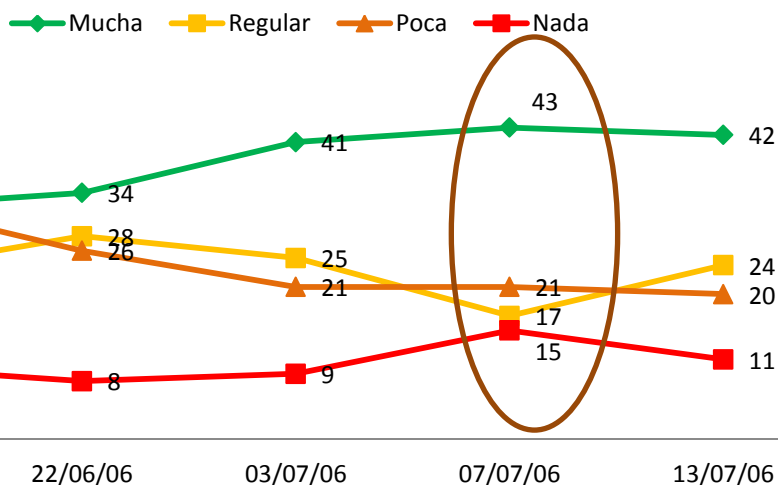
- De acuerdo con el Art. 48 del COFIPE, es derecho exclusivo de los partidos políticos contratar tiempos en radio y televisión para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales.
- Se prohíbe la contratación de propaganda en radio y televisión en favor o en contra de algún partido político o candidato por parte de terceros.
- Es prerrogativa de los partidos políticos nacionales tener acceso en forma permanente a la radio y televisión para difundir sus principios ideológicos, programas de acción y plataformas. Además, durante los procesos electorales cuentan con espacios para la difusión de sus candidaturas.
- La Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos y la Comisión de Radiodifusión, tienen a su cargo la difusión de dichos programas así como el trámite de las aperturas de los tiempos correspondientes.

La Coordinación Nacional de Comunicación Social es, en el ámbito institucional, el **área responsable y conducto** mediante el cual se ejercen los recursos y tiempos oficiales en los medios electrónicos. (Art. 62 del RIIFE 2005)

Situación del IFE en la elección de 2006

El IFE llega a la elección de 2006 con el mayor nivel de confianza histórico, 60% de la población confía en la institución, 21% confía poco y 15% no confía.

Confianza Elección 2006 (BGC)



Motivos de confianza:

- ✓ Buena relación con MC
- ✓ Alternancia posible (2000)
- ✓ Padrón confiable
- ✓ Elección previa sin incidentes (2003)

Con Ns/nc suma 100%. N = 400 entrevistas telefónicas.

Metodología

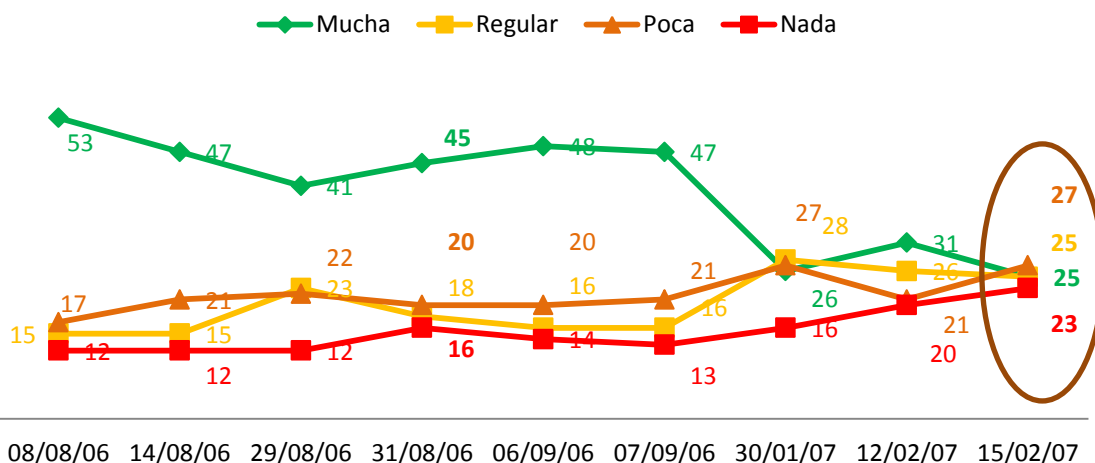
- Telefónica.
- N = 400 encuestas por estudio
- Nivel de confianza = 95%.
- Margen de error = +/-5%.

- Elecciones más competidas de la historia
- En materia de comunicación política se detectan lagunas con respecto al uso de medios electrónicos por parte de los partidos políticos y sus candidatos
- Se alega falta de equidad en los tiempos de radio y televisión
- Aparecen las campañas “negras” con descalificaciones hacia los candidatos y partidos políticos.

Situación del IFE después del conflicto postelectoral de 2006

El nivel de mucha confianza de la ciudadanía cae de 47% a 25% en cinco meses y quienes no confían en el IFE aumentan a 23% de la población.

Confianza IFE Postelectoral 2006 (BGC)









Es en estas condiciones que se aprueba la Reforma Electoral 2007-2008

Con Ns/nc suma 100%. N = 400 entrevistas telefónicas.

Metodología

- Telefónica.
- N = 400 encuestas por estudio
- Nivel de confianza = 95%.
- Margen de error = +/-5%.

Tres ejes de la Reforma 2007-2008

- | | | | | |
|----|--|--------------------------|---|--|
| 1. |  | Campañas negativas |  | Debate de ideas y plataformas |
| 2. |  | Compra de espacios en MC |  | Presencia equitativa y tiempos oficiales |
| 3. |  | Guerra sucia |  | Vigilancia y sanciones a terceros |

Equidad en la contienda

Elección 2008- 2009

- **El IFE es la autoridad única a nivel federal y local encargada de distribuir y asignar los tiempos del Estado para fines electorales.** Todo promocional que los partidos políticos y candidatos deseen transmitir, debe ser entregado al IFE para que se difunda en los tiempos del Estado.
- Se prohíbe a los partidos políticos, precandidatos y candidatos que contraten o adquieran, por sí o por terceras personas, tiempos, en cualquier modalidad, en radio y televisión.
- El Instituto ejerce sus facultades en materia de radio y televisión a través el Consejo General, la Junta General Ejecutiva, la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, el Comité de Radio y Televisión, la Comisión de Quejas y Denuncias y los vocales ejecutivos y juntas ejecutivas en los órganos desconcentrados. **La Coordinación Nacional de Comunicación Social ya no cuenta con facultades en la materia.**

Elección 2008- 2009

- El **Comité de Radio y Televisión** es el encargado de conocer y aprobar las pautas de transmisión de programas y mensajes de los partidos políticos.
- Se crea el SIATE* para la generación de pautas de transmisión, verificación de su cumplimiento y aplicación de sanciones.
- Se establece que el IFE realizará dos debates entre los candidatos a la Presidencia de la República: el primero, en el mes de mayo y el segundo a más tardar en la segunda semana de junio del año de la elección. **Durante el PEF 2011- 2012, la organización de dichos debates recayó directamente en la Coordinación Nacional de Comunicación Social.**

**Sistema Integral para la Administración de los Tiempos del Estado*

Impacto de la Reforma en el PEF 2008 -2009

- Resolución de problemas técnicos y políticos para el correcto funcionamiento del nuevo modelo de comunicación política, en especial en los siguientes temas:
 - Prohibiciones sobre la emisión de mensajes de funcionarios públicos.
 - Regulación sobre el contenido de la propaganda.
 - Garantizar el acceso a los medios de comunicación . Problemas técnicos de telecomunicaciones, como el bloqueo de señales.



irregularidades



quejas y
denuncias

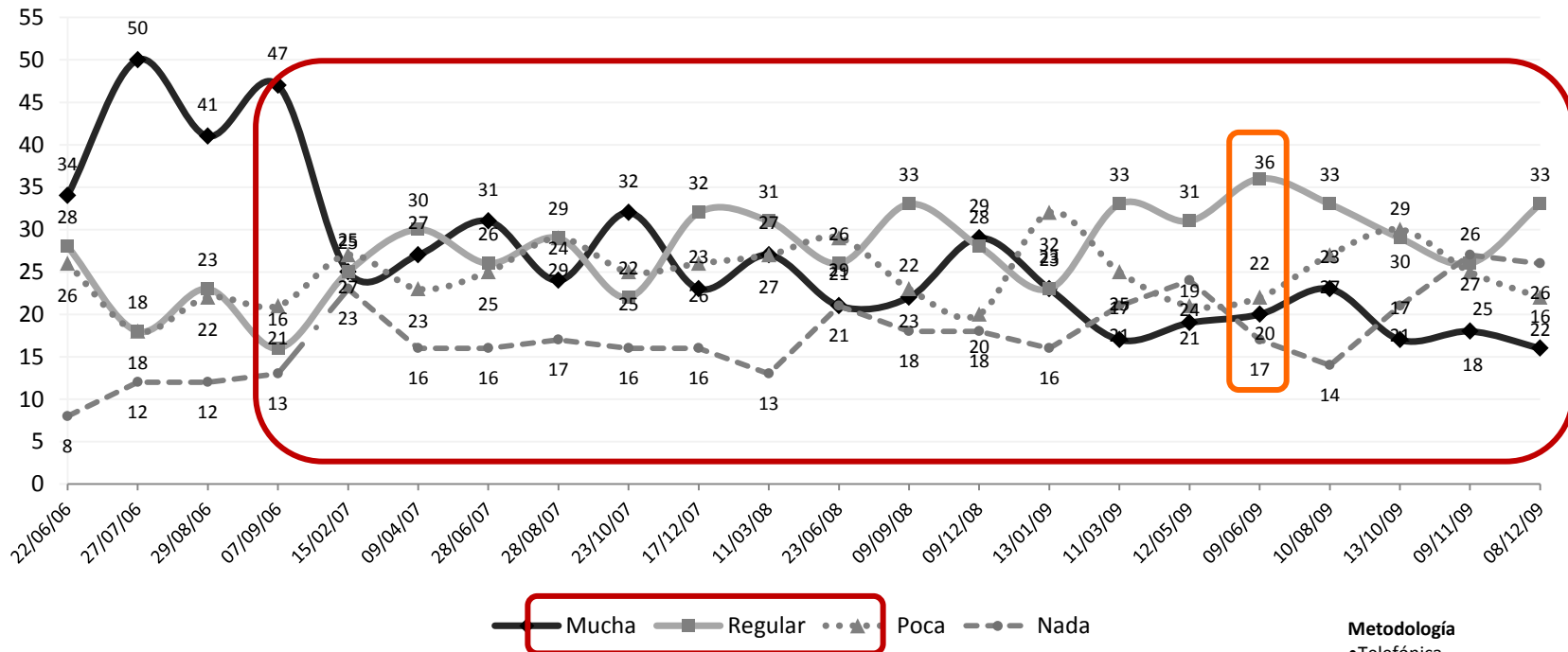


sanción a
actores

sanción a medios
de comunicación

Situación del IFE PEF 2008-2009

El IFE llega a la elección con 56% confianza ciudadana; se ha conseguido recuperar marginalmente el impacto de las elecciones de 2006.



Con Ns/nc suma 100%. N = 400 entrevistas telefónicas.

Metodología

- Telefónica.
- N = 400 encuestas por estudio
- Nivel de confianza = 95%.
- Margen de error = +/-5%.

La implementación de la Reforma Electoral generó, entre otras consecuencias relevantes, un cambio en la relación con los Medios de Comunicación y otros actores a los que se limitó su participación en el proceso electoral, lo cual impuso nuevos retos a la labor de comunicación social.

Diversas áreas del IFE tienen interlocución con los medios de comunicación lo cual complica la relación:

- **Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos (DEPPP)**, junto con las Vocales Ejecutivos son los encargados de la notificación de las pautas, órdenes de transmisión y materiales respectivos a los concesionarios y permisionarios.
- **Dirección Jurídica** (Secretaría Ejecutiva). Incumplimientos
- **Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica**: Pautado de materiales y difusión de campañas.
- **Coordinación Nacional de Comunicación Social**: Información, generación de mensajes y plan de comunicación, relación con los medios de comunicación.

Acciones implementadas:

1. Lograr mayor difusión mediática de las acciones del IFE de interés para a la ciudadanía y aprovechar los espacios que brindan las nuevas tecnologías de la información
 - Creación de nuevos canales de comunicación dirigidos a la sociedad (internet y redes sociales)
2. Estrechar la interlocución con líderes de opinión, académicos y directivos de organizaciones de la sociedad civil, especialistas en temas electorales.
3. Proceso de evaluación constante (encuestas) para generar una estrategia de comunicación efectiva y poder reaccionar ante percepciones generadas por temas coyunturales.

Después de la elección de 2009, la estrategia de comunicación social estuvo orientada a preparar el terreno y llegar a la jornada electoral de 2012 con un IFE que contara con una fuerte credibilidad y confianza ciudadana.

Se articuló una estrategia de comunicación con los medios de comunicación basada en 2 conceptos rectores:

Confianza

Certeza

Idea fuerza



El Instituto Federal Electoral es una institución confiable, capaz de organizar puntualmente y con la mayor eficiencia las elecciones federales de 2012



Necesidad de generar canales de comunicación directa y precisa por parte de la autoridad electoral sin tener que pasar por la agenda de los medios, sin editoriales o cortapisas.

Redes sociales

El IFE te responde

Confianza

A partir de octubre de 2011, la Coordinación Nacional de Comunicación Social impulsó los canales de redes sociales a través de:

- ✓ Mensajes diarios sobre el Proceso Electoral Federal 2011-2012
- ✓ Sesiones del Consejo General
- ✓ Artículos de los Consejeros Electorales.

Información en tres vías: **institucional, pedagógica y de servicio.**



IFE @IFEMexico
El IFE es un organismo público, autónomo, responsable de cumplir con la función de organizar las elecciones federales y al desarrollo de la vida democrática.
México <http://www.ife.org.mx>

11,526 TWEETS
2,236 SIGUIENDO
160,647 SEGUIDORES

Tweets Todos / Sin menciones

- IFE @IFEMexico El IFE colaborará con los Institutos Electorales Locales en los comicios de 2013. [ow.ly/QXSh](#) Abrir
- IFE @IFEMexico El IFE y las elecciones locales: [ow.ly/Q0hi](#) texto de @leonardovaldesz Abrir
- IFE @IFEMexico El 7 de julio de 2013, en 14 estados del país se celebrarán elecciones locales. Consulta los Estados: [ow.ly/ieFyT](#) Abrir
- IFE @IFEMexico Informes de observación electoral: [ow.ly/n8FU](#) Abrir
- IFE @IFEMexico Para tramitar tu credencial de elector, @IFETEL te puede asesorar con el proceso, la ubicación de módulos y los documentos que debes llevar Abrir

© 2012 Twitter. Sobre nosotros. Ayuda

162,731 seguidores



Instituto Federal Electoral · Timeline · How · Manage Page

Instituto Federal Electoral
32,934 Likes · 3 Events

Government Organization
Página Oficial de IFE en Facebook. El Instituto Federal Electoral fue creado el 11 de octubre de 1995 como la máxima autoridad electoral del país. Twitter: @IFEMexico

7 Friends Instituto Federal Electoral

El IFE y las elecciones locales: <http://ow.ly/nQXh> texto de Leonardo Valdez Zurita, Consejero Presidente del IFE. See Translation

El Inventario - Opinión - El IFE y las elecciones locales
El 26 de junio de 2009 los presidentes de los 32 Organismos electorales locales y del Instituto Federal Electoral suscribieron la

Like · Comment · Share
460 people saw this post

33,451 likes



IFE TV
16878 suscriptores · 4589759 reproducciones de videos

Destacados · Explorar videos

Agregar un video destacado

Finalizada

- Lo que hace grande a un país es la participación
Sesión extraordinaria del ...
24/10/2012
- Sesión extraordinaria del ...
11/10/2012
- El modelo de voto de los ...
El modelo de voto de los mexicanos.
10/10/2012
- Foro del II Encuentro de los Organismos Electorales Locales
15 + 16 de octubre de 2012
- Foro del III Encuentro de los Organismos Electorales Locales
17 + 18 de octubre de 2012
- III Foro de la Democracia
(English Version) III Foro de la Dem...
12/10/2012

Listas de reproducción destacadas

Videos subidos

16,709 suscriptores

Twitter



- Se consiguió la verificación de la cuenta @IFEMéxico
- Retuits de información y apoyo a la cuenta @IFEMexico en la denuncia de cuentas falsas.
- **Las 2 cuentas falsas que surgieron en días previos y durante la jornada electoral se lograron suspender. @IFE__Mexico y @IFE_elecciones.**

Ciudadanos hicieron intensivo RT de temas publicados por el IFE durante el proceso y la Jornada electoral.

Youtube

Relanzamiento de IFETV

- Transmisión del Primer Debate entre los Candidatos Presidenciales en tiempo real, fue visto en directo en 115 países por 78,414 personas y generó más de 90 mil comentarios.
- El Segundo Debate fue visto en directo en 191 países por 35,700 personas.
- El total de vistas de los dos videos de los debates, al 22 de octubre de 2012, es de un millón 939 mil 407 vistas.

IFE TV transmite los eventos del IFE en vivo; cuenta con 17,018 suscriptores y más de 4 millones y medio de reproducciones (4,586,602).

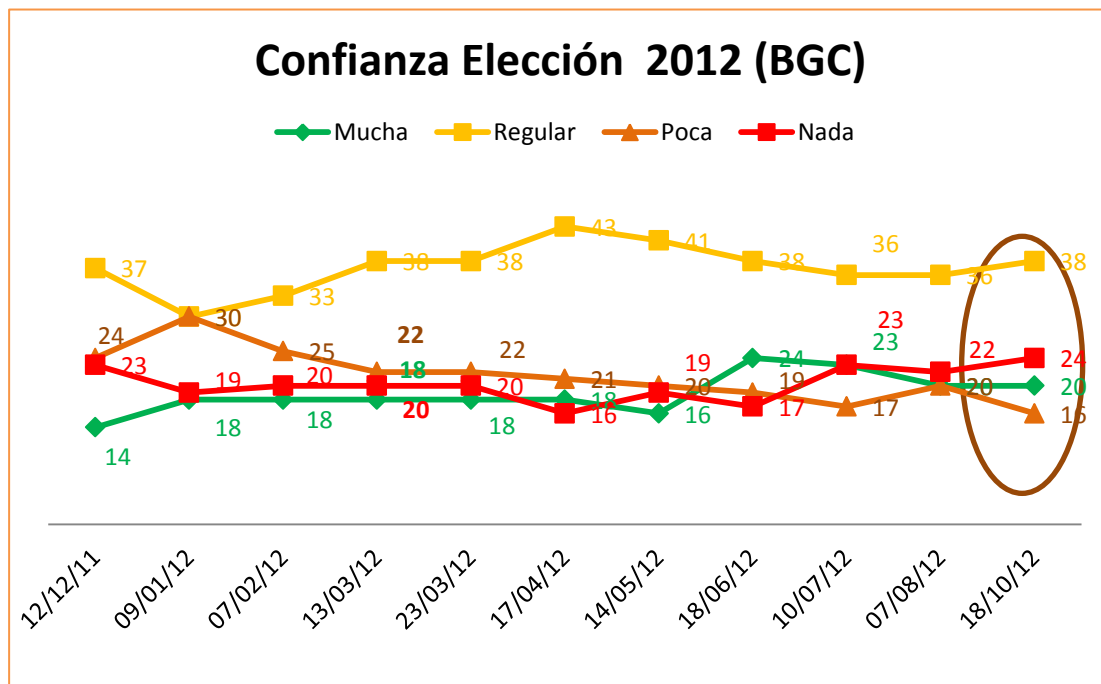
El IFE te responde

La comunicación en redes sociales originó la creación de la sección “El IFE te responde”, la cual se publicó en el home del IFE el 7 de junio de 2012. A la par de su publicación, se hizo campaña en redes sociales, como parte de una estrategia para aclarar mitos y dudas que circulan en las redes. Se respondió directamente con información usando en Twitter el *hashtag* **#IFeteResponde** y publicando mensajes en dicho canal y en Facebook.

Algunos datos relevantes sobre el impacto de esta iniciativa son los siguientes:

- Del 7 de junio al 24 de julio de 2012 tuvo 285,901 menciones en redes sociales.
- El home de la página web tuvo 174,966 vistas, siendo el número 16 de 22 de la lista de las páginas que recibieron el 62% de las visitas.
- Los ciudadanos hicieron intensivo RT de los temas publicados por el IFE. La cuenta de Twitter @IFEMexico tuvo 111,326 retuits del 7 de junio al 24 de julio, siendo 10,235 sobre el “El IFE te responde”
- Del 7 de junio al 24 de julio se enviaron 2,528 tuits de la cuenta @IFEMexico enfocados en los temas de la jornada electoral (“El IFE te responde”, PREP, Conteo Rápido, material electoral, ubicación de casillas, cómo emitir el voto en la boleta electoral, etc.).

El IFE llega a la jornada electoral con niveles de confianza aceptables, 59% de la población confía en el Instituto. Después de la elección, gracias al trabajo del Instituto y el desarrollo del proceso electoral, así como la difusión de información útil para los ciudadanos, la confianza en el Instituto se mantiene estable (58% de mucha/regular confianza).



Metodología

- Telefónica.
- N = 400 encuestas por estudio
- Nivel de confianza = 95%.
- Margen de error = +/-5%.



Gracias

Karina Sánchez Hernandez
olgakarina.sanchez@ife.org.mx



@IFEMexico



Instituto Federal Electoral



IFETV