



# CAPÍTULO 9

## Estrategia de Comunicación Social

Memoria Proceso Electoral 2013  
| Instituto Electoral del Estado de Zacatecas |



## Capítulo 9. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

### 9.1. Estrategia de comunicación y difusión del Proceso Electoral 2013

La estrategia de comunicación institucional para el Proceso Electoral 2013 estuvo encaminada a difundir las tareas, acciones y actividades que despliega el IEEZ en la preparación, la organización y el desarrollo de las etapas del Proceso Electoral; tuvo por objeto planear, diseñar y crear mensajes para difundir las campañas del IEEZ a través de los medios de comunicación con el propósito de convocar a la ciudadanía a participar en el Proceso Electoral, promover el voto e informar sobre las actividades relevantes del IEEZ.

La estrategia de difusión y comunicación en el Proceso Electoral 2013 contó con siete objetivos de promoción:

- Imagen institucional
- Valores democráticos
- Integración de mesas directivas de casilla
- Promoción del voto
- Observación electoral
- Consulta infantil-juvenil
- Agradecimiento

Estos objetivos se estructuraron en cinco campañas de difusión:

- Campaña de promoción del voto
- Campaña para observadoras y observadores electorales
- Campaña de integración de órganos electorales
- Campaña de actualización del Padrón Electoral y Lista Nominal
- Campaña "Ubica tu casilla"

#### 9.1.1. Campaña de promoción del voto

El IEEZ emprendió una amplia campaña de difusión en radio y televisión en 32 emisoras de radio (AM y FM) y 15 canales de televisión, con cobertura en los 58 municipios de la entidad. En la campaña de promoción del voto se incorporaron mensajes para informar a la ciudadanía acerca del reseccionamiento electoral y la integración seccional con motivo de los cambios generados por el Instituto Federal Electoral para este proceso.

Para la promoción del voto, se contó con la invaluable y desinteresada colaboración de zacatecanos destacados en la grabación de spots para radio y televisión: la escritora Amparo Dávila, el grupo de rock Los Románticos de Zacatecas, la cantante Sofi Mayen, los futbolistas Sergio Santana y Antonio Pedroza, los grupos musicales Conjunto Río Grande, La Fe Norteña y Herencia Norteña, y los atletas Diego Borrego y Juan Carlos Romero.

#### 9.1.2. Campaña para observadoras y observadores electorales

Esta campaña inició con un spot conceptual en el que se hizo alusión a ojos femeninos y masculinos en blanco y negro con mensajes positivos; el inicio de



esta campaña fue sobrio. La segunda etapa incluyó promocionales arriesgados con un toque de humor: intervinieron personajes como el ciclope y la vecina observadores y el investigador; estos mensajes incorporaron técnicas como el body paint, con un planteamiento de historias de personas responsables e interesadas en el cumplimiento de la transparencia en los comicios.

### 9.1.3. Campaña de integración de órganos electorales

La difusión de las convocatorias para integrar los órganos electorales fue el inicio de esta campaña. En la producción de spots, se informó a la ciudadanía acerca de la notificación y primera etapa de capacitación para las personas que resultaron insaculadas. Se hizo énfasis en la identificación de las y los instructores asistentes que visitaron miles de hogares zacatecanos para notificar a quienes participarían como funcionarios de mesas directivas de casilla.

### 9.1.4. Campaña de actualización del Padrón Electoral y la Lista Nominal

En coordinación con el Instituto Federal Electoral, se trabajaron spots informativos para invitar a la renovación de credenciales de elector con fotografía en el estado de Zacatecas; además, para informar a la ciudadanía de los plazos para inscripción, cambio de domicilio, corrección de datos personales, corrección de datos de dirección y remplazo por pérdida de vigencia. Las historias fueron sencillas y se usó la técnica de cuadro por cuadro, evocando una fotonovela de los años setenta.

### 9.1.5. Campaña “Ubica tu casilla”

En este proceso, el IEEZ presentó una innovación en la promoción del voto al facilitar a la ciudadanía la ubicación de las mesas directivas de casilla a través del teléfono celular. Esta forma de conocer la ubicación de casilla se difundió previamente en prensa, radio, televisión e internet.

El IEEZ puso a disposición de la ciudadanía El sistema de mensajes SMS “Ubica tu casilla Proceso Electoral 2013”. Los ciudadanos podían enviar un mensaje de texto al número 37071 con la palabra CASILLA y anotar el número de sección que se localiza en su credencial de elector con fotografía; en segundos recibirían un mensaje con la dirección de la casilla en la que debían presentarse a emitir su voto. Este sistema recibió 1,288 consultas ciudadanas para la ubicación de las mesas directivas de casilla.

## 9.2. Redes sociales

Como parte de la estrategia de difusión de información pública en la plataforma digital de internet, el IEEZ abrió sus perfiles de redes sociales en Twitter (@ieezcs) y Facebook (Instituto Electoral del Estado de Zacatecas), por medio de los cuales se dieron



a conocer las actividades relevantes del Proceso Electoral 2013 y se respondieron las dudas e inquietudes de la población.

A partir de noviembre del 2012 y hasta julio del 2013, se concentraron alrededor de 3,654 personas en la red social Facebook. El 49 por ciento de ese grupo son mujeres y el 51 por ciento son hombres. Los segmentos de población que pusieron más "Me gusta" al perfil de Facebook son los subgrupos de 18 a 24 años y de 25 a 34 años.

Los registros indican que 2,047 usuarios nos siguen desde México; el resto, desde Estados Unidos, países de Latinoamérica como Brasil, Argentina, Colombia, Perú, Honduras y Nicaragua, y de países asiáticos como Taiwán, Tailandia, Palestina y Filipinas; también nos siguen desde países europeos como Reino Unido, Francia, Italia y España.

En el periodo de enero a julio de 2013, la cuenta institucional publicó un total de 1,048 mensajes, con ello se generó un total de 380 consultas por dudas o comentarios de la información difundida. Además, se registraron 166 preguntas en mensajes directos a la cuenta institucional. Todas fueron respondidas.

Por otro lado, la red de Twitter tuvo mayor cantidad de interacciones directas con los usuarios: un promedio diario de tres dudas resueltas entre enero y julio de 2013. El concentrado de seguidores en ese periodo varió entre 851 y 1,365 seguidores.

### 9.3. Sala de prensa

Para la difusión de los resultados el día de la Jornada Electoral, y para el desarrollo de las actividades periodísticas, se puso a la disposición de los representantes de los medios de comunicación del Estado y de diferentes puntos del País una sala de prensa. Se instalaron 16 equipos de cómputo con servicio de internet de alta velocidad, 12 líneas telefónicas, sistema de televisión restringida y circuito cerrado de televisión para recibir la señal de la sesión permanente del Consejo General y el PREP.

Las páginas de internet difundieron señal de audio y video, por lo que los resultados de la Jornada Electoral se transmitieron de manera inmediata a la ciudadanía en los diferentes medios de comunicación.

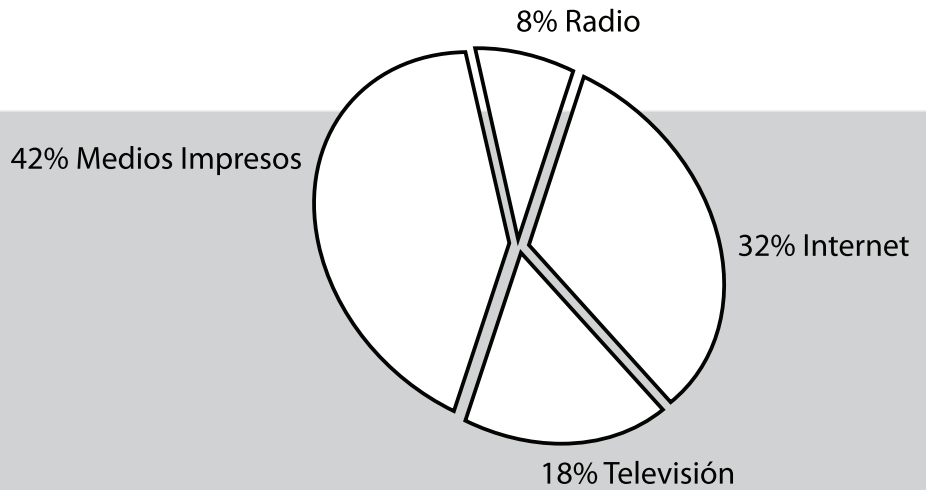
El IEEZ expidió acreditaciones de prensa a periodistas de diferentes medios de comunicación,



locales, nacionales e internacionales para la cobertura de la jornada comicial del domingo 7 de julio. Se acreditaron para difundir las incidencias de la Jornada Electoral 33 medios impresos diarios, revistas y semanarios, además de 14 canales de televisión, 25 páginas de internet y 6 de los principales grupos radiofónicos locales.

## Total de medios

Medios Impresos	33
Televisión	14
Internet	25
Radio	6



De los 78 medios que se registraron, el IEEZ entregó un total de 329 acreditaciones: 200 a medios impresos, 66 a televisión, 34 a páginas o dominios de internet y 29 a estaciones de radio. 68 por ciento fueron para hombres y 32 por ciento para mujeres.

## Total de medios

Medios Impresos	200
Televisión	66
Internet	34
Radio	29

