

## INFORME DE AVANCE DEL PROGRAMA ANUAL DE TRABAJO DE LA COMISIÓN TEMPORAL DE COMUNICACIÓN

---

El 18 de octubre de 2017 se llevó a cabo la sesión de instalación de esta Comisión. En dicha sesión se aprobó el Programa Anual de Trabajo 2017-2018 que contiene los objetivos, acciones, calendario de sesiones y cronograma de actividades de la comisión.

A partir de esa fecha, la Comisión ha realizado labores de acompañamiento, colaboración, supervisión y seguimiento a los trabajos de la Unidad Técnica de Comunicación Social en el marco del proceso electoral.

El 12 de diciembre de 2017 se realizó la primera sesión ordinaria de la Comisión, misma en la que se aprobaron:

- Estrategia de Comunicación del Proceso Electoral Ordinario 2017-2018.
- Logotipo y eslogan del Proceso Electoral Ordinario 2017-2018.

A partir de la Estrategia de Comunicación, esta Comisión dio seguimiento, colaboró y supervisó las labores de la Unidad Técnica de Comunicación Social, a través mesas de trabajo internas, gestión de grupos focales y procesos creativos en dos grandes bloques:

- 1.- Actividades permanentes de comunicación institucional
- 2.- Campañas de comunicación inherentes al proceso electoral 2017-2018

### 1. Actividades permanentes

Respecto a las actividades **permanentes**, se informa que se realizaron 129 coberturas a eventos y actividades institucionales, de los que se generó un acervo de 2,700 fotografías, 19 videos y 7 cápsulas informativas que fueron difundidas a través de los canales institucionales, y que se encuentran disponibles para su consulta en las redes sociales y en el portal de internet de este órgano electoral.

Asimismo, se difundió un total de 59 comunicados de prensa a diversos medios de comunicación en el estado, abordando los temas de interés del proceso electoral como son precampañas, candidaturas independientes, financiamiento público, paridad de género, prevención de delitos electorales, integración de consejos distritales y municipales, información general de la próxima jornada electoral del primero de julio, entre otros temas de interés.

Se realizaron 21 entrevistas con periodistas que integran medios de comunicación de radio, televisión, prensa y medios digitales, siendo éstas atendidas por Consejeras y Consejeros de este instituto, y de las cuales se logró la difusión de temas planteados en la estrategia de comunicación.

En cuanto a diseño gráfico se realizaron 390 infografías con información relevante del proceso electoral que fueron circuladas en redes sociales; también se realizaron 220 diseños diversos para la difusión de actividades, estas piezas son lonas, dípticos, folletos, manuales, constancias, y reconocimientos.

De la gestión en redes sociales, se publicaron los diversos contenidos mencionados anteriormente, así como la información proveniente de las coberturas; un total 1,066 publicaciones en las redes sociales Facebook y Twitter.

A partir de ello en Facebook, el número de vistas incrementó de 116,345 en septiembre de 2017 a 127,958 al cierre de enero de 2018. El número de personas que siguen la página de Facebook pasó de 8,969 en septiembre de 2017 a 9,678 en febrero de 2018, esto significa un incremento de 141 personas seguidoras por mes.

En la plataforma social Twitter, el número de vistas pasó de 214,000 en septiembre de 2017, a 423,000 al cierre de enero de 2018. En cuanto a las personas seguidoras pasó de 10,267 en septiembre de 2017 a 10,929 en febrero de 2018.

## **2. Campañas de comunicación**

Respecto de las campañas de comunicación, y en el marco de la Estrategia, la Comisión elaboró con la Unidad Técnica de Comunicación Social la campaña informativa que se compone de materiales gráficos a través de infografías informativas y de los spots de radio y de televisión “Elecciones 2018” que se pautaron a partir del 4 de enero de 2018 y se transmiten en español, mixteco, zapoteco y mixe.

Por otra parte, se realizó la campaña para promover la observación electoral que actualmente consta de 36 piezas gráficas (infografías) y de 3 spots de radio y televisión en 4 variantes, mismos que actualmente están en fase de producción.

Adicionalmente a la Estrategia de comunicación, se realizó la campaña para promover e informar sobre las candidaturas independientes que consta de 46 piezas gráficas y la campaña para integrar los consejos distritales y municipales de la que se desprendieron spots de radio y televisión en sus versiones español, zapoteco, mixteco y mixe.

Actualmente, la Comisión trabaja con la Unidad en la elaboración de los guiones de radio y televisión de las campañas restantes planteadas en la Estrategia de Comunicación del Proceso Electoral Ordinario 2017-2018.