

ACTA DE LA CUARTA SESIÓN ORDINARIA DE LA COMISIÓN DE CAPACITACIÓN ELECTORAL Y EDUCACIÓN CÍVICA DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL, CELEBRADA EN LAS SALAS 1 Y 2 DE CONSEJEROS ELECTORALES.

El viernes 13 de diciembre de 2019, en las Salas 1 y 2 de Consejeros Electorales ubicada en la planta baja del edificio "A" del Instituto Nacional Electoral, se reunieron las y los integrantes de la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica para celebrar la Cuarta Sesión Ordinaria de acuerdo con el siguiente orden del día:

Aprobación del orden del día.

- 1. Presentación y, en su caso, aprobación de las actas de la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica correspondientes a la 3ª Sesión Ordinaria, celebrada el 26 de agosto, 4ª Sesión Extraordinaria, celebrada el 2 de septiembre de 2019 y 5ª Sesión Extraordinaria, celebrada el 25 de septiembre de 2019.**
- 2. Informe sobre el seguimiento de acuerdos de la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica.**
- 3. Presentación del Informe sobre los resultados obtenidos de los proyectos ganadores del Programa Nacional de Impulso a la Participación Política de Mujeres a través de Organizaciones de la Sociedad Civil en su edición 2018.**
- 4. Presentación y, en su caso, aprobación del Proyecto de Acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral por el que se aprueba el Plan Anual de Implementación de la ENCCIVICA 2020.**
- 5. Presentación de la Guía de actuación para presentaciones ante público infantil y juvenil.**
- 6. Presentación del Segundo informe sobre el seguimiento a la instrumentación de la Estrategia de Difusión 2019 (mayo-noviembre).**
- 7. Presentación de la Evaluación de la Estrategia de Difusión 2019.**
- 8. Presentación del Estudio sobre la Calidad de la Capacitación del Proceso Electoral 2017-2018.**
- 9. Presentación del Análisis del impacto de la aplicación de la ruta de visita en la integración aleatoria del listado de personas aptas. (Proceso Electoral Federal 2017-2018).**
- 10. Asuntos Generales.**

A la reunión asistieron el Consejero Electoral y Presidente de la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica, Dr. Benito Nacif Hernández; el Consejero

Electoral e integrante de la Comisión, Lic. Enrique Andrade González; el Consejero Electoral e integrante de la Comisión, Dr. Ciro Murayama Rendón; la Consejera Electoral e integrante de la Comisión, Lic. Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles; el Consejero Electoral Dr. José Roberto Ruiz Saldaña, así como el Secretario Técnico y Director Ejecutivo de Capacitación Electoral y Educación Cívica, el Mtro. Roberto Heycher Cardiel Soto.

También estuvo presente por parte de las representaciones del Poder Legislativo:

El C. David Olivo, del Partido Acción Nacional.

Asimismo, estuvieron presentes por parte de las representaciones de los partidos políticos:

El C. Álvaro Malváez, del Partido Acción Nacional.

El C. Sergio Iván Quirarte A., del Partido Revolucionario Institucional.

La C. Paola Rojas Valverde, del Partido de la Revolución Democrática.

La C. Anayeli Peña Piña, del Partido Verde Ecologista de México.

El C. Jesús Estrada Ruíz, del Partido del Trabajo.

El C. Rubén Darío Hernández Fong, de Movimiento Ciudadano.

El C. Iván Mata S., de Morena.

El Consejero Electoral Benito Nacif dio la bienvenida a la Cuarta Sesión Ordinaria de la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica del Instituto Nacional Electoral. Agradeció a las representaciones de los partidos políticos, a la consejera Pamela San Martín y el consejero Ciro Murayama; además, la presencia del consejero Ruiz Saldaña y al Secretario Técnico, al maestro Roberto Heycher Cardiel Soto.

Indicó que se encontraban presentes tres de los cinco integrantes de la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica, por lo que declaraba la existencia de *quorum* legal para sesionar y pasar rápidamente a la aprobación del orden del día y realizó una propuesta para la modificación del orden del día.

Dicha modificación se refería al punto relacionado con el análisis del impacto, es decir, a un informe realizado de la aplicación de la ruta de visita en la integración aleatoria del listado de personas aptas, debido a que requiere un poco más de explicación. Y para ese propósito, sería conveniente tener una reunión de trabajo. Por lo tanto, propuso que se bajara ese punto del orden del día.

De la misma manera, el informe del Estudio de la Calidad de la Capacitación en el Proceso Electoral 2017-2018, los cuales solicitó se les diera tratamiento en una reunión de trabajo y considerarlos para la siguiente sesión de la Comisión de Capacitación.

Por lo que, con esas dos propuestas de modificación, puso a consideración el proyecto de orden del día.

El Representante del PT: Agradeció el uso de la palabra y brindó un saludo a todos los presentes. Comento que su representación proponía que el punto número 4, referente a la presentación y, en su caso, aprobación del proyecto de acuerdo donde se aprueba el Plan Anual, se colocará después del punto 7 del orden del día, correspondiente a la presentación de evaluación de estrategia de difusión. Indicó que le parecía que formaba parte de los principales asuntos de la reunión. Por lo tanto, comentó que ahí en esos otros dos puntos, en el 6 y 7 actuales, se podían dar a conocer datos e informes que son fundamentales y que, en buena medida, pueden ayudar al proyecto.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Agradeció la participación del Representante del PT y de acuerdo a la propuesta, indicó que el punto 4 se convertía en el nuevo punto 7, por lo tanto dicho punto ahora sería el punto 6 del orden del día, debido a que los puntos se recorrerían.

Indicó que según sus cálculos sería el punto 6, sin embargo, se discutiría después de la presentación del segundo informe de seguimiento de la instrumentación de la estrategia de difusión 2019.

Anotó que él tenía claro el orden de los puntos del día y cuestionó al Representante si para él estaba claro.

Finalmente, al no recibir más propuestas de modificación solicitó al Secretario tomar la votación correspondiente.

Hizo una pausa para dar la bienvenida al consejero Enrique Andrade, quien se incorporaba a la sesión.

El Consejero Electoral Ciro Murayama: Agradeció el uso de la palabra y comento que él no tiene resistencia para que se pospongan los asuntos. Sin embargo, recalco que no le parece una buena práctica que se pospongan y, sobre todo, cuando la causa sea solo porque se pide una reunión, cuando se tiene el antecedente de que ya hubo reuniones.

Pidió que los estudios se presenten en los términos que están, ya que una reunión de trabajo no puede modificar las conclusiones de un estudio estadísticos, indicó que los datos duros ahí están.

Agregó que, si se requiere tener otro enfoque metodológico, este puede hacerse perfectamente, pero para eso se debe presentar y se discutir y con base en lo anterior, se puede construir una ruta, citó un ejemplo, mencionó que si él tiene sugerencias de estudios adicionales en el caso concreto del análisis del impacto de la aplicación de la ruta de visita, que además es un estudio que celebra que se haya hecho y reconoce la pertinencia, y según su punto de vista está bien metodológicamente.

Solicitó que pudieran ser un poco más consistentes, es decir, que si se agenda algo se lleve a cabo, comentó que entiende que los documentos se distribuyeron a tiempo, que

cada persona se preparó para la sesión y sin mayor explicación se retiraron los asuntos, lo cual, no le parece que sea la mejor de las prácticas.

Indicó que por institucionalidad cuando se suben asuntos, sobre todo tratándose de informes que se quieren dar a conocer, los puntos hay que mantenerlos.

Finalmente apunto que no haría una litis, pero recalcó que es de la idea que cuando se convoque a una Comisión y en su caso particular, se trabaje en la revisión de los puntos del orden del día, se tome en cuenta que también hay trabajo de los demás, porque simplemente esto quiere decir que posponen y vuelven a asuntos que el esperaba dejar resueltos o perfilar una ruta de análisis ulteriores, sin embargo, quedan interrumpidos y se van acumulando hacia adelante los trabajos, puntualizó que simplemente es un asunto de orden.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Agradeció al Consejero Murayama y comentó que esta modificación la visualiza más como una pausa para reflexionar sobre los estudios, sus conclusiones, Consideró que se pueden traer los documentos que se circularon para esta sesión a la siguiente sesión, indicó que es la práctica usual. Sin embargo, comentó que si surge un engrose que sea necesario plantearlo a la Comisión como resultado de una revisión adicional, también tendría que presentarse, lo que enriquecería la discusión.

Finalmente, agradeció la comprensión de todos y preguntó si había alguna otra observación.

La Consejera Electoral Alejandra Pamela San Martín: Agradeció el uso de la palabra. Refirió que sin duda cuando son convocados a una Comisión y se suben puntos, todos preparan los puntos, sin embargo, señaló que hay informes que tienen una trascendencia y que tienen un análisis alrededor que le parece que vale la pena tratar en reuniones de trabajo, porque sí hay una gran diferencia entre la formalidad que se tiene en una Comisión y la formalidad que se tiene en una reunión de trabajo, se pide que la reunión de trabajo y se planteaba, fuera con los mismos integrantes de la Comisión, consejeras, consejeros, etcétera. Indicó que no tiene ninguna objeción en que se lleve en esos términos la reunión de trabajo, porque el propósito no es patear el balón, el propósito es que puedan analizar cuáles son los resultados que se están teniendo, cómo están observando esas variables.

Reconoció que sí se llevó a cabo una reunión de trabajo, para realizar la presentación, esto ocurrió un día o dos, después de que se circuló un documento de 300 hojas, por lo tanto, señaló que difícilmente había una preparación, comentó que el propósito de la reunión por parte del área era presentar el por qué, cómo y para qué había hecho el estudio como presentación, lo cual, le pareció muy válido, sin embargo, no se prestaba para una discusión, en lo cual le parece que hay una gran diferencia.

Por lo anterior, comentó que agradece la propuesta que genera el Consejero Presidente de la Comisión, porque refiere que ayudará a hacer un análisis más completo de los distintos asuntos y de las implicaciones que tienen en distintos puntos para que se

presente el mismo documento, es decir, la información con la que se cuenta no va a cambiar, podrá cambiar la forma en que se van analizando los elementos, y se tomaran en cuanto a la conclusión correspondiente, pero estos se discutirán en Comisión, porque es donde finalmente se terminarán presentando, es decir, es la aprobación informal que tienen los informes será en la Comisión. Por lo que recalco que agradece la propuesta del Consejero Presidente.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Comentó que, si no había otra observación, se sometiera a votación la propuesta de orden del día con los ajustes planteados.

El Mtro. Roberto Heycher Cardiel: Consultó a las y los integrantes de la Comisión si era de aprobarse el proyecto de orden del día, con las modificaciones propuestas por la Presidencia y por la representación del Partido del Trabajo, mismo que fue aprobado por unanimidad.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Indicó que pasarían al primer punto del orden del día y comentó que al llegar a la parte final, preguntaría si alguien deseaba incorporar temas en asuntos generales, dado que se trataba de una sesión ordinaria, podrían hacerlo al llegar al punto 10 del orden del día, por lo que les solicitó reflexionar acerca de algún asunto general que desearan plantear a la Comisión.

Comentó que pasarían a la presentación y, en su caso, aprobación de actas de la Comisión, correspondientes a la Tercera Sesión celebrada el pasado 26 de agosto, a la Cuarta Sesión Extraordinaria celebrada el pasado 2 de septiembre, y a la Quinta Sesión Extraordinaria celebrada el pasado 25 de septiembre, de las cuales estaban a consideración los integrantes todos los documentos. Preguntó si había alguna observación, al no haber comentarios, le pidió al Secretario que tomará la votación respectiva.

El Mtro. Roberto Heycher Cardiel: Indicó que recibieron observaciones de la oficina de la Consejera Pamela San Martín, las cuales fueron consideradas y atendidas, por lo tanto, puso a consideración de los integrantes y pidió que en caso de aprobarse las actas correspondientes listadas en el punto 1 del orden del día, lo manifestaran levantando la mano. Informó que se aprobó por unanimidad.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Continuó con el siguiente punto del orden del día, el cual correspondía al informe sobre el seguimiento de acuerdos de esta Comisión, por lo que le dio la palabra al Mtro. Roberto Heycher Cardiel Soto.

El Mtro. Roberto Heycher Cardiel: Puntualizó que se recibieron observaciones de la oficina de la Consejera Claudia Zavala, respecto al punto listado como seguimiento al acuerdo 8, correspondiente a la propuesta del sistema de pre-registro o pre-solicitud de aspirantes a supervisores y Capacitadores Asistentes Electorales, puesto que entró en operación el pasado 25 de noviembre, y se realizó la corrección en la redacción; le indicó al Consejero Presidente de la comisión que estaba a su consideración.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Preguntó si había algún comentario por parte de los Integrantes de la Comisión, debido a que no se obtuvo ninguna observación, dio por recibido ese seguimiento de acuerdos, el informe sobre el seguimiento de acuerdos, y solicitó pasar al siguiente punto del orden del día, el cual correspondía a la presentación del informe sobre los resultados obtenidos de los proyectos ganadores del Programa Nacional de Impulso a la Participación Política de las Mujeres, a través de organizaciones de la sociedad civil, en su edición 2018.

Solicitó al Secretario, dar cuenta del punto del orden del día.

El Mtro. Roberto Heycher Cardiel: Comentó que en el marco de la Estrategia Nacional de Cultura Cívica 2017-2023, el Programa Nacional de Impulso a la Participación Política de las Mujeres, a través de organizaciones de la sociedad civil, en su edición 2018, tuvo como objetivo el de impulsar la igualdad sustantiva y contribuir a la eliminación de brechas de género, a través del apoyo a proyectos operados por organizaciones de la sociedad civil, que promuevan la incidencia ciudadana en el espacio público y contribuyan a la construcción de una democracia paritaria.

El informe que se presentó ante los integrantes de la Comisión, dio cuenta de 46 proyectos que fueron implementados bajo las modalidades de construcción y fortalecimiento de capacidades de las organizaciones de la sociedad civil, contando con un grupo focal de 489 personas participantes, apoyo a proyectos de OSC para impulsar el liderazgo político de las mujeres que contó con 28 proyectos; apoyo a las organizaciones de la sociedad civil para la investigación, acompañamiento jurídico y generación de conocimiento en materia de prevención de actos de violencia política en razón de género, 13 proyectos; apoyo a proyectos de continuidad de las organizaciones de la sociedad civil cinco proyectos.

En la convocatoria para el programa 2018, por primera vez se convocó a organizaciones que trabajan con población infantil y juvenil, se incorporó una temática sobre nuevas masculinidades, y se abrió un espacio a la inclusión de personas con discapacidades de la diversidad sexual, y también de la comunidad afrodescendiente.

Los proyectos se implementaron en 22 entidades federativas, concentrándose el mayor número de proyectos en los estados de Puebla, Oaxaca, Estado de México, Ciudad de México, Hidalgo y Veracruz.

En cuanto a la cobertura de población atendida, la mayor participación se identificó en el grupo etario en un rango de 18 a 36 años, en donde participaron un total de 9 mil 807 personas, de las cuales 7 mil 471, el 76 por ciento son mujeres, y 2 mil 336, 24 por ciento son hombres.

De la población total participante, 40 mil 39 se identificó con algún grupo étnico.

Con el objetivo de sistematizar los resultados del programa 2018 y el seguimiento al 2019, se realizó la firma de convenio también con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en junio de 2019.

Indicó que un caso de éxito como ejemplo de estos programas, es la Organización Hagamos Algo - Asociación para el Desarrollo Integral de Grupos Vulnerables con Perspectiva de Género A. C., cuyo proyecto fue titulado: “Acciones legales eficaces contra la violencia política”, se instrumentó en todo el estado de Veracruz.

La iniciativa del proyecto: “Causal de nulidad de elección por violencia política de género”, fue aprobada por la mayoría de la legislatura del estado el pasado 5 de noviembre de 2019, lo que significó ya una acción de incidencia directa por parte de las organizaciones de la sociedad civil.

Finalmente, comentó al Consejero presidente que estaba a su consideración el informe, el cual contiene muchos más datos de los que mencionó.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Agradeció la intervención del Secretario y preguntó si había algún comentario por parte de los Integrantes de la Comisión, cedió la palabra al Consejero Ciro Murayama Rendón.

El Consejero Electoral Ciro Murayama: Comentó que celebra la presentación de ese informe, mencionó que hace algunas semanas o meses, en el marco de la discusión presupuestal hubo quien llegó a cuestionar la pertinencia de estos proyectos de que el INE canalizara recursos, y le parece que incluso se dudaba de la probidad de algunas organizaciones.

Recalcó que celebra que esto les demuestre que no había base para ello, es decir, que las organizaciones son genuinas, que están haciendo el trabajo, que hay resultados exitosos, que además se trata de una política ya con continuidad, que no fue flor de un día, sino que ya empieza a conformar una estrategia institucional.

Consideró que es uno de los temas más delicados que existe, que es el garantizar que el género no dé lugar a exclusión, a arbitrariedad política, y que deben en el futuro, así lo consideran incluso para 2020, y se está haciendo en 2019, seguir con esta ruta que tiende puentes con organizaciones de la sociedad civil, y que permite que los valores de la democracia se estén extendiendo a partir de la apropiación de distintos colectivos de mujeres, en particular indicó que celebra que se ponga énfasis en algunos de estos proyectos en las mujeres indígenas, que son las más vulnerables, como se ha visto en distintas regiones del país al ejercicio de sus derechos político-electorales, e incluso a gobernar, habiendo hasta ganado elecciones una y otra vez nos surgen estos casos.

Hizo el recordatorio que, en Chiapas, cuando empezaron estas muy sospechosas renunciaciones de mujeres que fueron electas en los distintos ayuntamientos. Y esta estrategia le parece justamente, reconoce un problema, toma cartas en el asunto y, además, tiende redes, lazos con organizaciones preocupadas por el tema, es muy pertinente.

Para finalizar solicitó dos cosas: La primera, que puedan encontrar la manera de darle mayor visibilidad a este trabajo. Mencionó que en esa sesión quedaba en un informe,

pero cuestionó el por qué no invitar a las responsables de estos proyectos a algún foro en el cual muestren qué es lo que hicieron, con fotografías y videos, resaltando su experiencia, qué dificultades encontraron, qué acciones les resultaron las más pertinentes.

La segunda petición que propuso fue que además de hacerlo visible y conocer la experiencia directa, que esto pueda tener efecto en dos ámbitos:

Primero, en los proyectos de la propia ENCCÍVICA, es decir, de qué manera se pueden nutrir de lo que las organizaciones de la sociedad civil que trabajan con mujeres, la idea es que se pueda replicar institucionalmente, con la finalidad de que no solo quede como una tarea que se hizo una vez un año o en una región o en una zona del país, sino que se pueda incorporar tanto en los proyectos de la ENCCÍVICA y, eventualmente, en las tareas que dentro y fuera de la ENCCÍVICA realizan las juntas, por ejemplo, en materia de educación cívica. Es decir, que se puedan apropiar, en el buen sentido de la palabra, de las buenas experiencias que se están haciendo y que la actuación institucional se vea robustecida con eso.

Por lo tanto, enfatizó en darle mayor visibilidad, conocer más las buenas experiencias y ver cómo se pueden incorporar en la acción institucional.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Cedió la palabra al Consejero Electoral José Roberto Ruiz Saldaña.

El Consejero Electoral José Roberto Ruiz Saldaña: Agradeció el uso de la palabra, saludo a las y los integrantes de la Comisión. Inició su participación comentando que piensa que en realidad no se tiene diferencia entre el consejero Murayama y el, porque el Consejero Murayama ha expresado que valdría mucho la pena que las organizaciones presenten lo que han hecho y lo que en realidad harán, porque el proyecto de ahorita está corriendo.

Pidió disculpas y reconoció que estaba confundido, porque se reunieron con ellas el lunes pasado y comentó que se llevaría a cabo un tercer taller para esas organizaciones próximamente.

Mencionó que el tema es que se puedan rendir más cuentas de estos recursos. Eso fue lo que el pedido y sigue creyendo en ello.

Indicó que hay un buen esquema, se ha avanzado mucho como institución para hacer esta convocatoria, incluso han ido mejorando, en el sentido que ya se puede ofrecer recursos para continuidad de proyectos.

Resaltó que existe una serie de organizaciones que están muy pendientes para presentar este tipo de proyectos, es decir, hay un camino recorrido. Sin embargo, no se tiene un esquema en el que, por lo menos aleatoriamente, se vaya revisando el buen ejercicio de este recurso otorgado.

Recalcó que no presupone que haya mal uso. Lo que quiere decir es que sería responsabilidad del Instituto, por lo tanto, se debe generar algún esquema mayor para constatar la correcta canalización de estos recursos.

Y a partir de la experiencia de la revisión de los proyectos, porque ha sido jurado, si no se equivoca, mencionó que, como tres veces, y sí ha visto muchos miembros del jurado que hay veces que se pide demasiado para hacer determinado proyecto. Y tan es así que en la parte de la deliberación del jurado ha sido pedir que los ajusten, y lo ajustan precisamente.

Señaló que la institución no debiera dejar sin supervisión el monto que solicitan las OSC para sus proyectos y la aplicación de los recursos recibidos. Por lo que considera necesario contar con un esquema que permita dar seguimiento a las estructuras de dichos proyectos y éste seguimiento se efectúe desde áreas centrales sin que este procedimiento resulte desgastante.

En suma, indicó que celebra que se siga avanzando con estos informes, que varias organizaciones sigan acudiendo a la convocatoria.

Y simplemente, aprovechó para subrayar lo que en aquella ocasión dijo y hoy lo reitera.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Agradece la intervención, y preguntó si alguien deseaba hacer uso de la palabra.

El Mtro. Roberto Heycher Cardiel: Comentó que como lo había dicho el consejero José Roberto, efectivamente los proyectos se enlazan, 2019 ha estado ya en curso, 2018 ya concluyó, estos son los resultados del 2018.

Indicó que le parece que, uno de los más acabados mecanismos ya de verificación de estos proyectos.

Ya en estas ediciones tanto las juntas locales a través de los vocales de capacitación, el área de educación cívica de oficinas centrales y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, son tres instancias verificadoras.

Resaltó que en muchas ocasiones se revisan con rigor justamente los proyectos, porque justamente por eso es recurso público y hay que darle certidumbre y transparencia al buen uso de ello.

Pero la verdad es que las organizaciones han demostrado es que con ese recurso que se invierte por parte del Estado se han generado grandes avances en terreno de cerrar las brechas entre mujeres y hombres.

Indicó que se puede llegar, incluso, a construir, con la propuesta que hace el consejero Murayama, un catálogo de buenas prácticas que puedan poner a disposición, no solamente de la estructura del INE, sino también de otras instancias que a través de la sociedad civil promueven justamente la igualdad entre mujeres y hombres, porque a lo

largo de este tiempo hemos generado una interacción con más de 400 organizaciones de la sociedad civil, ya es la décima edición de este concurso, es decir, ya hay un conocimiento institucional que nos ha permitido a la vez de rendir cuentas en torno al uso de recursos, también ir maximizando los resultados que producen los mismos concursos.

También otra cosa que han hecho es que le han apostado a la formación de las organizaciones, cada vez se tienen más organizaciones inscritas en estos espacios que a través de organismos educativos u organismos especializados, como el PNUD podemos darles más herramientas a las organizaciones.

Por lo tanto, comentó que se tomaba nota de lo que se había comentado para proceder a desarrollar las propuestas que han hecho.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Cedió la palabra al Consejero José Roberto Ruíz Saldaña.

El Consejero Electoral José Roberto Ruiz: Mencionó que, de forma muy breve, solicito a Dirección Ejecutiva ahorita, Secretaría Técnica, comparta los mecanismos de verificación a los que hizo alusión o mencionó, porque en las convocatorias no se han apreciado.

Indicó que valdría mucho la pena conocerlos, indicó que no duda que les bajen instrucciones a los vocales para verificar estos proyectos, pero no han pasado por esa Comisión ni tampoco se han enviado individualmente a las oficinas.

Por lo tanto, recalcó que valdría mucho la pena conocerlos.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Señaló que tomaba nota de tres compromisos, las dos propuestas que formuló el consejero Murayama y la de circular entre los integrantes de la Comisión un apartado específico sobre mecanismos de verificación respecto al uso de los recursos que se otorgan a las organizaciones de la sociedad civil que participan en este programa. Consideró que las iniciativas que pusieron sobre la mesa, enriquecen el seguimiento que da la Comisión y el impacto que tiene este programa hacia afuera del INE.

El Consejero Electoral José Roberto Ruiz: Solicitó al Presidente de la Comisión que que no solo a los miembros de la Comisión, que también a él lo consideraran.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Indicó que estaba de acuerdo y se circularía a todos los integrantes del Consejo General.

Señaló que, con estos acuerdos, daban por recibido el informe, y pasaban al siguiente punto del orden del día, el cual se refería a la presentación de la Guía de actuación para presentaciones ante público infantil y juvenil.

El Mtro. Roberto Heycher Cardiel: Comentó que esa Guía, justamente, ya había sido presentada ante esta Comisión, la consejera Claudia Zavala, había hecho un conjunto, ha acompañado, de hecho, en la formulación, la simplificación de la Guía, que tiene por objeto servir, justamente, como una hoja de ruta respecto a aquellas actividades, aquella, incluso actitud frente, que se tiene que tener frente al público infantil cuando participemos en presentaciones o en actividades de este Instituto que involucre a las niñas, niños y adolescentes.

Es, en realidad, una hoja de ruta muy sencilla, que pretende dar, justamente, estas líneas generales de actuación para, sobre todo, para privilegiar el ejercicio de los derechos de niñas, niños y adolescentes.

Indicó que se recibieron observaciones, de la oficina del consejero José Roberto Ruiz Saldaña, de la consejera Claudia Zavala, y de la consejera Pamela San Martín, estas últimas fueron circuladas en forma impresa, hace unos momentos, y básicamente han sido atendidas todas las inquietudes relativas a esto.

Por lo tanto, comentó que en este caso se da por cumplida la ruta trazada en la propia Comisión.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Agradeció la intervención y pregunto si había observaciones, al no haber intervenciones, comento que daba por recibida la guía, ya que esta no debía aprobarse.

Indicó que se procediera con el siguiente punto del orden del día, el cual correspondía al segundo informe sobre el seguimiento a la instrumentación de la Estrategia de Difusión 2019 (mayo-noviembre).

El Mtro. Roberto Heycher Cardiel: Indicó que como recordarán, la Estrategia Nacional de Difusión es el instrumento que los guía en la implementación de las actividades en materia de difusión que, básicamente, se concentran en la elaboración y el pautado de los spots de radio y televisión que genera el propio Instituto.

Y en este caso, la presentación de este informe se da en cumplimiento a lo establecido en el Programa Anual de Trabajo de la Comisión, y tiene por finalidad, ofrecer un balance general, en términos cuantitativos, sobre el cumplimiento de las actividades de difusión establecidas en la Estrategia Nacional 2019 de los meses de marzo a noviembre.

Estas campañas son permanentes y son tres campañas: Promoción de la Participación Ciudadana en Procesos Electorales, que cuenta con la subcampaña de procesos electorales federal y locales; fortalecimiento de la cultura cívica que cuenta con dos subcampañas, construcción de ciudadanía y Registro Federal de Electores; y valor institucional que cuenta con una subcampaña, lo que han logrado.

En este año, y debido a la asunción de la Elección Extraordinaria de Puebla, se realizó una estrategia de difusión específica, la cual contó con sus respectivas subcampañas.

Resaltó que era importante comentarles que ese informe da cuenta del avance cuantitativo únicamente, de la cantidad de spots que se han programado, cuántos se han difundido y en cada uno de los medios que componen el plan de mercadeo de la propia estrategia.

Se dirigió al señor Presidente en funciones y le mencionó que básicamente era la información que contenía el.

El Consejero Electoral Enrique Andrade: Ofreció un saludo a todas y todos y preguntó si había alguna intervención en el punto mencionado.

La Consejera Electoral Alejandra Pamela San Martín: Agradeció el uso de la palabra y comentó que le parecía que era importante que fueran teniendo estos informes de seguimiento a la instrumentación de la estrategia de difusión, consideró que es algo que es positivo en cuanto a la instrumentación de la estrategia de difusión, que es algo que es positivo en cuanto a poder ir viendo cómo se va pudiendo tener incidencia o no se va pudiendo tener incidencia en lo que se va realizando.

Por lo tanto, ella llamaría a la reflexión sobre el enfoque que se está teniendo en esos informes que se presentan, porque es un poco un informe en el que se dice: “yo pensaba hacer A, e hice B, hice más de lo iba a hacer”, o “hice menos de lo que iba a hacer, y si hice menos fue por esto, si hice más fue porque fue una gran maravilla que logré hacer, digamos, tener un impacto mayor, o sea, en cuanto a las actividades realizadas”.

Cuestionó, ¿cuál es el detalle con esto?, consideró que en este punto es lo que le parece que tendrían que estar fortaleciendo en estos informes, indicó que cuando se habla de estrategia de difusión, en particular en procesos electorales, y se ve con una claridad importante, hay campañas muy concretas que implican una actuación muy específica, “ve y actualizar tu credencial”, “ve y recoge tu credencial”, “porfa, ábrele la puerta al CAE”, “ve y participa en la elección”.

Mencionó que son mensajes que tienen un objetivo, un propósito muy específico, muy concreto, y que además se tienen cifras para medirlo, es decir, no solamente es “pues yo les dije que fueran a actualizar su credencial, no sé si la actualizaron”, “yo les dije que fueran a recoger su credencial, a saber, si la recogieron”, “yo les dije que le abrieran la puerta al CAE, a saber, si me hicieron caso”.

Indicó que se tienen datos en el Registro Federal de Electores que pueden decir, cómo se comportó donde se tuvo la difusión de estos mensajes respecto de la actualización de la credencial en los distintos momentos que tienen que ver las campañas, y se tienen datos que pueden decir: “¿sabes qué?, parece ser que fue una campaña eficaz, o que no fue una campaña eficaz”, contra dato duro, se abrió la puerta.

No es porque el efecto lo vayan a tener solo por la campaña de difusión, pero se puede ir viendo la incidencia que va teniendo sobre conductas muy específicas. Cuando

tenemos una campaña que tiene que ver con, la cultura democrática en general, pues cuál es el indicador, está medio difícil, pero aparte comentó que no considera que una campaña lo va a lograr, pero estas campañas en concreto, o sea, algunas de las campañas que se tienen en proceso electoral sí tienen un objetivo muy particular, están llamando a que se actúe de cierta forma.

Consideró que se puede pensar que lo que acababa de decir, lo de la participación, sí tiene muchísimos otros factores, tan es así que ha pedido que se realice un estudio sobre lo que, es decir, cuáles son los factores que inciden, en que se han tenido los niveles de participación tan grandes en las elecciones del año, se disculpó y corrigió, tan bajos, de la elección del año pasado, de las elecciones de este año.

Afirmó que hay otro conjunto de subcampañas que sí tienen un impacto directo, en particular son muy claras las del Registro Federal de Electores, entonces, piensa que valdría la pena analizar si se puede tener datos de los propios, archivos, para ver si se está logrando el objetivo o no, si se tuvo la misma campaña en la última elección, y se tuvieron cifras muy similares.

Mencionó que no es que sea unifactorial y que porque la gente sí fue a actualizar fue porque la campaña fue buena, y si la gente no fue a actualizar, es porque la campaña fue mala, es decir, no es binaria, pero considera que sí permite poder saber, “a ver, ¿sabes qué?, este año le pusimos muchas ganas a tratar de lograr que sí se actualizarán credenciales porque teníamos este contexto en particular”.

Indicó que lo que se pudo observar es que fue eficaz, no es que todo se le deba a la campaña de difusión, pero el conjunto de acciones sí fueron eficaces, y esta parte es algo que podría enriquecer más los informes en este sentido, buscar qué dato duro también se puede aprovechar de la propia información, la generada como institución, y que por supuesto que puede tener una relación, recalcó que bajo la lógica, de que no estaba pretendiendo que se afirme nunca el que hay una correlación de causa, efecto, buena campaña de difusión, buen resultado; mala campaña de difusión, mal resultado.

Sin embargo, si se estaba pensando que no hay ninguna relación, entonces cuestionó: ¿para qué se hace una campaña de difusión? Claramente, dijo, se piensa que pueden incidir al menos en una parte y por eso es una inversión de recursos.

Finalmente expresó que se podría, enfatizando que no buscaba que el informe se regresará o modificara, solo pidió que cuando se elaboren este tipo de informes, se debe buscar los elementos para fortalecerlo.

El Consejero Electoral Enrique Andrade: Cuestionó si existía alguna otra intervención. Cedió la palabra al consejero José Roberto Ruiz Saldaña.

El Consejero Electoral José Roberto Ruiz: Indicó que su participación sería muy breve, solo quería subrayar que tenía la impresión que estos informes de evaluación de la estrategia de difusión hacen más énfasis en radio y televisión y a su parecer la difusión es mucho más amplia y a través de muchos medios, por lo tanto, le pidió al

Secretario Técnico que le indicará si estaba en lo correcto, por lo anterior sugirió que en los sucesivos informes, trate de hacerse más amplio el espectro de lo que se evalúa, redes y entiende que hay una estrategia también en lugares fijos, marquesinas, etcétera. Por lo tanto, hacia esa retroalimentación.

En segundo punto, precisó que se trata de generar un diálogo con quien ha estado haciendo estos estudios, con la finalidad de invitarlos a que traten de ver si la metodología sigue siendo la correcta, en el sentido que quizá ya valga la pena mediante otras metodologías pues hacer estas evaluaciones.

Puntualizó que tenía la impresión que los informes eran muy repetitivos en lo que se ha ido detectando en esas evaluaciones.

Finalmente, indicó que sirve ser consistentes con qué se evalúa para poder hacer comparaciones históricas. Pero en este caso consideró que se puede replantear a la institución que realiza el estudio de evaluación, la pertinencia, que ellos mismos se cuestionen si valdría la pena cambiar un poco la metodología o el espectro de lo que se tenga que evaluar.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Agradeció la participación del consejero Ruiz Saldaña y cedió la palabra a la representación del PT.

El Representante del PT: Agradeció el uso de la palabra y comentó que por parte de la representación del PT se da cuenta del segundo informe de seguimiento, consideraron que es amplio, estaba bien hecho, desde su punto de vista, sin embargo, consideraron que no era suficiente. Le faltaba alguna puntualidad en algunas cosas, pero consideraban que era muy pertinente.

Indicó que el objetivo, no sabían si se cumplió o no, es decir, comentó que en el informe se hablaba de un objetivo, pero no se daba cuenta puntual si se cumplió o no se cumplió.

Mostró que en el informe se dice que es un seguimiento de avance de las campañas institucionales. Sin embargo, insistió que no se sabe si este tan llevado y traído, trató de contar las veces que se utiliza la palabra estrategia y, sin embargo, indicó que el Partido del Trabajo no terminaba de entender cuál es la definición que maneja el área, en torno a lo que es una estrategia.

Por lo tanto, mencionó que si no saben cómo definen la estrategia, no logran comprender de manera clara si la estrategia sirvió, si funcionó, si se cumplió, qué objetivos se cumplieron, qué objetivos no. Y si dejó esto satisfechas a quiénes, pues a las audiencias.

Finalmente, dijo que se habla en el informe de medios tradicionales, pero no se define cuáles medios tradicionales. Consideró que hay que medio “adivinarle”, que él pensaba que se trataba de radio, televisión, medios impresos. Pero al ver el informe, se da cuenta que la que prensa, por ejemplo, está fuera, por lo tanto, solicita definir qué

medios tradicionales se utilizaron, porque medio tradicional es hasta la palabra directa, decir cuáles son los medios tradicionales.

Mencionó que dentro de estos espacios de comunicación en los que se indica que el Instituto, tiene el objetivo de colocar mensajes que promuevan los principios rectores del mismo instituto y los ejes estratégicos, y de nuevo repiten, de la Estrategia Nacional de Cultura Cívica.

Cuestionó: “¿Se cumplió o no se cumplió?”

Insistió, que se trataba de un reporte muy pormenorizado, pero hacía falta un balance de decir si estos subtemas, temas y subtemas fueron los originalmente planteados, si alguno se modificó o no se modificó; pero más allá de eso se da cuenta muy puntual de material por material y se habla de 2 mil 616 impactos, de 1 mil 363 impactos, de 6 mil 450 impactos, pero no se dice impactos en cada estación de radio y televisión del país, nada más en algunos cuantos, fue en algunos estados, porque comentó que los han estado rastreando, han estado rastreando los 4 millones 760 mil 960 spots que el Instituto ha operado en este año, de los cuales en el informe se mencionan algunos.

Sin embargo, comentó que quisieran saber de estos 4 millones 760 mil 960 si tienen algo que ver con estos impactos, insistió, son 836 impactos, 592 impactos, pero no se dice dónde, ni si es de radio, si es de tele o de qué se trata, indicó que entienden que algunos son de radio por la clave que se le pone ahí.

Por otro lado, le comentó al Consejero Presidente, que hay algo que les genera un poco de “ruido”, particularmente en la página 20 que a la letra dice: “En este informe se reportan la producción y difusión de un spot de radio sobre la integración de nuevos partidos políticos en atención, etcétera”.

Sin embargo, en la ejecución del periodo enero-noviembre se reportaron en la ejecución tres de televisión, cuando solo se menciona que se realizó solamente un spot de radio.

Indicó que lo entenderían al revés si fuera de tele, pues se puede hacer de radio, cuestionó: “¿pero al revés?”, especuló que quizás se trataba de una nueva técnica que desconocían.

Mencionó que lo mismo se habla de otro programa ejecutado donde dice informe de producción y difusión de spot, señaló en el documento el párrafo al que se refería, uno de radio y dos de tele, pero ahí indica que fue un spot de tele. Entonces, señaló que a la hora de hacer las cuentas tuvieron confusión.

Por lo tanto, consideró que este punto en particular, recomendaba muy atentamente que fuera revisado, porque si no se realizaba dicha revisión, creaba dudas en la información.

En otra ejecución, mencionó que se dice ejecución del período y ponen radio, tv, inserciones, digital, cartel, manta, barda, perifoneo y alternativos.

Por lo tanto, cuestionó: ¿Cuáles son los tradicionales?.

Leyó unas líneas del informe que a la letra dice: “Siguiendo las recomendaciones hechas por la UNAM en la evaluación de las campañas institucionales 2018”, comentó que entonces se corrigieron algunos materiales, cuestionó: ¿qué materiales, qué contenido fue el que se modificó?, ¿cómo fue que se decidió hacer modificaciones?, indicó que ellos dan seguimiento puntal al tema de los spots y vieron los mismos.

Por lo tanto, solicitó que le indiquen cuáles fueron los spots que se modificaron y qué partes de este maravilloso informe que presentó la UNAM fueron los que se modificaron.

Indicó que se privilegió la difusión en medios tradicionales en una primera etapa, cuestionó; ¿cuál etapa?, ¿Eso forma parte de la estrategia?, ¿cuál etapa de la estrategia?, ¿cuál etapa?, ¿funcionó o no funcionó?.

Comentó que se habla que se realizaron ocho spots en lenguas indígenas, huichol, mixteco, zapoteco, pero no se da cuenta de que si la temática fue la misma o no fue la misma, cómo se hizo, en qué emisoras, con qué periodicidad estos spots, en idiomas indígenas, dice: “tres spots de radio y tres de televisión fueron reediciones de materiales”, los dan aquí, “10 inserciones de periódicos locales, 26 materiales digitales, 27 mantas, etcétera”, pero dos fueron reediciones, es decir, se tomaron de unos que ya existían.

Finalmente, indicó que por el tiempo de su intervención, ya no comentaba más, sin embargo solicitaba al Consejero Presidente, que emitieran una respuesta a la representación del PT, sobre los comentarios que acababan de plantear. Agradeció el uso de la palabra.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Preguntó si alguien más deseaba hacer uso de la palabra y cedió la palabra al Lic. Rodrigo Bengochea Villegas, Director de Difusión y Campañas Institucionales.

El Director de Difusión y Campañas Institucionales: Comentó que en función de los comentarios del consejero Ruiz Saldaña, en las tablas del informe se da cuenta de la información de los posteos en redes sociales e impresos, indicó que quizás no con el nivel de desglose que se esperaba, sin embargo, lo revisarán. Indicó que una de las observaciones de la oficina del Consejero Ciro Murayama, fue la solicitud de un anexo donde se diera cuenta, de manera pormenorizada, de la información de redes sociales. Por lo tanto, ese es uno de los engroses que estarían haciendo, reiteró, la información pormenorizada de redes sociales.

Por otro lado, indicó que en cuanto a lo que comenta el Partido del Trabajo, la estrategia, esta cuestión que surgió comúnmente en su intervención, la estrategia es un documento que se presenta, la estrategia de difusión es un documento que se presenta una vez al año por la Dirección Ejecutiva de Capacitación, entonces, lo que da cuenta

este informe es de lo que se planteó en términos cuantitativos en la estrategia, y un estado del arte a la fecha, del número cuantitativo, del número de spots y de inserciones que se han hecho hasta el momento.

Entonces, comentó que se podría decir que la estrategia es ése documento, cuando se referieren a la estrategia, hacen alusión a ese documento, recalcó que si se cumplió el objetivo, pues, precisamente el cumplimiento del objetivo en este informe en particular, se evalúa en términos cuantitativos, también en el documento se da cuenta, al final cuando se hacen las conclusiones de cada una de las campañas.

Puso como ejemplo, la campaña de Promoción de la Participación Ciudadana en Procesos Electorales, indicó que se planeó para 2019 un total de 40 piezas de comunicación, sin embargo, al sumar lo generado de enero a noviembre se contabilizan un total de 291 piezas de comunicación, es decir, en esta parte estaban haciendo el balance en términos cuantitativos de lo que se planteó en la estrategia que se presentó y se aprobó aquí en la Comisión, y lo que se hizo a lo largo del año.

Después, en cuestión de otros puntos que comentó el Representante del PT, por ejemplo, el Registro Nacional de Proveedores, en la página 16, señaló que se da cuenta de que el Registro Nacional de Proveedores, es decir, esa temática se atendió con un spot de radio, ahí se da cuenta del número de los impactos de la fecha en la que estuvo pautado, que ese sigue vigente, y también del tipo de trabajo que se hizo para difundir la temática en redes sociales.

Otro de los puntos que comentaba, tenía que ver con la integración de nuevos partidos políticos, ahí también se da cuenta de que se atendió con un spot de radio, el nombre o el código con el que fue pautado el spot, el número de impactos, el periodo de la pauta, y también del tipo de trabajo que se hizo con esa temática en redes sociales, ahí decimos “se hizo un posteo, y se atendió con cinco banners el número de impresiones, de visitas y de clicks que se realizaron”. Finalmente pregunto si con la explicación se atendían las inquietudes planteadas.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Reforzó el comentario final e indicó que precisamente hay una del Partido del Trabajo.

El Representante del PT: Cuestionó al Consejero Presidente, si su comentario era una pregunta. Saludo a los presentes e hizo alusión a que como aquel programa de Pedro Ferriz, el de los 64 mil pesos, si tuviera usted que, ¿cómo define usted en pocas palabras qué es una estrategia?, indicó que ese era su cuestionamiento y requería una respuesta concreta, sencilla, precisa, concisa y maciza, respecto a ¿qué es una estrategia?, porque, mencionó que ahí se habla de estrategia, estrategia, estrategia, y se le habla de un documento, el documento forma parte de la estrategia, pero ¿qué entendemos por estrategia?, para ponerla en práctica.

Porque, indicó que en una reunión anterior, la estrategia en cualquier tipo de batalla, ya sea política o militar, la estrategia sirve para ganar la guerra, y la táctica sirve para no perderla.

Por lo tanto, insistió en que empezaran por ver qué se entiende por estrategia, para saber si ésta se cumplió o no se cumplió con base en una táctica, porque si no, entonces, pues estaban adivinando. Ahora bien, con respecto al otro punto, indicó que no se respondió a sus inquietudes.

El Consejero Electoral Benito Nacif: cedió la palabra al Lic. Rodrigo Bengochea Villegas, Director de Difusión y Campañas Institucionales.

El Director de Difusión y Campañas Institucionales: Insistió en que cuando se hablaba de estrategia en el documento, siempre es haciendo referencia a ese documento que se aprueba una vez al año en esta Comisión, que se llama, estrategia de difusión.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Preguntó si alguien más desea hacer uso de la palabra en esa ronda y si consideraban necesario abrir una ronda adicional.

Mencionó que recogería algunas cosas que había planteado la representación del PT, en primer lugar, agradeció la lectura cuidadosa del documento.

Indicó que hay algunas cosas que aparecen en el informe y que verían a continuación, y que esperaba también la reacción de la representación del PT, mencionó que afortunadamente los acompaña el equipo de la UNAM, que es el encargado de hacer la evaluación de la estrategia de difusión, pero indicó que recogía algunas propuestas como, por ejemplo, definir con precisión a qué se refieren cuando hablan de medios tradicionales. Consideró que eso se puede impactar muy claramente en el documento.

En segundo punto, aclaró que en todo momento cuándo se están refiriendo a radio, y cuándo se están refiriendo a televisión, al momento de cuantificar el número de spots difundidos como parte de esta estrategia.

Finalmente en tercer punto, indicó que hay una serie de inconsistencias que detectó la representación del PT en su lectura, por lo tanto, solicitaría que las hicieran llegar para poder hacer la revisión, y corregir el documento si es necesario.

Mencionó que escuchó que también pedía mayor información sobre los spots en lenguas indígenas, que es una parte muy importante de la estrategia de difusión del Instituto. Por lo tanto, solicitó, sumándose a la petición del Partido del Trabajo, que hubiera mayor desagregación, mayor análisis sobre estos spots, cómo se está atendiendo a este público tan importante de nuestra estrategia de capacitación. Indicó que es lo que recoge de la intervención del PT.

El Representante del PT: Indicó que con esos comentarios se quedaba y que solamente aclaraba que la representación del PT acompañaba el informe, el cual, puede ser aún más perfectible. Recalcó que no se refieren a que todo esté mal, sino estas cosas que recogió el Consejero Presidente y es correcto avanzar simplemente en

localizar esos más de 4 millones de spots que tiene reportado el Instituto y por ahí se podría avanzar.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Indicó que con esta revisión, el propondría que sea un acuerdo de la Comisión y tendrían que llevar el informe al Consejo General, daban por recibido el informe, se harían los cambios y se circularía nuevamente entre los integrantes de la comisión nada más para verificar que hayan ocurrido.

Comentó que se estaba en condiciones de pasar al siguiente punto del orden del día, el cual correspondía a la presentación de la evaluación de la estrategia de difusión 2019.

Mencionó que se encontraba presente el equipo de la UNAM que realizó la evaluación y que harán la presentación del documento de manera breve.

El Mtro. Roberto Heycher Cardiel: Indicó que brevemente solo quería comentarles que se presentará justamente esta estrategia.

Resaltó que era muy importante comentar que al documento se le hicieron precisiones, que también tiene que ver con ajustar una gráfica relativa al cumplimiento general de atributos que ahí explicaría el propio equipo de la Universidad.

Comentó que para realizar la presentación de la evaluación se encontraba la doctora Adriana Reynaga Morales, la cual es coordinadora del Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación de la UNAM y que asistía en representación del Maestro Arturo Sánchez López, Secretario General de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

De igual forma, indicó que se encontraba presente el Doctor Felipe de la O López, quien es Coordinador Operativo de la Evaluación y Análisis de Spot, también de la propia Universidad Nacional Autónoma de México.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Agradeció la introducción y cedió la palabra a la dra. Adriana Reynaga Morales.

La Dra. Adriana Reynaga Morales: Agradeció el uso de la palabra y saludo a los Integrantes de la Comisión.

Comenzó su intervención indicando que a nombre de la Universidad, presentaría en primer lugar el objetivo de la evaluación.

Indicó que el objetibo en realidad trata de medir a través de técnicas cuantitativas y cualitativas los spots que se llevaron a cabo en el periodo electoral local 2018-2019, para evaluar la pertinencia, efectividad y recordación de los spots.

Los objetivos específicos, como bien se había mencionado anteriormente, se trataba, primero que nada, de conocer el impacto de los mensajes difundidos y tratar de determinar qué fortalezas y qué debilidades tienen estos mensajes.

También entender un poco cuál es la empatía que siente la ciudadanía hacia estos mensajes que son difundidos y hacia la forma en la que se están presentando.

Y, por supuesto, generar algunos indicadores sobre el alcance, el potencial y la penetración que tienen spots de radio y televisión.

Comentó que le daría la palabra al Doctor Felipe de la O, para que les explicara la metodología con la que se llevó a cabo y el análisis de resultados del spot y de los índices a través de los cuales se valoran.

El Dr. Felipe de la O: Saludo a todos los presentes y comentó que con gran gusto, pero particularmente con humildad, respeto y afecto se dirigía a todos en representación de la doctora Angélica Cuéllar, Directora de la Facultad.

Indicó que ese día era el último día laborable en la Universidad, por lo tanto, aseguró que tanto la doctora Cuellar, como el maestro Chávez hubieran querido estar en la sesión, como otras veces había ocurrido, comentó que esta era la cuarta vez que el Instituto había depositado la confianza en su Universidad para realizar este tipo de estudio.

Resaltó el esfuerzo de poco menos de 60 universitarios que colaboraron en este estudio amén de la doctora Adriana que los ha guiado, comentó que se encontraba presente el maestro Jesús Isaac, quien es el responsable de análisis cuantitativo, Jesús Isaac Flores y la licenciada Sofía Ramírez que coordinó el equipo cualitativo en Puebla y en Ciudad de México.

Indicó que en términos generales, también reconocía la fluidez en la comunicación del equipo encabezado por el Maestro Roberto y del Licenciado Rodrigo y de todo su equipo, que a lo largo del año habían interactuado para definir esta metodología que ha tenido algunas variaciones, este año hicieron en la parte cuantitativa un estudio de 1 mil 400 casos válidos para definir un cuestionario específico para los estados que no tuvieron elección, y son 600 de estos, de otros 600 para estados que tuvieron elección y sobremuestramos el estado de Puebla con otros 200 casos.

De forma, comentó que se tenían tres bases de datos de estados con elección, de estados sin elección en el estado de Puebla, y que se revisaron diferentes spots que fueron proporcionados por el equipo del INE

De forma muy general los principales hallazgos son que existe, indicó que quería irse a los principales atributos, que estaban utilizando una metodología propia de la Universidad mediante un análisis de componentes principales, pero en el exploratorio de datos lo que hacían es verificar ciertos elementos o atributos que pueden ser atribuibles a cualquier spot o esfuerzo de comunicación, esencialmente enfocados al tema de comunicación y claridad.

Comentó que esos son los datos de si fue claro, dio información útil o motivó a participar, le dio información verdadera, aburrido, creativo de información, innovador, motivó a votar y se identifica con personajes del video.

Resaltó que en este caso en estados sin elección se analizaron cuatro spots, ¿qué significa analizar cuatro spots? Que en una tableta, salvo en algunos casos que por motivos de seguridad se utilizaron teléfonos en algunas entidades, comentó que esencialmente por motivos de seguridad del encuestador, para que no le robaran la tableta y no poner en riesgo al encuestador, indicó que el cuestionario se realizó cara a cara y se mostró el spot para garantizar que lo que se le pregunta sobre el spot, es específicamente sobre el spot, en este caso primero se hace una serie de preguntas que el cuestionario, el cual considera que lo tienen todos los integrantes de la mesa.

Indicó que después, conforme se iban presentando los spots, se hacen algunas preguntas, y lo primero que se pregunta es a partir del objetivo del spot que proporcione el Instituto si se cumple o no ese objetivo y después estos atributos.

En este sentido, con una clasificación de cuatro posibles respuestas qué tanto es, muy importante es que nosotros, este es el de estados sin elección, pensamos que se logran el cumplimiento de todos estos, es decir, el dos que ven ahí es si no se hubiese logrado, y todos y cada uno de los atributos en estos estados que no tuvieron elección se logran muy por encima del dos, algunos, incluso, por encima del tres.

Comentó y pidió disculpas por la tabla que no se podía visualizar con tanta facilidad, pero que se encontraba en el documento y mencionó que las bases de datos estaban en poder del instituto, de forma tal que se pudieran volver a hacer ese tipo de análisis.

Mencionó que por cuestión de tiempo, solo nombraría uno de cómo se ve, ¿cuál fue el mensaje si se cumple o no el objetivo? En este caso más del 96 de los respondientes confirman que se cumple el objetivo y después la distribución. Indicó que la información estaba en color rojo, que en realidad es una cosa buena porque es “sí fue aburrido”, ¿no?, entonces, queremos que no digan que es aburrido, ¿no?, por eso están cambiados los colores, pero en realidad no es una cosa mala, porque luego resalta así, visualmente.

Continuó comentando que esto es en los estados con elección, otra vez, solo en algunas, que “fue aburrido” es una cosa buena, este es el de compra y coacción, que es el spot que proporcione el Instituto, alguno de los spot, también 98 por ciento de cumplimiento del objetivo, aunque aquí hay algunas variaciones, no muy distintas a los anteriores, en el de estados con elección, si les parece igual, este es el caso de Puebla, en donde presentamos cuatro spots, el de valor del voto, el de vota el 2 de junio, compra y coacción, y fortalecimiento de la confianza en las elecciones, sí hay distribuciones no exactos, pero casi siempre por arriba del dos.

Indicó que cómo se ve cada uno de análisis, es decir, y finalmente, evaluaron mediante un índice de análisis de componentes principales, que es una técnica estadística que

busca encontrar las correlaciones más importantes para con el menor número de elementos, poder dar una mayor explicación.

Se contruyó, como en anteriores años, un índice de claridad y un índice de comunicación o claridad, y de utilidad, es decir, si les pareció útil, este está construido en una escala que va de cero a cuatro, valores posibles, otra vez, si no se hubiese obtenido un resultado satisfactorio estarían por debajo del dos.

Indicó que este índice es útil para evaluar cualquier spot, pero que se atrevería a comentar que en cosas que han hecho para temas no institucionales, estos índices suelen estar muy por debajo, incluso, del uno, a veces, lo ven mal los publicistas, pero no es el caso aquí, mencionó que estaban por el dos.

Comentó que el primero que se podía observar es comunicación y el segundo de utilidad, y todos y cada uno en estados sin elecciones están por arriba del dos, es muy inusual tener algo arriba del 3.5, pero en términos generales este es el resultado.

Después, con estos dos índices, indicó que hacían un índice general de evaluación de la campaña, qué entendiéndolos por campaña, cuando suma, les preguntaron al final, como podían observar en el cuestionario, todos estos spots que has visto corresponden a un esfuerzo llamado "campaña de comunicación", en este caso, que no incluye muchas otras acciones porque no está en el cuestionario, pero tratando de pedirle al encuestado que dé su punto de vista, sí, cómo lo evalúan, esto es para cada uno de estos spots, en lista general, indicó que era muy importante esa parte, que estaban partiendo, no es, el eje de las, solo por temas de visualización, aquí está empieza en el seis, pero solo para ver porque si no quedarían muy parecidos, es importante arriba del .5, entonces estos son los valores.

Comentó que la percepción general de la campaña en estados sin elección, el índice les da un valor de .64. En estados con elecciones durante el 2019, igual todos por arriba del dos, los tres spots que evaluaron los índices igual por arriba del .5, y la evaluación de la campaña de estados con elección igual arriba del .5 con valor de .65. Estos son los spots que evaluaron.

Indicó que para el caso de Puebla, igual, todos por arriba del dos, e igual en Puebla un índice de .74 con los spots que les dieron, comentó que las bases de datos son muy grandes, en el sentido de información que pueden proporcionar, el equipo del INE les insistió mucho en pedirles que cada vez más con menos recurso, cosa que han hecho con mucho gusto y mucho esfuerzo.

Resaltó que estos dos elementos dentro del análisis exploratorio, el altísimo porcentaje que cuando les preguntaron confianza en instituciones obtiene el instituto, particularmente en un año en que no todos tuvieron proceso electoral, el Instituto es la institución con más confianza.

Finalmente, las conclusiones y recomendaciones de manera rápida, indica que las personas requieren más información, particularmente de carácter procesal, es decir,

dónde votar, cómo votar, requisitos de votar, lo que más les interesa tener de información son los procesos de credencialización, digamos, a nivel operativo, que es una de las cosas que más se les reconoce al Instituto; quieren más información sobre temas de fiscalización, y sobre temas de propuestas de los partidos, aunque eso no necesariamente le toca al Instituto.

Mencionó que ahí tenían las recomendaciones generales que podrían ahondar, y por cuestión de tiempo se reiteraban a las órdenes, indicó que reiteraba que los objetivos, o sea, si solo puede decir tres conclusiones generales son: los objetivos de los spots se logran si la confianza del Instituto es extraordinariamente alta; y tres, que existe un deseo de más información en dos grandes rubros, que son los procesales, y los que tienen que ver con información durante los procesos electorales.

Agradeció el uso de la palabra.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Indicó que después de la presentación, podían pasar al análisis y discusión. Por lo que preguntó si alguien quería hacer uso de la palabra.

El Representante del PT: Indicó que lo presentado se les había mandado para revisarlo, cuestionó: “¿para qué lo mandaron?”.

Comentó que hablaría con seriedad y arumentó que el Partido del Trabajo, también saludaba con humildad, respeto y afecto a la UNAM; Indicó que el INE sobre todo, en el Comité de Radio y Televisión tiene experiencia del trabajo con la Facultad de Ciencias Políticas, y siempre ha sido un trabajo muy bien hecho, y debían reconocerlo.

Comente que ese informe igualmente no tiene desperdicio, es muy completo, solo que parece que observaron algunas cosas de manera diferente.

Indicó que el documento decía textual: “Principales hallazgos. La mayoría de los mexicanos, es decir, el 48 por ciento, están satisfechos con la democracia”. Por lo que mencionó que quería decir que el 52 no está satisfecho con la democracia.

Mencionó que otro dato muy revelador, es la TV abierta, ya que es la principal fuente de información sobre las cosas que pasan en el país, y las redes que más se siguen pues es el Facebook, y que la tele abierta es el mecanismo principal por medio del cual se recibe la información.

Mencionó que esto no se debía perder de vista, porque en su percepción, pareciera que las redes sociales son el principal medio de información, y todavía no lo han logrado.

Indicó que el 67 por ciento está interesado en las propuestas de los candidatos y que le parecía un dato interesante. 44 por ciento dijo haber votado porque era un deber cívico, 44 por ciento.

En tanto el no tener credencial, 15 por ciento, que es la principal causa de no haber votado, es decir, comentó que les acababan de decir el compañero de la UNAM que esta campaña va enfocada principalmente al tema de la credencialización cuando es una de las preocupaciones principales de las gentes a las que les preguntaron.

Indicó que el resultado que comentaría, le daba pie a decir la frase "llévame diosito", ya que decía que el "dos por ciento manifestaron votar, porque vieron anuncios de TV; radio, 24, innecesaria para tener un voto informado, 24 por ciento para tener un voto informado".

Por lo tanto, indicó que el informe que les presentaba la UNAM, insistió, no tiene desperdicio, debe de ser retomado por las áreas que se dedican a hacer. Mencionó que no quería hablar de la educación cívica, sino de las áreas que se dedican a hacer los spots, porque, estuvieron averiguando, acudieron a Comunicación Social y les indicaron, mencionó que estuvieron con el consejero Ruiz Saldaña, y les dijeron que aquí; fueron a Prerrogativas, y les dijeron que aquí.

Consideró que si alguien debería de estar sentado en esa mesa, es la empresa que hizo los spots, porque si no, pues entonces de qué sirve el informe, para que se entere qué es lo que tiene que hacer en el futuro, y digo en el futuro porque hace unos días los vieron en la explanada, grabando un nuevo spot.

Mencionó que por cierto, el imaginaba que eso debía tener un costo, no sabían cuál, pero con mucha gente, un equipo que ya lo quisiera Obama para sus spots.

Entonces, ellos creían que ahí debió de estar, porque por los resultados del informe, él no coincidía con que haya sido una campaña tan exitosa.

Indicó, ir a votar, actualidad de la credencial de elector es el rubro mayor, pero reponer la credencial el que le sigue delitos electorales, el que le sigue importancia del INE, el que le sigue y al final contamos con todas. Es decir, el mensaje, el lema tan importante se va relegado hasta un último lugar.

Comentó que les preocupó un poco que en las gráficas, incluso indicó que ahí se presentó una liga.

Cuestionó: ¿Para usted cuál es el mensaje del video? Y comentó que la aclaración que recibieron fue: "Sí, se menciona el objetivo del spot definido por la agencia y el INE", por lo tanto cuestionó nuevamente: ¿Cuál agencia? ¿Cuál INE?.

Indicó que para el quiere decir que antes de hacerle las preguntas, cuestionó: ¿les dijeron cuál era el objetivo?. Porque de otra manera, eso le hacía desconfiar, porque si ya sabían cuál era el objetivo antes de verlo, al final dirían que está bien.

Mencionó que cuando decía que debieran estar ahí sentadas las personas que hicieron los spots, es porque en estos tres rubros donde se da, el mayor porcentaje es en qué le pareció el spot, es mucho, algo, poco o nada. Y la mayoría se va en algo, en algo, casi

llega a la mitad y en unos rubros a la mitad, es decir, a la mitad, solo la mitad le motivó ir a votar. Comentó que ahí había algo importante que resaltar, debido a que le dio información útil, igual, la mitad dice que algo. En el caso de que si fue aburrido, ahí se va al extremo que decían de alerta, les pareció aburrido, más allá de que si era malo o muy bueno.

Indicó que volvía al punto, señaló que habría que pasar esto al área respectiva para que lo tome en cuenta a la hora de elaborar los spots. Porque si no, entonces, para qué se manda hacer. Porque considera que estos tienen un costo o es labor social, si tiene un costo, si lo tiene que pagar el INE y más ahora que hay pocos recursos, habría que sacarle el mayor jugo.

Indicó que les llamó la atención que en procesos electorales, en entidades con procesos electorales, 34 por ciento dijeron estar satisfechos con la democracia; 51 dijo no estar satisfecho. Mencionó que él se pondría con los pelos de punta.

Resaltó que el 54 por ciento recurren a la TV abierta, se vuelve a reiterar. La tele abierta es el medio de comunicación por excelencia para este tema y solo el 25 sobre el Facebook, el 88 por ciento de los encuestados, reconocieron la organización de las elecciones como muy buena por parte del INE. La institución sale muy bien librada, porque fue lo que quedó en el ánimo de las personas. La institución sale muy bien librada, más allá de los partidos políticos y de los mensajes.

Sin embargo, el 40 por ciento recuerda haber visto o escuchado un mensaje del INE, nada más el 40 por ciento. Por lo tanto, el mensaje no funcionó aquí y en China. Y son datos de ustedes, no los retomo de otro lado.

Indicó que entonces, si el 40 por ciento recordó los spots anteriores, a los nuevos hay que buscar otra fórmula, porque entonces no están funcionando. Señaló que existen áreas de oportunidad, según comentario de la UNAM, en lograr que los spots motiven a votar y dar mensajes claros.

Indicó que les hubiera gustado conocer su opinión, cuáles son esas áreas de oportunidad, pues tendrán ahí medio dilucidarlas.

Indicó que se le había terminado el tiempo y si ya no querían una rimerá ronda, hasta ahí dejaba su participación.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Preguntó si había alguna otra intervención, antes de otorgarle de nueva cuenta la palabra al representante del PT.

Cedió la palabra al Consejero Murayama.

El Consejero Electoral Ciro Murayama: Agradeció el uso de la palabra, indicó que él se refería a lo del respeto por presionar al expositor. Consideró que era innecesario. Llevaba 11 minutos, es gente de la universidad que viene con mucha seriedad a presentar los hallazgos de su trabajo y no solo habría que decir que lo recibieron con

respeto, sino demostrarlo, mencionó que él no interrumpió nunca su uso de la palabra, señor representante.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Agradeció la palabra del Consejero Murayama y le preguntó si había concluido su intervención.

El Conejero Electoral Ciro Murayama: Indicó que apenas la iba a iniciar con una serie de reflexiones, porque, reslató que las reflexiones si son muy bienvenidas, lo único que l comentaba, es que aunque ellos tengan un trato a veces muy relajado por la confianza que da el conocernos desde hace tiempo cuando se tienen invitados hay que ser muy atentos.

Por lo tanto, dio la bienvenida al equipo de la UNAM y mencionó que el estudio les estaba demostrando en general un balance satisfactorio, pero es oportuno tomar en cuenta cómo lo que no sale tan bien puede mejorar nuestro trabajo, porque ese es el objetivo.

Indicó que le llamaba la atención que el spot menos valorado sea el de la votación del 2 de junio en Puebla, mencionó que este año se tuvo una participación electoral en general muy baja. Mencionó que eso hace conexión con el hallazgo de que la satisfacción con la democracia disminuye en las entidades con proceso electoral, es algo muy llamativo.

Comentó que eso quiere decir que puede ser posible que algunos procesos electorales si bien son el momento cívico donde la gente ejerce su derecho al voto, que el proceso electoral en su conjunto no esté resultando satisfactorio para la ciudadanía, es decir, que se pierda aprecio ahí donde se va a votar, pues algo nos está diciendo del tipo de percepción que hay sobre la contienda política en marcha.

Consideró que deberían de reflexionar todos, autoridad y partidos acerca de cómo se está actuando en los procesos electorales para que cuando la gente tiene delante a los partidos con más cercanía, con más spots, con más presencia en radio y televisión, quizás sería bueno que los propios partidos hicieran estos ejercicios acerca de sus spots y acerca de sus posicionamientos, porque la polarización es una sustancia corrosiva de la vida democrática, como se ha visto en distintos lugares del mundo, puede no solo generar distancia a un actor político en particular, sino a la democracia misma, es decir, si lo que se tiene es una serie de ataques sin cuartel en donde el otro es el portador de todos los males y él de todas las virtudes y se encona el discurso, pues eso puede deteriorar la confianza en la democracia como ese ecosistema donde la pluralidad se reproduce y coexiste.

Pero es una hipótesis acerca de por qué el aprecio a la democracia cae ahí donde hay elecciones, habrá que darle seguimiento.

Comentó que hay datos duros que a él lo llaman, bueno lo duro que puede ser (inaudible) de una encuesta de opinión que señala en efecto, como el propio, el representante del PT subrayaba, la importancia que sigue teniendo la televisión abierta

en la formación de la opinión pública, incluso, se le llama medio tradicional y se da una preponderancia de las redes, que creo que puede ser una preponderancia de quienes participan en las propias redes y en lo que se llama la opinión publicada; pero la población abierta sigue prestando mucha atención a la televisión y no debemos descuidar nuestro esfuerzo en la calidad de los anuncios ahí.

Mencionó que él consideraba que el tema de la fiscalización, es en donde menos se valora el trabajo institucional, dijo que habría que discutir si de ahí lo que se concluye es que hagamos spots sobre fiscalización, consideró que es una percepción de que la relación entre dinero y política, en general, genera problemas.

Sin embargo, lo que tenían que enfatizar, es el ejercicio de derechos, y le parece natural y encomiable, y que bueno, que el principal elemento de identidad y de cercanía entre el Instituto y la población sea, precisamente, la credencial y las tareas de credencialización y la identidad, de hecho, pues, buena parte de los anuncios que siguen al aire tienen que ver con eso, hay que continuar, hay que darle continuidad a la importancia del padrón.

Indicó que no le parecía que fuera un fracaso el que el 24 por ciento recuerde la frase “contamos todas, contamos todos”, porque es un eslogan nuevecito, y ya si la cuarta parte lo recuerda, pues ahí va, por cierto, que en su momento se hicieron estudios para ver cuál era el mejor, si apenas tiene un par de años, a diferencia de la credencialización que va para 30, y ya lo identifica el 24 por ciento. Su valoración no es tan negativa.

Finalmente mencionó que sería deseable saber si tenían alguna hipótesis o explicación acerca de por qué, por ejemplo, el spot éste que sale el menos valorado de la elección el 2 de junio en Puebla, le fue así, ya dijeron que así le fue, si tienen alguna hipótesis para, en efecto, como se sugiere mejorar esos materiales, es decir, todos tienen una buena calificación pero hay unos que están mejor que otros, cuáles son las diferencias cualitativas que nos pueden llevar a tomar mejores decisiones a través de la firma que lo hace, porque productores nosotros no somos, directamente.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Agradeció al consejero Murayama y cedió la palabra al Consejero Andrade.

El Consejero Electoral Enrique Andrade: Agradeció el uso de la palabra y el informe, el estudio, y de igual forma agradeció la presencia de las autoridades que los acompañaban, académicas de la Universidad Nacional Autónoma de México, mencionó que eso era muy interesante, las conclusiones a las que se llegan, pero que también surgen muchas preguntas, que la verdad es que aprovechando la presencia, a él le gustaría ver si hay posibilidad de que les platicaran un poquito más de cómo se lograron estas conclusiones, se hizo el estudio.

Mencionó que entendía que se hizo encuesta cara a cara en entidades con proceso y en entidades sin proceso, con el cuestionario que tenían, pero, si le llamaban la atención algunas de las conclusiones, como la satisfacción con la democracia, que la

verdad es que es más alta en este resultado que en otros que conocemos en el Instituto, como el Latinobarómetro, o las encuestas que han salido últimamente de GEA-ISA, en fin, no, es un dato distinto, que por otro lado es mucho más optimista, dijo que el que tenían en otros indicadores, tanto en lo que se refiere a satisfacción con la democracia, como en lo que se refiere a la confianza en el Instituto Nacional Electoral, este la verdad es que les levanta el ánimo, pero sí quería saber un poco cómo a qué lo atribuyen, si fue porque estaban en el proceso, o porque había esta campaña intensa de spots, o por qué, porque ahorita ven como que hubiera una caída, justamente, en los dos indicadores, tanto en la satisfacción con la democracia como en la confianza en el Instituto...

Indicó que otra de las cuestiones que también quisiera aprovechar, si es que hay posibilidad de que lo comentaran, le llama la atención la conclusión de que primero la ciudadanía cree más en la información de la televisión abierta, que en lo que ve en las redes sociales.

Comentó que una de las conclusiones dice que lo que se ve en las redes sociales aparentemente es menos creíble que lo que se ve en la televisión, esto le interesaría ver cómo se logra esta conclusión.

Indicó que había también una frase que no entendió, mucho de las conclusiones, que si los spots en general no logran poca identificación con la ciudadanía, ahí entiende que es o no logran identificación con la ciudadanía, o sí la logran, ahí no entendió esa conclusión, es la penúltima conclusión del estudio.

Finalmente, en las recomendaciones, dijo que viene también la recomendación de enlazar los esfuerzos de comunicación masiva con lo que se da también en la difusión en redes sociales, y recomiendan que se hagan o como historias de testigos ciudadanos que estén, me imagino, que diciendo cuál es su experiencia con relación al proceso electoral.

Solicitó que también ahí, si pudiera haber algún comentario, consideró que es algo muy útil que se logre, que se haga esta recomendación, él coincide que sería muy bueno hacerla, pero para entender un poquito más y poderlo transmitir en su momento a la casa productora.

Agradeció el uso de la palabra.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Agradeció la participación del Consejero Andrade y cedió la palabra al Representante del PRD.

El Representante del PRD: Saludo a los interantes de la Comisión y solo mencionó que quería preguntar a los expertos de la universidad ¿cuál fue el rango de edad de los ciudadanos que fueron entrevistados para sacar la encuesta?.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Mencionó que estaban en condiciones de devolverles la palabra a los invitados de la Facultad de Ciencias Políticas y Ciencias

Sociales de la UNAM, para responder a las preguntas que habían sido planteadas por los integrantes de la Comisión.

La Dra. Adriana Reynaga Morales: Agradeció al Presidente de la Comisión, comentó que si le permitían, daría la respuesta general a algunas de sus inquietudes y particularidades que están relacionadas con el diseño del cuestionario, y con la aplicación del mismo, le cedería la palabra al Doctor.

Comentó que si en algunos de los casos no tenían más del 50 por ciento como una respuesta puntual, no quiere decir que, la mayoría, lo que pasa es que no son preguntas dicotómicas, es decir, no son respuestas que solamente tengan dos atribuciones, sino que al tener más, puede dispersarse la opinión.

Argumentó que aunque no llegue a hacer más del 50 por ciento, tienen, efectivamente, una mayoría, si lo comparaban con toda la respuesta.

Indicó que otra cosa importante es en relación a los objetivos que plantea el Instituto al pedirle a la producción, y esto se ve reflejado en los spots, ya sea en los mensajes finales, en el cierre del mensaje o en el llamado a la acción, y ahí está el objetivo más o menos preciso, no es que se haya dado a conocer.

Mencionó que una cuestión importante tiene que ver con los rasgos deseables de la comunicación institucional, que fueron evaluados tanto a la comunicación, y otros, los procedimentales o los de utilidad, es decir, cómo la gente entiende que estos mensajes pues les están ayudando a tomar una decisión, y esos son los rasgos de utilidad.

Por lo tanto, estos rasgos sí son, pueden ser evaluados a través del spot solamente, y en relación a los medios tradicionales y los medios digitales, efectivamente, sí, por características centrales de la comunicación y por las propias, pues bueno, características de los medios, la interacción por ejemplo, la interacción es muchísimo menos dinámica entre el receptor y el emisor del mensaje en televisión que como podría ser en redes sociodigitales, se dispersa muchísimo la atención en este sentido, y por eso tenemos diferencias sustanciales.

Indicó que una de las recomendaciones que estaban haciendo es, efectivamente, dar continuidad a esta predominancia de la televisión con narrativas a través de redes sociales, que además van a permitir mejorar mucho la identificación de la ciudadanía con las personas que narran estas historias.

Mencionó que consideraban que esto mejoraría un poco la confianza, es una de las recomendaciones que estamos haciendo.

Finalmente, indicó que las respuestas del diseño las daría el Doctor De la O.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Indicó que continuarían con las respuestas a las preguntas de carácter técnico y cedió la palabra al Dr. Felipe de la O.

El Dr. Felipe de la O: Afirmó que en todo momento se encuestaron a personas mayores de 18 años, en lo que preguntaban, de 18 años o más, cara a cara y en domicilio. Mencionó que de igual forma, los participantes de grupos de enfoque son mayores de 18 años.

Indicó que iría con un poco más de rapidez con lo que comentaba el representante del PT, mencionó que todos los spots tienen un objetivo específico que se les comparten en unas carpetas en función de lo que se ha realizado.

Durante el proceso de levantamiento lo que se hace es, primero, se les pone el spot y después se pregunta cuál es el mensaje. Si ese mensaje que les dicen que lo entienden o cómo lo que les dice el encuestado, traen ahí a la mano el objetivo. Y el encuestador sabe si lo que se entiende, corresponde al cumplimiento del objetivo.

De forma tal que no se le da el objetivo del spot al encuestado, sino se verifica si lo que se entiende logra el cumplimiento del objetivo. Eso es muy importante.

Prosiguió, luego, 40 por ciento que no recuerda haber visto un mensaje, bueno, él diría que más bien es extraordinariamente alto.

La mayoría de los comunicadores o los expertos en comunicación dicen que la recordación de un spot dura difícilmente más de dos semanas o un mensaje o un jingle.

En estos casos la mayoría de los spots se dan a lo largo del año y se encuesta al final del año.

Entonces, que el 40 por ciento lo recuerde, es extraordinariamente alto para cualquier campaña de comunicación. Casi nunca recordamos slogans, mensajes o spots específicos, solo que hayan sido extraordinariamente innovadores, disruptivos y muchas veces no se recuerdan por el objetivo del spot. Los spots más famosos no necesariamente tienen que ver por eso.

Sobre el tema de satisfacción de la democracia, mencionó que si están conscientes, lo verificaron varias veces en la base de datos. Pero hay un proceso durante los últimos 18 meses que la gente ha valorado más la satisfacción con la democracia.

En el 2018 y en el 2019 ha habido, previamente México venía hacia abajo y ahora está como hacia arriba. Y las hipótesis o las explicaciones posibles pueden ser muchas, pero esencialmente le parece que es resultado de esfuerzos complejos, es decir, coordinados que van de la mano a buscar el cumplimiento de dar certeza a los procesos electorales y cumplir con los valores de equidad y todo esto que ustedes muy bien hacen en este proceso y no es un factor específico.

Es decir, no hay un factor que explique únicamente por qué estás a favor o en contra.

Sobre el tema de la televisión, sí, en efecto, comentó que si le permitían, más que distinguir entre medios tradicionales y medios nuevos o digitales o como sea, podremos

hacer una distinción entre medios unidireccionales, los que solo te dan un mensaje y medios interactivos que te permiten interactuar.

En esta distinción sí la televisión, es la principal fuente de información de las cosas que ocurren en el país y sobre procesos electorales, está muy claro, pero a partir de ahí dio las gracias por haber leído, es un texto que salió bien grande, más grande que la tesis doctoral, entonces sí lo leyó, gracias, muy importante.

Hay dos grandes grupos. Una vez que reciben el mensaje, asumen el mensaje y se quedan con él el tiempo que les dura y hay otro que en función de ese mensaje interactúa en redes sociales.

Ese segundo grupo que son los usuarios de redes sociales, son extraordinariamente, digamos, apasionados y van la mayoría a Facebook, pero hay un proceso de cambio.

En ese proceso de cambio están entrando otras redes, lo hemos platicado, particularmente las visuales y de video vertical Instagram y WhatsApp.

De forma tal que esto viene cambiando muy rápidamente esto de las redes sociales, estas tecnologías tienen menos de siete años.

Comentó que en efecto, están muy a la orden para poder interactuar con el equipo del INE, han ofrecido y con todo gusto planteado la posibilidad de tener reuniones de trabajo adicionales sobre el exploratorio o cualquier otra cosa adicional.

Mencionó que eso explica como el modelo de comunicación del ciudadano o del elector promedio en México, primero tele unidireccional y después interacción vía redes, específicamente Facebook y ya después de ahí. Ahora esa interacción es con las personas que se tiene en Facebook, que no necesariamente es un campo plural.

Finalmente, en el caso de lo que comentó el consejero Andrade, el tema de lo de apropiación tiene que ver más de los grupos de enfoque que hicieron en Puebla de si te sientes o no identificado.

Mencionó que le parece que el tema de apropiación del proceso y de apropiación del propio Instituto, de las actividades y de los mensajes sí se logra, es decir, la gente lo entiende, se apropia y lo hace suyo; pero no se siente necesariamente identificado con todos y cada una de las personas que ven el spot, eso tiene que ver más bien en dónde se está preguntando y cómo se está preguntando.

Ahora eso no es sustantivo el tema de la identificación, sino lo sustantivo es si se logra o no el cumplimiento del objetivo, eso tiene que ver un poco más con el tema del casting, uqe han platicado ya con el equipo de cómo se podrían hacer algunas ideas y, sobre todo, que la gente quiere interacción e información puntal.

Indicó que han ofrecido y reiterado y cabía aclarar que este como en años anteriores ningún funcionario o universitario recibe ningún sobresueldo, o sea ni Adriana ni la

doctora Angélica ni nadie por este estudio, se realiza una aportación a patrimonio, pero a lo largo del siguiente año podran en todo momento reunirse con el equipo del Instituto o con los creativos o como sea, para obtener el mayor logro posible, porque les parece muy importante que tanta información que sale de esto se puedan hacer acciones útiles para mejorar la comunicación en este modelo cambiante en el día a día que viene sucediendo.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Agradeció la aportación y comentó que tenía tres cosas de decir: la primera, esta es una evaluación independiente, la hace una institución diferente, piensa que esto tiene una enorme utilidad para el instituto.

Segunda, considera que la oferta de tener reuniones de trabajo con las áreas, con los partidos es muy buena. Por lo tanto, le solicitó al Secretario Técnico que les coordine para que puedan aprovechar más este estupendo trabajo de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

Finalmente, comentó que solo le restaba agradecer a la doctora Adriana Reynaga y al doctor Felipe de la O López por su tiempo, su participación, su generosidad para responder las respuestas y para plantearles esa oferta de seguir trabajando para sacarle mayor provecho a este valiosísimo estudio.

Consideró que podían dar por recibido en la Comisión el informe y pasar al siguiente punto del orden del día.

Indicó que había una moción.

El Representante del PT: Agradeció al Doctor Felipe de la O y a la Maestra Adriana sus respuestas e indicó que sí esclarecen algunas de las cosas.

Le comentó al Consejero Presidente que él si se sumaba a la propuesta de sacarle jugo y hacerlo llegar a las personas que hacen los spot, porque es gente externa, ellos no tienen por qué conocerlo. Por lo tanto, insistió en “sarale jugo” y hagámosles llegar y si hacían una reunión la representación del PT, se sumaba.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Indicó que pasarían a la presentación y, en su caso, aprobación del proyecto de acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, por el que se aprueba el Plan Anual de Implementación de la ENCCÍVICA 2020.

Comentó que le daría rápidamente la palabra al Secretario Técnico para que realizará una breve presentación del documento, el cual ya había sido previamente circulado y trabajado con oficinas de consejeros y consejeras electorales y representaciones de los partidos políticos.

El Mtro. Roberto Heycher Cardiel: Agradeció el uso de la palabra y comentó que como lo mandata el acuerdo 732 del 2016 por el cual se aprobó la Estrategia Nacional

de Cultura Cívica, se presenta el Plan Anual de Implementación de la Estrategia para el año 2020, el cual se somete también a aprobación del propio Consejo General.

El plan propuesto, además de lo establecido en la ENCCÍVICA, busca responder a los desafíos actuales de la democracia, y para ello se proponen tres objetivos: primero, consolidar la democracia constitucional, sus valores, prácticas e instituciones; segundo, impulsar la rendición de cuentas y la transparencia como ejes de la incidencia, la corresponsabilidad y la exigencia ciudadana; y tercero, contribuir al desarrollo del pensamiento crítico y la formación de habilidades para el ejercicio de una ciudadanía digital.

En estos tres objetivos, se constituye una cartera de 14 proyectos a realizar en 2020, mismos que se integran por 41 componentes o productos a realizar y 111 actividades.

Indicó que era importante destacar que cinco proyectos se inscriben en el eje de la verdad, seis en diálogo, tres en exigencia. Todos los proyectos serán implementados en alianza con otros actores, ya que, ya sea del sector público, privado o social. De los 14 proyectos solo uno de ellos puede considerarse como novedoso, ya que los demás forman parte de la experiencia institucional en materia de Educación Cívica, y buscan su consolidación en el año 2020.

El plan de implementación pretende atender a todos los grupos etarios posibles, seis de ellos se trabajarán con niñas, niños y adolescentes, cuatro con jóvenes entre 18 y 29 años de edad, seis con personas adultas, y uno de ellos con adultos mayores.

Comentó que el documento que tenían a su consideración, cuenta con una estructura en donde se plantea un diagnóstico, en la segunda parte se plantean los 14 proyectos a manera de cédulas, y es importante señalar que cada uno de ellos también contará con lineamientos específicos que permitan su operación tanto en órganos centrales como en órganos desconcentrados, así como en la interacción con nuevos aliados estratégicos.

Señaló que se encontraba a consideración del Consejero presidente.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Agradeció al Secretario Técnico y mencionó que estaba a consideración el proyecto de acuerdo.

Cedió la palabra a la representación del Partido del Trabajo.

El Representante del PT: Agradeció el uso de la palabra e indicó que ellos solicitaban que, justamente, el proyecto se pasara a este nivel, justamente porque consideraban que de lo que han estado hablando en los dos puntos anteriores, pues les faltaban algunas cosas que deberían de integrarse.

En el contexto 2020, señaló que se hablaba de encuesta mundial de valores, se hablaba del Latinobarómetro, instituciones, reglas, valores, prácticas, incluso yo creo, en algunas cosas hasta tiende a ser así como temerario, porque dice que en el espectro

político a nivel mundial han surgido movimientos populistas antiliberales de la extrema derecha, lo cual mencionó que le sonaba hasta como provocación, sin embargo, ese tema ahí lo debaja.

Hizó remembranza del actor Cantinflas, citandoló: “En México nada pasa, y cuando pasa de todos modos nada pasa”, indicó que lo decía, porque acababan de vivir una de las elecciones más importantes en la historia política de este país en el 2018, y no lo veían reflejado en este contexto, como si nada pasara.

Por lo tanto, ellos sugerían que se aterrizará, mencionó que estaba bien el análisis mundial, y análisis latinoamericano, pero este importante proceso electoral del año pasado, que ha creado una nueva situación política en nuestro país, ellos consideraban que debe de estar aquí, aterrizado, lo cual no ven, les parece muy bien lo de las noticias falsas, eso ya deben tenerlo presente, porque cada vez más en las redes sociales, ven las llamadas fake news.

Comentó que les preocupa un poco, porque son 14 proyectos, pero ya vieron en los dos puntos anteriores que si no se toman en cuenta los medios de comunicación, de masas y más particularmente la televisión, pues el mensaje se queda en reuniones, en salones, en instituciones.

Indicó que no niegan la importancia de estos 14 proyectos, pero consideraban que si este proyecto no contempla una estrategia de comunicación, sobre todo en la televisión, ya lo dijo la UNAM, entonces la educación cívica pues no va a ser comunicada pues adecuadamente.

Mencionó unas líneas del documento en el que decía: “el estado actual de la democracia en México y en otros países se busca promover y divulgar información”, por lo tanto, indicó que ahí ya se tenían los medios.

Contribuir al debate objetivo e informado sobre la cultura cívica en México, mediante el desarrollo de una encuesta nacional y un informe, pues ya se tiene una, en la Comisión Temporal de Seguimiento de los Procesos Electorales Locales 2019-2020 entregado el 26 de noviembre, dirigida por el consejero Ruiz Saldaña presente en esa sesión.

Indicó que se da información que debe de contenerse aquí, porque el año próximo se tienen dos procesos electorales, y si no se contempla en este proyecto una estrategia concreta para esas dos entidades, consideró que algo falta, insistió, en esta Comisión Permanente les hicierón llegar una encuesta que no tiene ningún desperdicio, está muy claro todo, y en la cual indica que en Hidalgo y en Coahuila las personas suelen sentirse poco representados por las autoridades, y no tienen mucho ánimo de, según esta encuesta, no contestó correctamente en torno a su participación en los procesos electorales.

Dan cosas muy interesantes, como que implicaría por qué el 65 por ciento de los ciudadanos entrevistados declararon en la misma encuesta 65 por ciento, 65 manifestaron tener poco, poquísimos interés en participar en la política, eso es un dato

que como partido político pues les aterra, pero como esta área es la que se encarga de la educación cívica, debe de tomarlo muy en cuenta.

41 por ciento dice que no sabe que hay elecciones para elegir gobernadores, senadores, diputados, etcétera. Tienen un desconocimiento completo en torno a la cuestión político electoral, y sí se opina que es necesario generar un ejercicio de pedagogía pública en los dos estados.

Por lo tanto, insistió en que hay los elementos suficientes, ellos no estaban de acuerdo en que un área haga un estudio muy interesante, muy importante, pero que otra área no lo retome, y lo plasme en un documento como éste, que va incluso pues a Consejo General.

Comentó que se trata de una serie de actividades, foros, mesas de debate, cine debate, actividades culturales para difundir, la relación de los derechos humanos y la democracia con especial énfasis en las temáticas que respondan al contexto de cada entidad, pero Insistió y comentó que con esto dejaban el comentario, y los medios de comunicación de masas, porque este año el INE manejó 4 millones 760 mil 960 spots.

Informó que se aprobaron los pautados para estos dos estados en elección. Comentó que la próxima semana el Comité de Radio aprueba ya las pautas para los partidos políticos. Es decir, este asunto ya empezó.

Recalcó que este proyecto debe de contener esa campaña institucional en medios de comunicación y pidió revisar con detenimiento la encuesta que se entregó en esa Comisión Temporal de los comicios del año que entra.

Agradeció al Consejero Presidente.

Consejero Electoral Benito Nacif: Cedió la palabra al Consejero José Roberto Ruiz Saldaña.

El Consejero Electoral José Roberto Ruiz: Comentó que solo se iba a referir a dos cuestiones muy concretas.

La primera era para aprovechar e informarle a la representación del PT que el próximo 18 de diciembre sesionará la Comisión Temporal de Seguimiento para los Procesos Electorales Locales 2019-2020, y ahí se agendará la probable aprobación del Programa de la Promoción de la Participación.

Indicó que lo que se va a hacer en suma para generar incentivos para la participación en un marco de cultura cívica para el próximo año en esos dos estados, se deberán a el programa en aquella Comisión.

Mencionó que el entiende que lo que se estaba presentando, es lo que quiere hacerse de proyectos concretos de la ENCCÍVICA para 2020. Por lo tanto, le comentó al representante del PT que sí está contemplado en suma, pero va por otra vía.

Comentó que quería aprovechar para reiterar la observación que envió al área para que se valorara para esta sesión, particularmente el proyecto que tiene que ver, indicó que no recordaba cómo se fraseó, pero la otra de líderes mundiales que vengán a presentarnos, Foro de la Democracia, dijo que entendió que es el tradicional que venían haciendo de la democracia latinoamericana.

Indicó que la Institución debería reconsiderar, tener dos grandes eventos internacionales. Mencionó que el otro quien lo ha organizado ha sido la Coordinación de Asuntos Internacionales, ya lleva muchas ediciones.

Dijo que más allá de lo que ha observado propiamente de ese foro, que considera, que necesita replantearse temas e invitados y lo ha expuesto en otros momentos, sería muy pertinente que se reconsidere como Institución si ahora se quiere lanzar uno también de ese corte internacional con personajes internacionales.

Hizo el comentario que seguramente le responderán que no son lo mismo, y armuntó que es cierto, no son exactamente lo mismo, pero en la esencia, y en lo que el sostiene, sí, dos eventos con perfil internacional, con invitados internacionales, aunque sea pausado uno, aunque sea en un solo momento el otro, considera que hay cierta duplicidad, que aunque haya recursos para ello, es decir, para esto que se presenta como propuesta para 2020 en esta Comisión, aunque haya recursos, quizá no sea la mejor señal que debemos mandar hacia afuera que pues estamos duplicando un esfuerzo de esa naturaleza.

En suma, reiteró esa observación que envió, mencionó que entiende las razones que tiene el área para mantenerla, pero le pareció oportuno reiterar aquí la misma.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Agradeció la intervención del Consejero Ruiz Saldaña y cedió la palabra al Consejera San Martín.

La Consejera Electoral Alejandra Pamela San Martín: Agradeció al Consejero Presidente y mencionó que haría alusión a un par de cosas.

Uno. Ella pidió que el área les aclarara, porque en la presentación que le mostrarón el día anterior, el área le dijo que se trata del mismo foro. Es decir, lo que se va a buscar es juntar los dos foros en uno para que no sean dos erogaciones distintas. Por lo que le parece que se puede analizar cuáles son los temas, cómo focalizarlo, etcétera. Sin embargo, considera que sí es un espacio que vale la pena conservar, comentó que entiende que, en ese momento estaba viendo que asiente el director, no están hablando de dos espacios distintos.

Dos. Consideró que es una cuestión más allá de cada uno de los proyectos, hay algunos que, la mayoría son una continuidad, incluso, de materiales o de plataformas o de insumos que se fueron generando durante este año para implementarlos el año próximo y como tal tiene un sentido el darle la continuidad.

Pero considera que vale la pena el buscar el mecanismo que establezcan para que se pueda ir dando un seguimiento más puntual de la implementación de estos proyectos, porque hay algunos que de cierta forma se agotan en sí mismos, que no significa que no tengan una discusión alrededor, como puede ser el foro de democracia siglo XXI, el término que se utilizó en el documento, que en tal se agota en sí mismo.

Indicó que hay otro conjunto que tiene que ver como éste de foros de faro democrático, una cuestión así que tiene que ver con llevarlo a que sea una plataforma que utilicen los docentes, los chavos, etcétera, para hacer tareas, es decir, ir visualizando, cómo se le va dando seguimiento en las propias entidades, a partir de las diferencias de entidades de distritos, etcétera, pero que se pueda ver si está teniendo el impacto que valga a la inversión que se hizo, hace sentido el proyecto como lógica, pero el tema es cómo lo lograremos aterrizar para efectos de su adecuada implementación.

Consideró que en todos estos proyectos que no se agotan en un momento ir pudiendo darle un seguimiento para, incluso, para poder decir: ¿Sabes qué? Aquí tal vez tenemos que reforzar más en esta lógica o esta experiencia que está teniendo Chiapas no es tan local, o sea puede ser que se pueda utilizar en otro estado y que sea un buen insumo, creo que puede ayudar a dar un mejor uso a esta estrategia.

Mencionó que existe una cuestión en la que ella pide que tengan cuidado, el proyecto de escuela de buen gobierno, le preocupa un poco, es decir, pareciera que es un espacio donde estamos de cierta forma supliendo estas obligaciones de capacitación que tienen los propios partidos políticos, que reciben recursos los partidos políticos

Entonces ahí sí tener mucho cuidado en cómo se genera un efecto o cuáles son los objetivos finales que van a estar persiguiendo y cómo los van a lograr, porque ahí sí puede ser un proyecto que suena muy lindo, “sentémonos con los partidos para que juntos construyamos la democracia”.

Indicó que lo veía complejo que se asiente a la realidad y es ver cómo pueden implementar algo que realmente funcione en esa dirección, mencionó que no se opone a que se mantenga como un proyecto, pero sí cuidando cuál es la forma en la que se llevará a cabo, cuál es el impacto que va teniendo y nuevamente cómo lo van desarrollando.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Cedió la palabra al Consejero Andrade.

Consejero Electoral Enrique Andrade: Agradeció al Consejero Presidente.

Comentó que reconocía el plan de implementación, solamente tenía un par de comentarios, agradecía que también se haya socializado con las distintas oficinas este plan de implementación.

Mencionó que cuando platicó en esa ocasión, comentó algo sobre la posible incorporación en algunos de los proyectos de la comunidad migrante mexicana en Estados Unidos, y no lo veía reflejado en las fichas donde están los programas.

Por lo tanto, solicitó que en virtud de que está enlazado con uno de los compromisos de la Comisión de Vinculación con Mexicanos Residentes en el Extranjero, es decir, no escribir como en piedra y que ya no se pueda mover tanto en la población objetivo, como los aliados estratégicos de los programas y revisar en cada uno de ellos principalmente en lo que se refiere a cultura cívica para niños, por ejemplo, el del debate, el de las organizaciones de la sociedad civil para impulsar también la participación política de las mujeres, en fin, que se pudiera incluir en los que sea prudente y en los que se considere conveniente y existan las posibilidades a esta comunidad migrante tanto a través de las organizaciones que ya tienen establecidas, como probablemente a través de aliados estratégicos que puede ser la propia Secretaría de Relaciones Exteriores.

Recalcó que esa sería su petición, y que quedara como un compromiso de la Comisión, de que se va a estar, justamente, revisando cómo incorporar esta comunidad.

El Consejero Electoral Ciro Murayama: Indicó que a partir de ese momento se hacía cargo de la conducción de la sesión por un momento.

Mencionó que consideraba que lo que se debería incorporar, es el buscar cómo identificar a la población objetivo, y cuáles serían los instrumentos para poder, en efecto, hacer llegar estos, los materiales que puedan ser útiles dentro de la ENCCÍVICA con los connacionales en el exterior, y eso le parecía que no tienen todavía muy claro, incluso hay otros espacios como la Comisión de Vigilancia, donde se ha tocado este tema, quizá debería haber alguna especie de sinergia para ver qué es lo que se puede hacer, hasta dónde esto de las pantallas en los consulados, donde se había tenido cierta presencia, se pueda utilizar.

Solicitó que se incorpore el compromiso de ver la manera en que esto se despliega, identificando población, objetivo, instrumentos y contenidos, y en el momento en que se tenga, pues se empiece a desplegar.

Indicó que cambiaría lugar con el Consejero Benito Nacif.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Agradeció al Consejero Murayama.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Preguntó si no había nadie más y cedió la palabra al Secretario Técnico.

El Mtro. Roberto Heycher Cardiel: Indicó que solo quería aclarar que, efectivamente, se trata del mismo espacio, de hecho en el proyecto ahí vienen las áreas involucradas respecto al Foro de los Retos de la Democratización del Siglo XXI, con la propia Coordinación de Asuntos Internacionales. Por lo que es el mismo espacio.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Comentó que en respuesta a una de las observaciones de la representación del Partido del Trabajo, en enero se revisaría en la Comisión la estrategia de difusión, mencionó que lo comentaba porque la

representación del Partido del Trabajo, estaba haciendo énfasis en la necesidad de incorporar radio y televisión, y por supuesto, esto forma parte de esa estrategia, se verá el documento y todo lo que ya se ha dicho en esta sesión, se tomará en cuenta para ese documento.

El Consejero Electoral José Roberto Ruiz: Indicó que solo quería agradecer la precisión porque, ciertamente, en la lámina que se presentó, que se generó por parte de la Dirección, se habla que será un proyecto entre DECEyEC y la Coordinación de Asuntos Internacionales. De ahí no necesariamente seguía que era uno distinto, pero ya que va a ser el mismo, consideró que hay una muy buena área de oportunidad para que se trate de dialogar con la Coordinación de Asuntos Internacionales, para ver si el formato mismo puede cambiar el enfoque, pensó necesario relanzar en suma lo que se venía haciendo, y ahora que ustedes ya intervendrán, podrá generarse esa oportunidad.

Finalmente, comentó que se mantendrá atento y sugirió que se cuide en la agenda institucional que se les envían cada martes, comentó que ignoraba si todavía se estaba usando la anterior denominación, para que se actualice y no se confundan, que pareciera que el otro proyecto de la CAI va a permanecer igual en su denominación, solo cuidar esa parte.

Agredeció el uso de la palabra.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Cedió la palabra al representante del PT.

El Representante del PT: Agradeció al Consejero Presidente, agradeció las precisiones del consejero Ruiz Saldaña y las propias del consejero Nacif, manifestó que estaban de acuerdo, en lo que tiene que ver con los procesos electorales del próximo año, y con lo que tiene que ver con esa reunión que, para analizar lo que se vio en el punto anterior.

Indicó que querían acompañar este proyecto, preguntó al Consejero Presidente, si se revisaría el contexto 2020, para darle un poco de mayor peso a la situación política que se vive en nuestro país, insistió, que considera que como que no está, se carga mucho la cuestión mundial, pero no aterriza en algo que tenga que ver con la actual situación político electoral, incluso histórica que vivimos en este momento.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Comentó que podrían incorporar alguna reflexión en la estrategia respecto a las características específicas que tiene 2020 dentro del contexto de la democracia mexicana.

Finalmente Indico que con estos acuerdos, consideraba que estaban en condiciones de someter a votación el proyecto de Plan Anual de Implementación de la ENCCÍVICA 2020.

El Mtro. Roberto Heycher Cardiel: Indicó que se recibieron observaciones por parte de la oficina del Consejero Ruiz Saldaña, las cuales fueron impactadas conforme el cuadro que se circuló.

Indicó que conforme a esas observaciones, consultó si era de aprobarse el proyecto de acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, por el que se aprueba el Plan de Implementación de la ENCCÍVICA 2020. Mencionó que fue aprobado por unanimidad.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Agradeció al Secretario Técnico y comentó que el siguiente punto del orden del día correspondía a asuntos generales. Por lo que, preguntó a los integrantes de la Comisión si deseaban incorporar alguno.

Cedió la palabra al Consejero Enrique Andrade.

El Consejero Electoral Enrique Andrade: Indicó que no había escuchado que quedara como un compromiso de la Comisión lo que se había solicitado, por lo tanto solicitó que se quedara como compromiso de la situación.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Contestó que tenían pendiente esa asignatura, que tenía que ver con una audiencia muy importante también en la estrategia de capacitación, que es mexicanos que residen fuera del territorio nacional, y el compromiso es que buscarían la forma de que la estrategia de educación cívica pueda también llegar a ellos.

Cedió la palabra a la Consejera San Martín.

La Consejera Electoral Alejandra Pamela San Martín: Solicitó se dejara en seguimiento de acuerdos su solicitud, la cual fue en relación con el seguimiento a la implementación de la ENCCÍVICA, es decir, que les sigan informando desde la DECEyEC.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Comentó que todos esos compromisos y que de algunos ya tenían algunas medidas que se estaban tomando en términos de reportar, de dar seguimiento, y algunas ideas, aprovechaba y cedía la palabra al Director de Educación Cívica y Participación Ciudadana.

El Mtro. Francisco Morales Camarena.: Indicó que en las cédulas se incluyeron algunas, tanto como aliados estratégicos como en población objetivo del sector de la población migrante.

Por lo tanto, indicó que revisarían con la oficina del consejero Andrade para ver qué más se podía agregar.

El Consejero Electoral Benito Nacif: Comentó que ese era el compromiso y con que con esos dos compromisos y dado que no existían más asuntos generales, daba por concluida esta Cuarta Sesión Ordinaria.

Agradeció la asistencia de los integrantes de la Comisión y se despidió.

-----**Conclusión de la Sesión**-----

Dr. Benito Nacif Hernández
Consejero Electoral y Presidente de la
Comisión de Capacitación Electoral y
Educación Cívica

Lic. Enrique Andrade González
Consejero Electoral e Integrante de la
Comisión de Capacitación Electoral y
Educación Cívica

Dr. Ciro Murayama Rendón
Consejero Electoral e Integrante de la
Comisión de Capacitación Electoral y
Educación Cívica

Lic. Alejandra Pamela San Martín
Ríos y Valles

Consejera Electoral e Integrante de la
Comisión de Capacitación Electoral y
Educación Cívica

Mtra. Claudia Zavala Pérez

Consejera Electoral e Integrante de la
Comisión de Capacitación Electoral y
Educación Cívica

Mtro. Roberto Heycher Cardiel Soto

Director de Ejecutivo de Capacitación
Electoral y Educación Cívica