
METODOLOGÍA DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE LA REVOCACIÓN DE MANDATO

DICIEMBRE DE 2021

ÍNDICE

1. GLOSARIO, ACRÓNIMOS Y SIGLAS	2
2. INTRODUCCIÓN	3
3. ANTECEDENTES	3
4. NORMATIVIDAD	4
5. METODOLOGÍA.....	7
5.1 OBJETIVO GENERAL.....	7
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
5.3 ACTIVIDADES EN MATERIA DE DIFUSIÓN	8
5.3.1 Radio y TV	8
5.3.2 Medios impresos	11
5.3.3 Medios exteriores	11
5.3.4 Estrategia digital.....	12
5.3.5 Acciones de información, promoción y difusión para la participación de las personas mexicanas residentes en el extranjero	14
5.4 ACTIVACIONES EN MATERIA DE PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA	15
5.4.1. Foros de discusión: nacional y estatales	16
5.4.2. APP mi primer voto: RM.....	19
5.4.3. Herramientas cívicas digitales.....	20
5.4.4 México debate.....	20
6. CONSIDERACIONES FINALES.....	20

1. GLOSARIO, ACRÓNIMOS Y SIGLAS

Activación Transmedia	Se refiere al servicio de pauta de una campaña publicitaria en múltiples plataformas de comunicación, como medios digitales y redes sociales. Es decir, es una campaña explicada desde diferentes perspectivas según el medio de comunicación empleado.
Banner	Mensaje publicitario inserto en una página de internet.
Comisión	Comisión Temporal de Seguimiento de los Procesos Electorales Locales.
Consejo General	Consejo General del Instituto Nacional Electoral.
CNCS	Coordinación Nacional de Comunicación Social.
Constitución	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
DDyCI	Dirección de Difusión y Campañas Institucionales
DECyPC	Dirección de Educación Cívica y Promoción Ciudadana
DECEyEC	Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica.
DOF	Diario Oficial de la Federación.
Impactos	El número de veces que un mensaje es difundido generando un alcance en el público objetivo
INE	Instituto Nacional Electoral.
Inserción	Espacio publicitario en periódicos y revistas impresos.
JLE	Junta Local Ejecutiva
LFRM	Ley Federal de Revocación de Mandato.
LGIFE	Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.
Lineamientos	Lineamientos para la Organización de la Revocación de Mandato
MRPRM	Mesa Receptora de Participación de la Revocación de Mandato
Metodología	Metodología de Promoción y Difusión de la Participación Ciudadana de la Revocación de Mandato.
Pauta	Instrucción de la publicación de una pieza de comunicación en radio, televisión o medios digitales.
RIINE	Reglamento Interior del Instituto Nacional Electoral
RM	Revocación de Mandato
TEPJF	Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación

2. INTRODUCCIÓN

El proceso de RM es el instrumento de participación solicitado por la ciudadanía para determinar la conclusión anticipada en el desempeño del cargo de la persona titular de la Presidencia de la República, a partir de la pérdida de la confianza.

En 2019, se aprobó una reforma constitucional **mediante la cual se puede realizar el ejercicio de RM** a la persona titular de la Presidencia de la República. A partir de entonces, la Constitución establece que la RM presidencial se llevará conforme a lo siguiente:

- Será convocada por el INE a petición ciudadana, en un número equivalente de al menos al tres por ciento de las personas inscritas en la lista nominal de electores, y la solicitud corresponda a por lo menos diecisiete Entidades Federativas y que representen, como mínimo, el tres por ciento de la lista nominal de electores de cada una de ellas.
- Se podrá solicitar en una sola ocasión y durante los 3 meses posteriores a la conclusión del tercer año del periodo constitucional. La ciudadanía podrá recabar firmas para la solicitud de revocación durante el mes previo a la fecha señalada.
- Para que el proceso de RM sea vinculante deberá haber participación de, por lo menos, el 40% de las personas inscritas en la lista nominal de electores.
- El INE tendrá a su cargo, en forma directa, la organización, desarrollo y cómputo de la votación. Emitirá los resultados de los procesos de RM del titular del Ejecutivo Federal, los cuales podrán ser impugnados ante la Sala Superior del TEPJF.
- En este caso, la Sala Superior realizará el cómputo final del proceso de RM, una vez resueltas las impugnaciones que se hubieren interpuesto. En su caso, emitirá la declaratoria de revocación.

3. ANTECEDENTES

El 14 de marzo de 2019, la Cámara de Diputados aprobó un dictamen donde se propusieron ajustes al artículo 35 constitucional para reconocer la figura de RM de gobiernos federal y locales.

El 20 de diciembre de 2019, se publicó en el DOF el *Decreto mediante el cual se adiciona una fracción IX al artículo 35; un inciso c), al Apartado B de la Base V del artículo 41; un párrafo séptimo al artículo 84; un tercer párrafo a la fracción III del*

Apartado A del artículo 122 de la Constitución; dichas disposiciones para regular la figura de RM.

En el referido Decreto destaca la atribución que se le otorga al INE de tener a su cargo, de manera directa, la organización, difusión, desarrollo y cómputo de la RM.

Asimismo, en el artículo 35, fracción IX de la Constitución, se establece que son derechos de la ciudadanía, entre otros, participar en los procesos de RM del Presidente de la República.

La Constitución prohíbe el uso de recursos públicos en la recolección de firmas ciudadanas, así como los fines de promoción y propaganda relacionados con los procesos de RM, toda vez que el INE y los Organismos Públicos Locales son los únicos que pueden promover la participación ciudadana y hacer la difusión con fines informativos.

4. NORMATIVIDAD

El artículo 35, fracción IX, de la Constitución, así como el Decreto, disponen que corresponde al INE, entre otras responsabilidades, convocar a petición de las y los ciudadanos, en un número equivalente, al menos, al tres por ciento de las personas inscritas en la lista nominal de electores, siempre y cuando en la solicitud correspondan a por lo menos diecisiete Entidades Federativas y que representen, como mínimo, el tres por ciento de la lista nominal de electores de cada una de ellas, al proceso de RM.

Asimismo, se establece que el INE tendrá a su cargo, en forma directa, la organización, desarrollo y cómputo de la votación, la emisión de los resultados de los procesos de RM del titular del Poder Ejecutivo Federal, así como la promoción de la participación ciudadana y ser, en el ámbito de su competencia, la única instancia a cargo de la difusión de dicho proceso. La promoción será objetiva, imparcial y con fines informativos.

Por su parte, la LFRM, establece:

Artículo 32. *El Instituto deberá iniciar la difusión de la consulta al día siguiente de la publicación de la Convocatoria en el Diario Oficial de la Federación, la cual concluirá hasta tres días previos a la fecha de la jornada.*

Durante la campaña de difusión, el Instituto promoverá la participación de las y los ciudadanos en la revocación de mandato a través de los tiempos en radio y televisión que corresponden a la autoridad electoral.

La promoción del Instituto deberá ser objetiva, imparcial y con fines informativos. De ninguna manera podrá estar dirigida a influir en las preferencias de la ciudadanía, a favor o en contra de la revocación de mandato.

Los partidos políticos podrán promover la participación ciudadana en el proceso de revocación de mandato y se abstendrán de aplicar los recursos derivados del financiamiento público y del financiamiento privado para la realización de sus actividades ordinarias permanentes o sus actividades tendientes a la obtención del voto con el propósito de influir en las preferencias de las ciudadanas y los ciudadanos.

Artículo 33. ...

El Instituto promoverá la difusión y discusión informada del proceso de revocación de mandato que hayan sido convocadas a través de los tiempos de radio y televisión que correspondan al propio Instituto, fungiendo como autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión para los fines señalados en la Constitución y en la presente Ley.

Ninguna otra persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en la opinión de las y los ciudadanos sobre la revocación de mandato. El Instituto ordenará la cancelación de cualquier propaganda e iniciará el proceso de sanción que corresponda.

Durante el tiempo que comprende el proceso de revocación de mandato, desde la emisión de la Convocatoria y hasta la conclusión de la jornada de votación, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación de toda propaganda gubernamental de cualquier orden de gobierno.

Los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, sólo podrán difundir las campañas de información relativas a los servicios educativos y de salud o las necesarias para la protección civil.

Queda prohibido el uso de recursos públicos para la recolección de firmas, así como con fines de promoción y propaganda relacionados con los procesos de revocación de mandato.

Artículo 35. *El Instituto deberá organizar al menos dos foros de discusión en medios electrónicos, donde prevalecerá la equidad entre las participaciones a favor y en contra.*

Las ciudadanas y los ciudadanos podrán dar a conocer su posicionamiento sobre la revocación de mandato por todos los medios a su alcance, de forma individual o colectiva, salvo las restricciones establecidas en el párrafo cuarto del artículo 33 de la presente Ley.

Conforme al artículo 58 incisos d) y g), de la LGIPE, la DECEyEC, tiene como atribuciones diseñar y promover estrategias para fomentar el voto entre la ciudadanía, así como orientarla en el ejercicio de sus derechos y cumplimiento de sus obligaciones político-electorales.

Se relacionan con lo anterior las atribuciones de la DECEyEC establecidas en el artículo 49 del RIINE, entre otras:

49.- ...

- g)** *Diseñar e instrumentar las campañas de difusión institucionales y, en su caso, coordinarse para ello con las instancias que por el objeto o contenido de la campaña sean competentes;*
- h)** *Orientar a los ciudadanos para el ejercicio de sus derechos y cumplimiento de sus obligaciones político-electorales;*
- q)** *Planear, ejecutar, dirigir y supervisar los programas de divulgación desarrollo y fortalecimiento de la cultura política democrática y los referentes a la comunicación educativa, con el objeto de impulsar la cultura democrática;*

En el Acuerdo **INE/CG1646/2021** por el que se aprueba la modificación a los **Lineamientos del Instituto Nacional Electoral para la organización de la RM**, puntualmente se establece lo siguiente:

Artículo 25. *El INE creará un micrositio en su página de internet oficial para informar a la ciudadanía sobre la organización de la RM mismo que formará parte de la Metodología de Difusión.*

Artículo 31. *El Consejo General deberá aprobar el Acuerdo por el que se determine la asignación de tiempos en radio y televisión para la promoción y difusión de la RM, desde el día siguiente de la publicación de la Convocatoria en el Diario Oficial de la Federación hasta 3 días previos a la fecha de la jornada, mediante la aplicación de criterios específicos de distribución.*

Artículo 34. *La DECEyEC propondrá a la Comisión competente la **Metodología para difusión y promoción de la Participación Ciudadana de la RM** en términos de lo que establezcan las bases de la Convocatoria. Esta metodología deberá ser objetiva y con fines informativos y no podrá estar dirigida a influir en*

las preferencias de la ciudadanía, a favor o en contra de la revocación de mandato. Contemplará, por lo menos, un micrositio en la página de internet oficial del Instituto para informar a la ciudadanía sobre la organización de la RM, así como la organización de al menos dos foros de discusión en medios electrónicos, donde prevalecerá la equidad entre las participaciones a favor y en contra.

Artículo 35. *El INE debe realizar acciones dirigidas tanto a la promoción de la participación ciudadana como a la difusión de la RM, la cual deberá ser objetiva, imparcial y con fines informativos.*

De forma complementaria, el Consejo General aprobó el Acuerdo **INE/CG1717/2021** en el que se asignaron los tiempos de radio y televisión para la difusión del proceso de RM.

5. METODOLOGÍA

Propósito:

Difundir y promover la participación de la ciudadanía en la RM de conformidad con lo mandatado por la Constitución y la LFRM.

La difusión y promoción se enfocarán en promover la discusión informada y la reflexión de las ciudadanas y los ciudadanos.

5.1 OBJETIVO GENERAL

En cumplimiento a lo dispuesto en la Constitución y la LFRM el INE, a través de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica (DECEYEC), promoverá la participación, la discusión informada y la reflexión de la ciudadanía sobre la RM. La promoción será objetiva, imparcial y con fines informativos. De ninguna manera podrá estar dirigida a influir en las preferencias de la ciudadanía, a favor o en contra de la RM.

5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Dotar a la ciudadanía de la siguiente información:

1. ¿Qué es la RM?
2. ¿Cuándo será la jornada?
3. ¿Cuál es el contenido de la pregunta?
4. ¿Qué necesito para participar?

5. ¿Quién va a recibir y contar las papeletas?
6. ¿Dónde participo?
7. ¿Cómo será la papeleta?
8. ¿Dónde obtengo información?
9. Resultados
10. Medidas Sanitarias

5.3 ACTIVIDADES EN MATERIA DE DIFUSIÓN

La Dirección de Difusión y Campañas Institucionales (DDyCI), propone la realización de acciones de difusión en radio, televisión, medios impresos, exteriores y digitales; que promuevan entre la ciudadanía la participación, el debate y la cultura de la información bajo una perspectiva pedagógica, para atender el objetivo general y los objetivos específicos de la RM 2022.

5.3.1 Radio y TV

Se realizará la producción de 7 *spots* de radio y 7 de TV con tonos informativos de lenguaje comprensivo que promuevan en la ciudadanía no sólo la intención de participar, sino la acción de emitir su opinión, mediante elementos creativos y datos precisos. Estos *spots* tienen como fin responder las 10 preguntas descritas previamente en el apartado 5.2 y brindar información sobre las medidas sanitarias y el sitio donde se podrán consultar los resultados. En este sentido, se determinó que fueran 7 los *spots* a producir atendiendo el siguiente criterio:

- Spot 1: responderá las preguntas ¿Qué es y cuándo se realizará la RM 2022?;
- Spot 2: atiende las preguntas ¿Qué necesito para participar y cómo puedo ubicar las MRPRM?;
- Spot 3: responde a las preguntas ¿Qué se preguntará en la RM 2022 y dónde puedo obtener más información?;
- Spot 4: responde a las preguntas ¿Cómo será la papeleta de la RM y cómo funcionarán las MRPRM y quién contará las papeletas?;
- Spot 5: está destinado para informar a la ciudadanía sobre los foros de discusión con opiniones a favor y en contra de la RM;
- Spot 6: dará conocer que las credenciales 2019 y 2020 sirven para participar en la RM y medidas sanitarias, y
- Spot 7: informará sobre los resultados de la RM.

En el caso de los materiales para televisión, estos contarán con interpretación en Lengua de Señas Mexicana (LSM), y subtítulo de contenido, de manera que la información sea accesible en igualdad de condiciones a la mayor parte de la población mexicana.

Los *spots* de radio y de TV contarán con una cobertura nacional ya que serán difundidos en su totalidad en los espacios asignados al INE, con el propósito de lograr que los mensajes generen el mayor impacto posible.

Con un enfoque de pedagogía pública que dote a la ciudadanía de los elementos necesarios e indispensables que le permitan ejercer sus derechos político-electorales en este ejercicio democrático, por lo que, como ya se mencionó previamente, se propone que los *spots* a producir aborden los siguientes temas:

- ⇒ ¿Qué es y cuándo se realizará el Proceso de RM 2022?
- ⇒ ¿Qué necesito para participar y cómo puedo ubicar las MRPRM?
- ⇒ ¿Qué se preguntará en el Proceso de RM 2022 y dónde puedo obtener más información?
- ⇒ ¿Cómo será la papeleta del Proceso de RM y cómo funcionarán las MRPRM y quién contará las papeletas?
- ⇒ Foros de discusión con opiniones a favor y en contra de la RM.
- ⇒ Credenciales 2020 y 2021 sirven para participar en la RM y protocolos de medidas sanitarias.
- ⇒ Resultados del Proceso de RM 2022

A continuación, se presenta el Plan de Medios de los *spots*:

No.	Spot	Televisión			Radio		
		Impactos totales por periodo	Impactos totales por periodo en total de emisoras	% Pauta durante el periodo	Impactos totales por periodo	Impactos totales por periodo en total de emisoras	% Pauta durante el periodo
1	¿Qué es y cuándo se realizará la RM 2022?	54	76,495	20%	67	142,054	20%
2	¿Qué necesito para participar y cómo puedo ubicar las MRPRM?	48	68,845	18%	61	127,848	18%
3	¿Qué se preguntará en la RM 2022 y dónde puedo obtener más información?	54	76,495	20%	67	142,054	20%
4	¿Cómo será la papeleta de la RM, cómo funcionarán las MRPRM y quién contará las papeletas?	30	42,072	11%	37	78,129	11%
5	Foros de discusión con opiniones a favor y en contra de la RM.	30	45,897	12%	37	78,129	11%
6	Credenciales 2020 y 2021 sirven para participar en la RM y protocolos de medidas sanitarias.	13	19,124	5%	17	35,513	5%
7	Resultados de la RM	40	57,371	15%	51	106,540	15%
Total de impactos por emisora durante el periodo		268	382,474	100%	337	710,268	100%

Nota: Los impactos pautaados que se muestran son una estimación con base en el número de emisoras con corte al 21 de octubre de 2021.

606 | Total de impactos por emisora durante el periodo*

3,532 | Total de emisoras pautaadas
(1,425 TV / 2,107 Radio)

1,092,742 | Total de impactos a nivel nacional durante el periodo

Fuente: Información proporcionada por la DEPPP con corte al 21 de octubre de 2021

* Nota: Debido a los modelos de pauta, en general hay un remanente de segundos fraccionados que se acumulan y se suman, cuando conforman los 30 segundos de la duración de un spot, ese tiempo le corresponde al INE.

Asignación de tiempos conforme al Acuerdo aprobado por el Consejo General INE/CG1717/2021

I. Periodo Ordinario (Entidades SIN Proceso Electoral): se asignará la totalidad del tiempo del que dispone este Instituto, así como de todas las autoridades electorales locales.

Impactos	Concesión comercial		Concesiones públicas y sociales	
	Radio	TV	Radio	TV
Total impactos diarios	12	9	7	7
Impactos diarios para autoridad (50%)*	6	4	3	3

*Dependiendo el día, un promocional se puede destinar para el modelo de autoridades o para el modelo de partidos.

Elaboración DDyCI, diciembre 2021

Consulta de Presupuesto Participativo 2022 (IECM): El Consejo General determinó aplicar el criterio de distribución de 75% para el INE y 25% para el OPL para dicho ejercicio; es decir, 75% para RM y 25% para la difusión del proceso de participación ciudadana local.

II. Periodo Electoral (Entidades CON Proceso Electoral): Para las seis entidades con proceso electoral el CG propuso una distribución de 80% para la difusión de las etapas de precampaña, intercampaña, campaña, periodo de reflexión y jornada electoral de los procesos electorales locales y 20% para la difusión del proceso de RM.

Distribución de promocionales diarios (impactos) entre RM y PEL

Etapa	Precampaña	Intercampaña	Campaña
Minutos autoridad	18	24	7
Promocionales (impactos)	36	48	14
80% PEL (impactos)	29	38	11
30% Autoridades locales (impactos)	9	11	3
70% INE y autoridades federales (impactos)	20	27	8
20% RM (impactos)	7	10	3

5.3.2 Medios impresos

Se contempla la producción y publicación de 179 inserciones (162 a nivel local y 17 a nivel nacional), sobre los temas que se señalan en el siguiente cuadro, con el objetivo de reforzar los mensajes dirigidos a la ciudadanía en general y que serán transmitidos a través de radio y TV:

Tipo	Tema	Público	Número de inserciones Nacionales	Número de inserciones Locales
179 Inserciones ¹	¿Qué es y cuándo se realizará el Proceso de RM 2022?	Ciudadanía en general	4	50
	¿Qué se preguntará en el Proceso de RM 2022 y dónde puedo obtener más información?		7	52
	¿Qué necesito para participar y cómo puedo ubicar las MRPRM? / Credenciales 2020 y 2021 sirven para participar en el Proceso de RM 2022		3	29
	Resultados del Proceso de RM 2022		3	31

5.3.3 Medios exteriores

Con el objetivo de amplificar la difusión en radio, televisión, medios impresos y digitales, se propone difundir mensajes en espacios publicitarios de gran formato y tamaño, a fin de generar impacto visual en la ciudadanía y complementar, de manera integral, el plan de medios previamente descrito. Las acciones por realizar son las siguientes:

Tipo	Público	Ciudades
Radicación de recursos a las 32 Juntas Locales Ejecutivas	Ciudadanía en general	Nacional
Contratación de servicios de publicidad a nivel central	Ciudadanía en general	Nacional

¹ Enunciativo, mas no limitativo. Podrá variar en función al costo y número de proveedores del Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet vigente al momento de la ejecución de la pauta, así como de las necesidades de difusión que sean requeridas por el Instituto.

5.3.4 Estrategia digital

Para cumplir con los objetivos de difusión de esta metodología se propone una estrategia digital que combine diversas herramientas digitales que favorezcan un mayor alcance de la información sobre la RM entre la ciudadanía que se informa a través de canales digitales.

a) Micrositio

Concebido como el principal centro de información para la ciudadanía que se informa a través de medios digitales, este recurso estará alojado en la página del Instituto Nacional Electoral.

El principal objetivo de este recurso es ofrecer a la ciudadanía información oficial y objetiva sobre la RM.

b) Redes sociales

Se generarán materiales específicos para *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y otras plataformas. El objetivo de dichos mensajes será reforzar y ampliar la información que se ofrezca en medios masivos.

Para aprovechar las herramientas y características de estos medios se propone una estrategia orgánica de materiales multi formato como *banners* fijos, *banners*, infografías y videos nativos digitales que aborden las temáticas que permitirán a la ciudadanía ejercer su participación de manera informada, conforme a lo siguiente:

- Credencialización
- Credencialización de ciudadanas y ciudadanos mexicanos residentes en el extranjero
- Convocatoria de funcionarias y funcionarios
- Convocatoria para observadoras y observadores
- Llamado a la participación informada
- Ubicación de las MRPRM
- Resultados

c) Medios Digitales

A fin de incrementar la presencia del mensaje en la cotidianidad de la ciudadanía, se harán inserciones en diversos medios digitales. El objetivo de estas inserciones será llevar tráfico al micrositio sobre el tema.

Las inserciones se llevarán a cabo a partir de la emisión de la convocatoria en al menos 32 medios o plataformas con alcance nacional disponibles en el Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet publicado por CNCS.

A continuación, se muestra la propuesta de medios en los que se prevé la pauta:

Medio	Tráfico Promedio Mensual ⁱ
Twitter	2.48 millones de cuentas activas
Facebook/ Instagram	15 millones de cuentas activas/ 12.2 millones de cuentas activas
Instagram	12.2 millones de cuentas activas
Récord	38.1 millones de pageviews
Chilango	6 millones de usuarios/as
Cultura Colectiva	8 millones de usuarios/as
Dónde ir	10 millones de pageviews
Programmatic	138 millones de usuarios/as
Multimedios	24 millones de usuarios/as únicos/as
Esto	1.2 millones de pageviews
Primero Editores	9.7 millones de usuarios/as únicos/as
Youtube	2,000 millones de usuarios/as
Tv y Novelas	6.6 millones de pageviews
Milenio	180.7 millones de pageviews
TV Notas	12. 4 millones de pageviews
Animal Político	10 millones de usuarios/as
El Heraldó	46 millones de usuarios/as únicos/as
El Universal	45.1 millones de usuarios/as
Reforma	11.1 millones de pageviews
Excélsior	10. 8 millones de usuarios/as
La Jornada	20 millones de pageviews
El Sol de México	6 millones de pageviews
Algarabía	2.4 millones de pageviews
El Financiero	10.7 millones de usuarios/as únicos/as
El País	10 millones de usuarios/as únicos/as
Google Search	57 millones de usuarios/as
La Silla Rota	9.4 millones de usuarios/as
Sin embargo	7 millones de pageviews
La Prensa	1.8 millones de pageviews
Expansión	6 millones de usuarios/as
Aristegui Noticias	8 millones de usuarios/as
Proceso	14.3 millones de usuarios/as

Nota: Esta información puede variar en razón de los costos, disponibilidad y alcance de los medios a contratar registrados en el Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet, así como de restricciones que pudiesen establecer plataformas como Facebook, Instagram, entre otros.

d) Asistente virtual

Se trata de una herramienta que ofrece servicio a través de la aplicación conversacional *WhatsApp*, su uso resulta pertinente para ofrecer a la ciudadanía información útil accesible a través de su dispositivo móvil para solucionar las necesidades de información sobre la RM como son: requisitos de participación, formas de participación, objetivo e implicaciones del ejercicio, protocolos sanitarios, funcionarios y funcionarias de casilla de RM, ubicación de las casillas de RM y los resultados del proceso.

5.3.5 Acciones de información, promoción y difusión para la participación de las personas mexicanas residentes en el extranjero

Se contempla realizar acciones de difusión enfocadas específicamente en incentivar la participación de las personas mexicanas que residen en el extranjero, para lo cual se proponen las siguientes acciones:

a) Radio y TV

Se realizará la producción de un *spot* de radio y uno de TV, para realizar un llamado a participar para familiares y amigos y promover la participación de los mexicanos y mexicanas residentes en el extranjero.

b) Micrositio

Se generará un apartado específico para atender las dudas y necesidades de información que las personas mexicanas residentes en el extranjero puedan tener respecto a la credencialización, manifestación de intención de voto y emisión del voto.

c) Redes sociales

Se generarán materiales específicos para *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* y otras plataformas. El objetivo de dichos mensajes será reforzar y ampliar la información referente a la credencialización, manifestación de intención de voto y emisión del voto.

Para aprovechar las herramientas y características de estos medios se propone una estrategia orgánica de materiales multi-formato como *banners* fijos, *banners*, infografías y videos nativos digitales que aborden las temáticas que permitirán a la ciudadanía ejercer su participación de manera informada.

d) Medios Digitales

A fin de incrementar la presencia del mensaje en la cotidianidad de la ciudadanía, se harán inserciones en diversos medios digitales. El objetivo de estas inserciones será llevar tráfico al micrositio y así abonar a generar mayor conocimiento entre la ciudadanía sobre la RM.

Las inserciones se llevarán a cabo a partir de la emisión de la convocatoria en al menos nueve medios o plataformas con alcance nacional disponibles en el Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet publicado por CNCS.

A continuación, se muestra la propuesta de medios en los que se prevé la pauta:

Medio	Tráfico Promedio Mensual ⁱⁱ
Twitter	339 millones de cuentas activas
Primero editores	4.9 millones de pageviewa
Radio en Norte de Houston	1 millón de pageviews
Radio La Raza Dallas	1 millón de pageviews
Radio Que Buenas Los Ángeles	1 millón de pageviews
Telemundo	15.6 millones de usuarios/as
Univisión	8.3 millones de usuarios/as
Programmatic	163 millones de usuarios/as
Youtube	200,000 millones de usuarios/as
Conexión Migrante	6.1 millones de usuarios únicos/as
Google Search	116 millones de usuarios/as
Latino magazine	50,000 de usuarios/as

Nota: Esta información puede variar en razón de los costos, disponibilidad y alcance de los medios a contratar registrados en el Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet, así como de restricciones que pudiesen establecer plataformas como Facebook, Instagram, entre otros.

5.4 ACTIVACIONES EN MATERIA DE PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

En el siguiente apartado se enuncian brevemente cada una de las actividades a implementar. Las acciones de promoción de la participación ciudadana serán instrumentadas con el apoyo de los órganos desconcentrados del Instituto². Las Juntas Locales Ejecutivas (JLE) y las Juntas Distritales Ejecutivas (JDE) serán las encargadas de coordinar la implementación a partir de las directrices de DECEyEC.

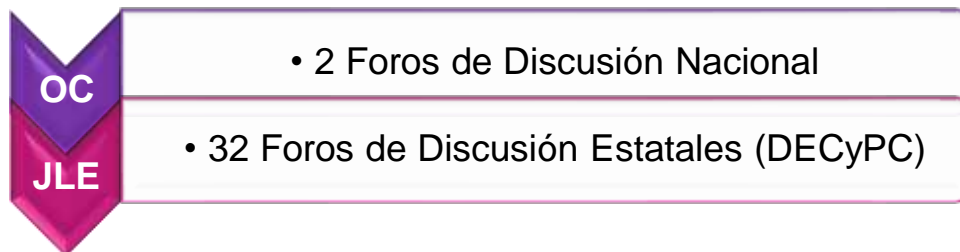
Los órganos desconcentrados estarán encargados de focalizar acciones de promoción en las Entidades y generar alianzas estratégicas a nivel local.

² Las actividades propuestas están sujetas a la disponibilidad de recursos financieros, derivado de los ajustes presupuestales solicitados al INE para el proyecto M-150110.

5.4.1. Foros de discusión: nacional y estatales

La DECEYEC coordinará la realización y transmisión de foros de discusión sobre la RM: dos foros a nivel nacional y 32 foros estatales.

Figura 1. Distribución de actividades



a) Foros de Discusión Nacional

La DDyCI y la CNCS coordinarán la realización y transmisión de los dos Foros de Discusión Nacional que se transmitirán en vivo por medios digitales (*streaming*) y a través de las redes sociales del INE (*Facebook-INEMexico* y *Youtube-INEtv*), así como las páginas y plataformas de aliados estratégicos. Las 32 JLE enlazarán sus redes sociales de manera simultánea con estas transmisiones.

Actividad híbrida: Tomando en cuenta los recursos de la CNCS, los *Foros* se podrían realizar en el auditorio o en el estudio de televisión de las oficinas centrales del Instituto, con transmisión vía *streaming* a través de las cuentas institucionales del INE, aliados estratégicos y OPL. El evento tendría una duración de aproximadamente **90 minutos**, con un tiempo máximo de dos horas.

Moderador(a): de uno a dos periodistas (será condición de participación su incorporación a un taller de moderación que impartirá la CNCS, en el cual se les sensibilizará de su papel en el debate).

Panel de invitadas(os) presenciales en instalaciones del INE: de dos a cuatro figuras a favor y dos a cuatro en contra de la RM, participación en equidad de género. **La selección de las personas panelistas será determinada mediante acuerdo del Consejo General** a más tardar un mes previo a la realización del primer Foro de Discusión Nacional.

Se contempla la participación de **dos equipos** de ponentes con **posturas encontradas sobre la RM**, es decir, a favor y en contra, lo que permitirá que la ciudadanía conozca la importancia e implicaciones de este ejercicio consultivo.

La producción se llevará a cabo privilegiando la información, pero también el formato televisivo para un mayor interés de la audiencia.

La moderación buscará la **confrontación de ideas u opiniones** sostenidas por las personas participantes, **basados/as** en las tendencias de sus **posturas del tema**.

Formato: En el estudio de televisión del INE se podría tener hasta ocho debatientes (cuatro por cada postura), y hasta dos moderadores o moderadoras. A continuación, se presenta un ejemplo de programa en el que se considera ocho debatientes y se incluyen tres segmentos:

HORA	SEGMENTO	ACTIVIDAD	DURACIÓN
16:30 a 17:00	Pruebas	Pruebas de conectividad. Webex, Zoom u otra plataforma de conferencia virtual.	30 min.
17:00	Introducción	Cortinilla	30 seg.
17:00		Cápsula Informativa	1 min.
17:01		Reportaje	1.30 min.
17:03		Bienvenida y presentación	1.30 min
17:04		Reglas	1.30 min
17:06	Segmento 1	Apertura de Argumentos	5 min.
17:11		Preguntas de seguimiento	8 min
17:19		Discusión libre	10 min
17:29	Segmento 2	Apertura de Argumentos	5 min.
17:34		Preguntas de seguimiento	8 min
17:42		Discusión libre	10 min
17:52	Segmento 3	Apertura de Argumentos	5 min.
17:57		Preguntas de seguimiento	8 min
18:05		Discusión libre	10 min
18:15	Conclusión	Minuto de cierre por participante	9 min.
18:24		Despedida	1 min
18:25	Duración: 1 hora, 25 minutos		

- **Inicio: cortinilla** informando a la ciudadanía que las opiniones vertidas son responsabilidad de quien las realiza.
- **Cápsula informativa:** para explicar las principales temáticas de la RM.

- **Reportaje en formato de entrevistas** realizadas directamente a la ciudadanía en general, mediante una serie de preguntas sobre la RM. (Formato Islas Blogs y No nos cortes)
- **Bienvenida y presentación:** La moderación dará un mensaje de bienvenida e introductorio al debate y presentará a cada uno de los participantes y sus posturas.
- **Reglas:** Se presentará un video previamente producido en el que se realizará una explicación del formato y las reglas del foro.
- **Apertura de argumentos:** Cada segmento iniciará con una pregunta detonadora o planteamiento de un tema por parte de la moderación y un/a representante de cada equipo responderá hasta por dos minutos.
- **Preguntas de seguimiento:** Con base en los argumentos expresados en la apertura, la moderación elaborará preguntas de seguimiento durante tres minutos a las demás personas integrantes de cada equipo, quienes participarán levantando la mano. En este bloque no podrán participar quienes hayan participado en la apertura.
- **Discusión libre:** Posteriormente, la moderación conducirá un bloque de discusión libre en la que cada participante tendrá hasta un minuto para rebatir los postulados realizados hasta el momento por el equipo contrario o incluir nuevos a favor y en contra de la RM.
- **Conclusión:** se dará a cada uno de las personas participantes un minuto para expresar sus argumentos de cierre y un minuto más para la despedida a cargo de la moderación.

b) Foros de Diálogo Estatales

En adición al apoyo de la difusión y trasmisión de los dos *Foros de Discusión Nacional*, las 32 JLE, instrumentarán *Foros de Discusión Estatales*, uno por entidad, que se organizarán posteriores al primer *Foro Nacional*. La DECyPC será la encargada de coordinar la implementación de esta actividad.

Las JLE transmitirán estos eventos en vivo a través de sus redes sociales institucionales y las de sus aliados estratégicos y se explorará la posibilidad de tener la presencia de medios masivos de comunicación.

De manera previa, las JLE informarán a la DECyPC sobre la programación de su *Foro de Discusión Estatal*, en ese sentido, esa Dirección compartirá con las JLE los enlaces o formatos correspondientes para el reporte y seguimiento de esta actividad.

El formato de los Foros de Discusión Nacionales será replicado en las 32 entidades. Podrán invitar como figura moderadora a comunicadoras(es) destacadas(os) en sus respectivas Entidades. Se realizarán cápsulas con las mejores participaciones que serán transmitidas a través de las redes institucionales.

c) Foros de Diálogo Distritales

Las JDE y los Consejos Distritales podrán realizar foros de diálogo replicando el formato establecido de los Foros Nacionales y Estatales, en ese sentido, las JLE compartirán con las JDE los enlaces o formatos correspondientes para el reporte y seguimiento de esta actividad. Asimismo, deberán auxiliar en la difusión de los dos foros de discusión nacional y los 32 foros de diálogo estatales.

Con base en este diseño, se contempla que las JDE, de manera potestativa, puedan realizar Foros de Diálogo sobre el proceso de RM. En estos Foros se prevé que se discuta el rol de las JDE para garantizar la participación ciudadana, las medidas que brindan certidumbre a dicha participación en la RM y los requisitos para que la ciudadanía pueda involucrarse. A partir de la socialización de estos contenidos, se espera detonar un mayor interés en la RM.

Se otorga la posibilidad de organizar estos eventos reconociendo la proactividad e interés de los órganos desconcentrados del INE, cumpliendo con el formato establecido, para difundir información y articular diálogos con la ciudadanía, los cuales contribuyen en motivar una mayor participación y generar competencias cívicas deseables para la promoción de una cultura política democrática.

5.4.2. APP mi primer voto: RM

La APP “Mi Primer Voto: RM” es una aplicación lúdica para teléfonos inteligentes cuya finalidad busca desarrollar los conocimientos y habilidades de las y los participantes sobre la democracia, la sociedad digital, la RM y aprendizaje para la identificación de noticias falsas.

A partir de la infraestructura, el conocimiento y la experiencia adquiridos con la herramienta digital App. “Mi primer Voto” y “Mi primera opinión: CP 2021”, se crearán nuevos contenidos, para difundir las fechas de los Foros de Discusión Nacionales e incrementar los conocimientos del público usuario sobre la RM. Lo anterior, con el

propósito de promover, especialmente entre la población electoral joven, su participación razonada en este ejercicio democrático.

La DECEyEC diseñará y pondrá a disposición del público esta herramienta, la cual será promovida con el apoyo de los órganos desconcentrados y aliados estratégicos.

5.4.3. Herramientas cívicas digitales

Este proyecto se centra en elaborar y distribuir un conjunto de materiales de divulgación en formato digital sobre temas de **democracia directa, en específico de la RM**, en distintos medios digitales y redes sociales de los órganos desconcentrados del INE y en las páginas de aliados estratégicos.

5.4.4 México debate

En colaboración con la Asociación Mexicana de Debate (AMD), el INE fomentará la cultura del diálogo entre la juventud mexicana mediante la generación de espacios de deliberación, con el proyecto **México Debate**. Su principal temática se centrará en “La juventud mexicana: posturas ante la RM-2022”.

6. CONSIDERACIONES FINALES

La democracia más allá de una forma de gobierno es una condición que solo puede alcanzarse con la concurrencia de un estado de cosas, a partir de las cuales se define la convivencia social. La democracia, en el marco del constitucionalismo moderno, tiene características singulares que además del derecho al voto libre exige el respeto de los derechos humanos, igualdad social, alternancia política, ejercicio responsable del poder, pluralismo político, respeto de las minorías, inclusión social y participación ciudadana como en las consultas populares y en la revocación de mandato.

El 1 de agosto de 2021 se llevó a cabo la primera Consulta Popular en la historia de México. La difusión y promoción se realizó conforme al Decreto y Convocatoria de Consulta Popular a través de la implementación de una Metodología, que tuvo como fin promover la discusión informada y razonada entre la ciudadanía, academia y organizaciones de la sociedad civil. Esta experiencia se retoma para el desarrollo y

fortalecimiento de las acciones de difusión y promoción que se plasman en el presente documento.

Para la RM se tiene un mayor periodo de difusión lo que permitirá que la información que se presente a la ciudadanía se construya con un tono de pedagogía pública, para lograr explicar cada uno de los procesos de este ejercicio democrático.

Se generarán materiales informativos cuya narrativa se centre en responder a las principales tensiones, dudas o inquietudes que la ciudadanía exprese en torno a la RM.

Para favorecer la deliberación ciudadana, se visualiza la generación de contenidos gráficos y audiovisuales que resalten los aspectos más importantes de las Jornadas Nacionales de Diálogo y de las participaciones de actores relevantes de las esferas de las Organizaciones de la Sociedad Civil y la academia, y se diversificará con mayor exactitud las propuestas gráficas y los formatos de los contenidos digitales con el objetivo de apelar a distintos perfiles etarios y generacionales.

Se retomará todo aquello que demostró ser exitoso y de interés para la ciudadanía, como el Asistente Virtual y la APP, y se impulsará aún más el alcance de estas.
