



INFORME FINAL SOBRE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL MARCO DEL PLAN DE IMPULSO A LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA CÍVICA EN EL PROCESO ELECTORAL 2017- 2018

OCTUBRE, 2018

CONSEJERO PRESIDENTE

Dr. Lorenzo Córdova Vianello

CONSEJERAS Y CONSEJEROS ELECTORALES INTEGRANTES DE LA COMISIÓN DE CAPACITACIÓN ELECTORAL Y EDUCACIÓN CÍVICA

Dr. Benito Nacif Hernández

Presidente

Lic. Enrique Andrade González

Integrante

Dr. Ciro Murayama Rendón

Integrante

Lic. Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles

Integrante

Mtra. Beatriz Claudia Zavala Pérez

Integrante

SECRETARIO EJECUTIVO

Lic. Edmundo Jacobo Molina

DIRECTOR EJECUTIVO DE CAPACITACIÓN ELECTORAL Y EDUCACIÓN CÍVICA

Mtro. Roberto Heycher Cardiel Soto

Contenido

Introducción	4
Resumen ejecutivo de actividades	5
1. Generación y difusión de información para el ejercicio de los derechos político-electorales	9
1.1. Elaboración y distribución de contenidos y materiales.....	9
1.2. Plataformas digitales	10
1.2.1. Voto Informado	10
1.2.2. Observatorio 2.0.....	18
2. Formación en derechos político-electorales	22
2.1. Conversatorios para el diálogo con jóvenes.....	23
2.2. Una Foto por el Voto Libre (Selfie por información)	24
2.3. Coordinación y colaboración con organizaciones ciudadanas para la promoción del voto y de la participación ciudadana.	27
2.4. Fortalecimiento de alianzas con universidades y otras instituciones educativas.	30
2.4.1. Debate del debate	31
2.5. Actividades adicionales	35
2.5.1. Debates entre candidatos y candidatas	36
3. Generación de conocimiento político-electoral.....	38
4. Colaboración interna y vinculación con otros actores	39
5. Monitoreo y evaluación	41
5.1. Monitoreo	41
5.2. Evaluación.....	42
5.2.1. Revisión documental	42
5.2.2. Balance general	45
Conclusiones y recomendaciones	78

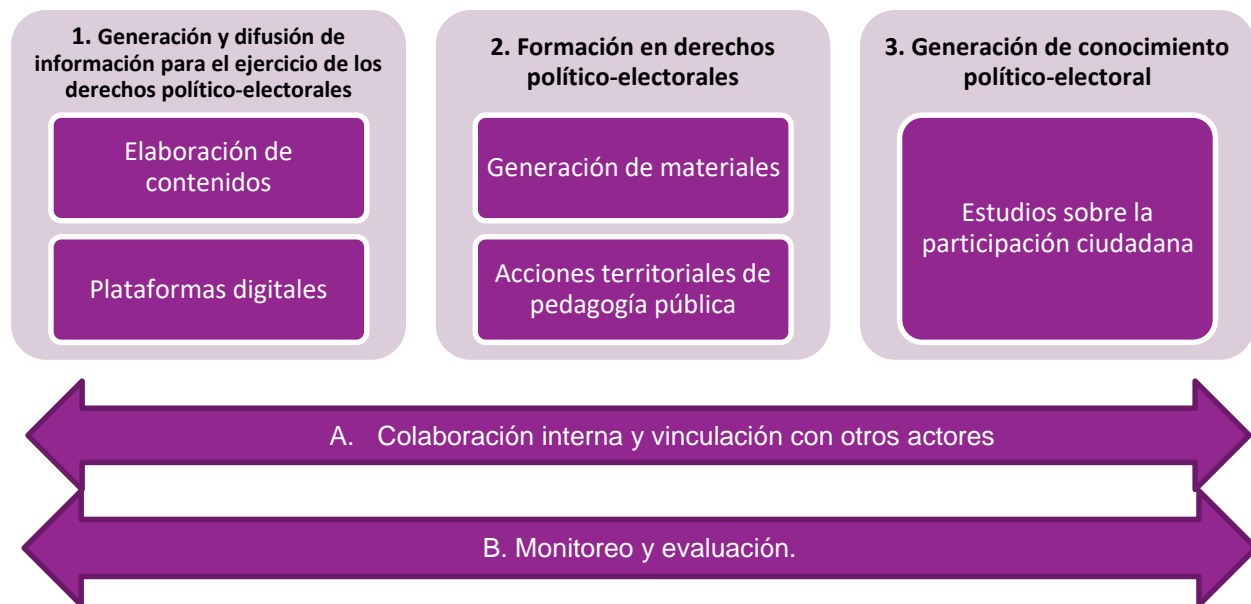
Introducción

El presente documento da cuenta de la implementación y evaluación del *Plan para el impulso de la participación ciudadana y el fortalecimiento de la cultura cívica en el Proceso Electoral 2017-2018*. En este documento se describen las acciones realizadas durante el primer semestre de 2018, mismas que fueron presentadas de forma parcial en las sesiones del Consejo General del 25 de abril y 20 de junio. Con estas acciones se buscó dar cumplimiento al objetivo general del *Plan para el impulso*:

Divulgar y explicar entre la población, información sobre el funcionamiento del proceso electoral y las atribuciones, los mecanismos y los programas con que cuentan las instituciones electorales para garantizar la equidad en la competencia, la integridad del voto libre y la certeza en el resultado de las elecciones. Dicha información está dirigida principalmente a las y los jóvenes de 18 a 34 años¹.

La característica principal del *Plan para el impulso de la participación ciudadana* se sustenta en el cruce de la participación político electoral y la cultura cívica. Con su implementación se promovió, por una parte, el ejercicio del voto libre y razonado y, por la otra, el fortalecimiento de la cultura cívica. Para ello, se establecieron tres líneas generales de trabajo y dos ejes transversales tal como se puede observar en el siguiente esquema.

Esquema 1. Líneas generales de trabajo y ejes transversales para la implementación



¹ La selección de esta población (18 a 34 años) buscó una mejor focalización de esfuerzos y recursos, así como una mejor dirección en el diseño de actividades y de contenidos. Basta con recordar que ellos representan alrededor del 40% del listado nominal y suele ser un sector de la población que generalmente se abstiene de votar porque desconfía de la organización, las instituciones y los resultados del proceso electoral. Vale señalar que estas consideraciones fueron anunciadas en el primer informe presentado a la Comisión del Ramo el 16 de abril del año en curso.

Este documento contiene dos apartados principales. En el primero se presenta el informe final de las acciones realizadas durante el primer semestre de 2018. Conviene mencionar que, con el objetivo de promover la apropiación del espacio público por parte de la ciudadanía mediante más verdad, más diálogo y más exigencia, cada una de esas acciones buscó ser diseñada e implementada en el marco de la Estrategia Nacional de Cultura Cívica 2017-2023 (ENCCÍVICA). En el segundo apartado, con un enfoque de políticas públicas en materia de cultura cívica, se describe la evaluación de las acciones implementadas durante el proceso electoral 2017-2018.

Con el presente documento se da cumplimiento a lo mandatado por la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica el 4 de septiembre de 2017 y, por ende, concluyen las actividades relativas a la promoción de la participación ciudadana en el Proceso Electoral 2017-2018.

Resumen ejecutivo de actividades

Durante el primer semestre de 2018, se desarrollaron las siguientes actividades bajo las líneas de trabajo y ejes transversales establecidos en el *Plan para el impulso de la participación ciudadana* ya citado arriba.

1. Generación y difusión de información para el ejercicio de los derechos político-electorales

1.1 Elaboración y distribución de contenidos y materiales

- Se elaboraron una serie de infografías cuyas líneas temáticas fueron 1) El papel de las autoridades, ciudadanos y actores políticos; 2) Mi voto. Mi derecho; 3) Participación igualitaria entre hombres y mujeres y 4) Cadena de confianza. De éstas, diez fueron entregadas a las Juntas Locales Ejecutivas para ser distribuidas de forma impresa a la población. Por su parte, ocho fueron difundidas en el Poder es Tuyo.
- En el periodo que se reporta, se impulsó la elaboración y distribución de forma gratuita de la obra ***Uf, ¿y para qué votar?*** de los autores Benito Taibo, Rosa Beltrán, Antonio Malpica y Jorge Vargas en colaboración con la editorial Penguin Random House. En los meses de abril, mayo y junio, a nivel nacional, se repartieron 9,400 ejemplares.

1.2 Plataformas digitales

- El INE impulsó el proyecto Voto Informado, el cual, principalmente, puso al alcance de toda persona las propuestas, posturas y trayectorias de las y los candidatos.
- El INE diseñó y operó la plataforma **Observatorio 2.0** en coordinación con el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM con la finalidad de dar información de las actividades de las candidatas y candidatos en Internet y redes sociales.
- Se actualizó el espacio ***Sí voto / Elecciones 2018*** alojado en la página electrónica institucional, para difundir material generado por la DECEyEC, así como de las Juntas Locales Ejecutivas (JLE).

2. Formación en derechos político-electorales

- Se contrataron 32 Promotores/as de la Participación Ciudadana y 120 Auxiliares de Educación Cívica, para apoyar las acciones de promoción del voto. Este personal estuvo adscrito a las Juntas Locales Ejecutivas.
- Se desarrollaron 32 Planes de trabajo conjunto entre el INE, mediante las JLE, y los OPL.
- En las entidades federativas se instrumentaron 3,050 actividades (2,155 adicionales de las 895 que fueron programadas por las JLE).
- En el agregado nacional se superó el número de actividades previstas; aunque solo en 25 entidades reportaron la conclusión de todas sus acciones programadas.

Informe por actividad

- [Conversatorios para el diálogo con jóvenes](#). Se realizaron 343 conversatorios, los cuales contaron con la participación del INE, los Organismos Públicos Locales (OPL), la Fiscalía Especializada para la Atención de los Delitos Electorales (FEPADE) o fiscalías especializadas de carácter local, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) o tribunales locales y universidades. De acuerdo con las listas de registro tomadas antes del inicio de la actividad, 84% de las y los asistentes estuvieron satisfechos con el desarrollo de los conversatorios y 79% de ellos manifestaron que los conocimientos adquiridos les permitirían confiar más en la integridad y la legalidad de las elecciones.
- [Coordinación y colaboración con organizaciones ciudadanas para la promoción del voto y de la participación ciudadana](#). En las 32 entidades del país se buscó involucrar a las organizaciones ciudadanas en la implementación de diversas acciones de promoción de la participación. El resultado principal fue la concertación con 245 organizaciones ciudadanas, con las cuales se llevaron a cabo 338 actividades. Las asociaciones con las que se colaboró trabajan fundamentalmente con jóvenes y población en general.
- [Fortalecimiento de alianzas con universidades y otras instituciones educativas](#). Se estableció contacto con 504 escuelas y facultades de un conjunto de universidades, instituciones de educación superior y media-superior para realizar actividades de promoción del voto. De éstas, se establecieron acuerdos de colaboración con 377 centros educativos en 26 entidades, con la potencialidad de atender, de forma indirecta, a 2.4 millones de estudiantes. Dentro de estos espacios se impulsó una serie de “Debates del debate (presidencial)”, actividad que 90% de los participantes consideró como satisfactoria y 87% expresó su interés por votar el 1° de julio.
- [Una Foto por el Voto Libre \(Selfie por información\)](#). Fue una actividad ampliamente desarrollada en el país: cuadruplicó su número respecto al número de actividades planeadas (932 realizadas contra 226 programadas). Al ser una actividad de carácter festivo y llamativo, se utilizó además para aclarar dudas sobre el Proceso Electoral en curso. Asimismo, muchos participantes aceptaron ser replicadores de la información del INE, siendo Facebook la plataforma preferida para ello. Durante la toma de fotografías se entregaron 157,716 materiales impresos.

- Actividades adicionales. Para dar mayor respuesta a los contextos locales, se implementaron 960 acciones adicionales a las planeadas. Estas consistieron principalmente en conferencias, pláticas, mesas de análisis, foros, talleres, eventos, distribución de material y actividades lúdicas. Los sectores a los que se dirigieron este tipo de actividades fueron principalmente con grupos de jóvenes y público en general.

3. Generación de conocimiento político- electoral

Además del diseño e instrumentación de materiales y acciones dirigidas a la promoción de la participación y el fortalecimiento de los derechos político-electorales, también se difundió información sobre el desarrollo del Proceso Electoral 2017-2018. En este sentido, el 30 de agosto de 2018, en la Octava Sesión Ordinaria de la Comisión de Capacitación y Organización Electoral, se aprobó el *Plan de Trabajo para la realización de los estudios de evaluación de la documentación electoral federal utilizada en la Jornada Electoral del 1 de julio de 2018*. Con dicha validación, se tiene un respaldo legal para abrir las bodegas y comenzar los trabajos que analicen la documentación electoral.

El Plan de Trabajo establece que primero se llevará a cabo un estudio de carácter muestral de la documentación electoral, para posteriormente realizar un levantamiento censal. La DECEyEC utilizará esta última información para la construcción de una base de datos que brinde información sobre el perfil de quienes votaron y de quienes no, tomando como variables la edad, el sexo y el tipo de sección. En consecuencia, con el apoyo de un capturista por distrito electoral federal, se desarrollarán los trabajos de sistematización de la información contenida en los cuadernillos de las listas nominales. Es importante tomar en consideración que este capturista también apoyará en la sistematización de información relevante para la Dirección Ejecutiva de Organización Electoral, por lo que se espera que la captura de carácter censal concluya en el primer bimestre de 2019.

A. Colaboración interna y vinculación con otros actores

La instrumentación de las actividades de impulso a la participación ciudadana y el fortalecimiento de la cultura cívica implicó la colaboración con actores diversos en acciones específicas, tales como:

- Con la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES), se organizaron durante abril y mayo los Foros para la representación y análisis de las plataformas electorales de los candidatos a la presidencia de la República en ocho entidades del país.
- Con la misma ANUIES y la FEPADE se convocaron a las y los universitarios de las instituciones de educación superior afiliadas a cuatro Foros Regionales Sobre Derechos Políticos, Participación Ciudadana, Prevención y Denuncia de Delitos Electorales celebrados en los meses de abril y mayo.
- Con el Museo Interactivo de Economía (MIDE) en la Ciudad de México se coordinaron trabajos para la implementación del juego “Las cuentas claras”. Fue un ejercicio de simulación del escrutinio y cómputo en una casilla al que se invitó a participar al público (mayor de 15 años) asistente al Museo.

- Con la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex) y la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A. C. (ANTAD) se firmaron convenios de colaboración con el objetivo de que estas organizaciones difundieran materiales elaborados por la DECEyEC.
- Con Alsea y Fomento Económico Mexicano (FEMSA) se realizaron reuniones de trabajo y consultas sobre la promoción de la participación ciudadana.

B. Monitoreo y evaluación

El cúmulo de actividades anteriores permitieron que:

- De forma directa se atendieran 293,343 personas; quienes, por edad, 72% son jóvenes entre 18 y 34 años, mientras que, por sexo 64% son mujeres, 36% son hombres y 604 personas declararon otra expresión de género (0.002%).
- En los conversatorios se atendieron a 25,860 personas, en las actividades relativas a Foto por el Voto Libre fueron 24,356 y en las actividades adicionales propuestas por las JLE y los OPL, 243,127.
- De forma indirecta se atendieran 4,011,404 personas (637,810 mediante la distribución de materiales y concursos y 3,373,594 por uso de medios de comunicación y redes locales. Más adelante se darán detalles sobre la fuente de dichas cifras).

Tras una valoración, de forma sintética, se identificó como aspectos positivos:

- Apoyo de plataformas digitales, así como el uso de medios digitales.
- Desarrollar materiales focalizados para grupos prioritarios.
- Concentrar la operación de la promoción de la participación ciudadana a nivel local y no distrital.
- Contratación de personal de apoyo exclusivo para la tarea, para permitir que el personal de las Juntas Distritales Ejecutivas se centrara en la integración de mesas directivas de casilla.
- Establecimiento de alianzas estratégicas con instituciones educativas.
- Brindar flexibilidad a nivel local para la definición de actividades, además de las propuestas por oficinas centrales.

En cambio, se propone fortalecer:

- Los mecanismos de colaboración entre el INE y los OPL, así como involucrarlos con mayor antelación en la definición de actividades.
- Brindar mayores apoyos para mejorar la colaboración con las organizaciones ciudadanas.
- Incluir otros grupos objetivo especialmente aquellos muy interesados en política.

1. Generación y difusión de información para el ejercicio de los derechos político-electorales

1.1. Elaboración y distribución de contenidos y materiales

Con el propósito de detonar procesos de aprendizaje entre la ciudadanía y mayor información sobre las instituciones y actores electorales, la DECEyEC desarrolló una serie de materiales, a modo de infografías. Las líneas temáticas fueron 1) El papel de las autoridades, ciudadanos y actores políticos; 2) Mi voto. Mi derecho; 3) Participación igualitaria entre hombres y mujeres y 4) Cadena de confianza². Se debe mencionar que los contenidos de las infografías, particularmente aquellas relacionadas con la cadena de confianza, estuvieron alineados con aquellos elaborados tanto en la Dirección de Difusión y Campañas Institucionales de la propia DECEyEC como en la Coordinación Nacional de Comunicación Social.

Una vez concluidas las infografías (Ver Anexo 2³), éstas fueron distribuidas mediante plataformas digitales, a través de la cuenta del INE “El Poder es tuyo”, en la publicación de la sección *Si Voto. Elecciones 2018* y la entrega del material a organizaciones ciudadanas. Por otra parte, con el fin de ser distribuidas físicamente a aquellas personas interesadas, las JLE imprimieron el material, ajustando los datos de contacto de cada entidad, y de ser el caso, del OPL.

Asimismo, por el mandato del Comité Editorial del INE, en la sesión celebrada el 21 de diciembre de 2017, se impulsó la elaboración y distribución gratuita de la obra *Uf, ¿y para qué votar?* de los autores Benito Taibo, Rosa Beltrán, Antonio Malpica y Jorge Vargas en colaboración con la editorial Penguin Random House. En este texto los autores argumentan que en las democracias modernas el voto es el primero de los derechos políticos, además de una actividad de participación e incidencia ciudadana en los asuntos de interés colectivo. Subrayan la dimensión histórica del reconocimiento de derechos políticos y la paulatina, pero sensible, incorporación de las mujeres en la vida pública del país.

A nivel nacional se repartieron 9,400 ejemplares. El libro se encuentra disponible en Amazon, iTunes, Google Play, Gandhi, Sanborns y Kobo, así como en la página electrónica del Instituto, sin costo alguno.

² La “cadena de confianza” es un término creado por el INE en torno a tres grandes principios: legalidad, integridad y transparencia. Asimismo, se integra por ocho eslabones, a saber: 1) Padrón Electoral confiable y seguro; 2) La Credencial para Votar es un medio de identificación confiable; 3) Piso mínimo de equidad para las y los contendientes; 4) Las elecciones son organizadas por las y los ciudadanos; 5) Los documentos y materiales electorales son de alta seguridad; 6) La fiscalización es exhaustiva; 7) Las elecciones son vigiladas por las y los ciudadanos, y 8) Los resultados preliminares y cómputos distritales son confiables y transparentes.

³ Si desea conocer qué material fue distribuido en las entidades, así como aquel que fue difundido en la cuenta “El poder es tuyo”, favor de revisar en Anexo 2.

1.2. Plataformas digitales

La DECEyEC hizo uso de las plataformas digitales para intensificar sus acciones de promoción de la participación ciudadana. En el siguiente sub-apartado se describirán tres de ellas: 1) Voto Informado, 2) Observatorio 2.0 y 3) Sí Voto / Elecciones 2018.

1.2.1. Voto Informado

Voto informado es una plataforma que brindó información veraz, relevante y pertinente para que las y los ciudadanos participaran activamente en el diálogo democrático. Dicha herramienta puso al alcance de toda persona las propuestas, posturas y trayectorias de las y los candidatos. Esta plataforma se encontró disponible para la ciudadanía en general desde el 15 de abril de 2018.



El presente sub-apartado corresponde al informe de actividades relativas a esta iniciativa en el periodo que corre del 16 de abril al 2 de julio y se detallan sus cinco pilares: “Conoce las respuestas”, Educación Cívica, Ágora digital, VotoInformadoTV y Candidatos y candidata incluyentes

Presentación de la plataforma Voto Informado

El 3 de mayo se presentó la plataforma Voto Informado ante los medios de comunicación, en el auditorio del Instituto Nacional Electoral. Ocuparon el presídium el Consejero Electoral Mtro. Marco Antonio Baños Martínez, Presidente de la Comisión de Capacitación y Organización Electoral; el Mtro. Roberto Heycher Cardiel Soto, Director Ejecutivo de Capacitación Electoral y Educación Cívica; el Dr. Fernando Castañeda Sabido, Coordinador del Consejo Académico del Área de las Ciencias Sociales de la UNAM; el Mtro. Felipe de la O, Coordinador General de Operaciones de Voto Informado; la Mtra. Claudia Bodek, Coordinadora de Relaciones Institucionales de Voto Informado; la Lic. Fabiola Guzmán Franco, Vicecoordinadora de Operaciones de Voto Informado; y la alumna de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales Ana Laura Flores.

De acuerdo con el programa, en primer lugar, se presentó un audiovisual que describió brevemente el proyecto. Posteriormente, tanto el Mtro. Baños como el Dr. Castañeda y la alumna Flores expusieron algunos elementos de la plataforma. Finalmente, se abrió una ronda de preguntas formuladas por la prensa, mismas que fueron contestadas por el equipo de Voto Informado. Es importante destacar que esta presentación fue transmitida por el canal institucional en YouTube y se invitó a la estructura desconcentrada del Instituto a sintonizarla.

Con el fin de fortalecer la divulgación y el alcance de esta iniciativa, se solicitó a los órganos desconcentrados del Instituto Nacional Electoral en las entidades federativas la realización de una

presentación pública de la propia plataforma. En cumplimiento a esta instrucción se realizaron 33 presentaciones en 31 entidades.

El 26 de junio de 2018 el INE y la Universidad Nacional Autónoma de México realizaron -en conferencia de prensa- una presentación conjunta de los resultados del proyecto en las instalaciones del Instituto. En este evento se destacó la amplia respuesta conseguida, por parte de las candidatas y candidatos, para responder la encuesta de la plataforma.

Tabla 1. Lista de eventos para la presentación de la plataforma en las entidades

Entidades	Fecha del evento	Formato	Sede
Aguascalientes	21 de mayo	Conferencia	Instalaciones Canal 8 TV
Baja California	12 de mayo	Conferencia	Junta Distrital Ejecutiva 02
Baja California Sur	21 de mayo	Conferencia	Junta Local Ejecutiva
Campeche	11, 17 y 24 de mayo	Presentación	Junta Local Ejecutiva, Universidad del Carmen, Universidad Autónoma de Campeche
Coahuila	22 de mayo	Conferencia	Junta Local Ejecutiva
Colima	22 de mayo	Conferencia	Junta Local Ejecutiva
Chiapas	22 de mayo	Rueda de prensa	Junta Local Ejecutiva
Chihuahua	22 de mayo	Conferencia	Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Ciudad de México	17 de mayo	Conferencia	Junta Local Ejecutiva
Durango	17 de mayo	Conferencia	Junta Local Ejecutiva
Guanajuato	22 de mayo	Conferencia	Restaurante "La tasca de los santos"
Guerrero	22 de mayo	Panel	Instituto Electoral y de Participación Ciudadana del Estado de Guerrero
Hidalgo	21 de mayo	Panel	Junta Local Ejecutiva
Jalisco	25 de mayo	Presentación	Junta Local Ejecutiva
México	21 de mayo	Conferencia	Escuela Judicial del Estado de México
Michoacán	23 de mayo	Conferencia	Junta Local Ejecutiva
Morelos	21 de mayo	Conferencia	Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos
Nayarit	21 de mayo	Panel	Junta Distrital Ejecutiva 02 (en Tepic)
Nuevo León	17 de mayo	Conferencia	Junta Local Ejecutiva

Entidades	Fecha del evento	Formato	Sede
Oaxaca	21 de mayo	Conferencia	Centro de Educación Continua, Abierta y a Distancia de la Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca
Puebla	17 de mayo	Plática	Universidad Mesoamericana
Querétaro	17 de mayo	Conferencia	Junta Local Ejecutiva
Quintana Roo	16 de mayo	Presentación	Junta Local Ejecutiva
San Luis Potosí	24 de mayo	conferencia	Junta Local Ejecutiva
Sinaloa	23 de mayo	Plática	Junta Local Ejecutiva
Sonora	21 de mayo	Presentación	Junta Local Ejecutiva
Tabasco	30 de mayo	Conferencia	Junta Local Ejecutiva
Tamaulipas	Pendiente	S/I	S/I
Tlaxcala	21 de mayo	Presentación	Junta Local Ejecutiva
Veracruz	17 de mayo	Presentación	Auditorio de OPL
Yucatán	22 de mayo	Conversatorio	Junta Local Ejecutiva
Zacatecas	21 de mayo	Conferencia	Junta Local Ejecutiva

Avance en la plataforma

Pilar Cuestionario “Conoce las respuestas”

En lo relativo a las entrevistas a candidatas y candidatos para el llenado de los cuestionarios de este pilar, se entrevistaron a las y los candidatos para los siguientes cargos de elección popular. Es importante hacer notar que no todos las y los candidatos contestaron el cuestionario:

- Cinco aspirantes a la Presidencia de la República⁴ (100%). Meta: 4
- 960 personas que contendieron por diputaciones federales (72.73%). Meta: 1,320
- 194 postulantes por senadurías (70.29%). Meta: 276
- Seis candidatas y candidatos a la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México (86%). Meta: 6
- 16 aspirantes a Gubernaturas (44.44%) Meta: 36

Todas las entrevistas fueron grabadas y actualmente pueden consultarse en el sistema de la página www.votoinformado.unam.mx.

A fin de garantizar el llenado de la encuesta por parte de las y los candidatos, el INE instruyó a sus Juntas Locales Ejecutivas para que transmitieran a las y los representantes de los partidos políticos y candidaturas ante los Consejos Locales la importancia de este ejercicio y de que sus respectivas/os candidatas/os atendieran cuanto antes la invitación del equipo de Voto informado 2018.

⁴ También se cuenta con el cuestionario de Margarita Zavala, pues lo contestó previo a su renuncia.

Pilar Educación Cívica

En este pilar se reporta lo relativo al desarrollo de contenidos del curso masivo en línea MOOC “México vota informado”. Se grabaron 30 cápsulas de video con distintas autoridades y académicas/os, dirigidas a formar parte de los materiales audiovisuales del curso, mismos que fueron sometidos a un proceso de postproducción (cada cápsula cuenta con subtítulos). El módulo, cápsula y videos se enlista a continuación:

Módulo I. Democracia y ciudadanía en México

- Cápsula 1. ¿Qué tipo de gobierno existe en México?, con Leonardo Curzio Gutiérrez (UNAM) y Mariana Niembro (*Borde Político*).
- Cápsula 2. El papel de las instituciones públicas electorales en la democracia en México, con Lorenzo Córdova Vianello (INE).
- Cápsula 3. Campañas políticas y estudios de opinión, con Ricardo de la Peña (ISA Consultores).

Módulo II. ¿Cómo se organizan las elecciones?: El proceso

- Cápsula 1. El proceso electoral 2018, con José Woldenberg (UNAM), Rubén Hernández (ITAM) y Greta Ríos (Ollin, A. C.).
- Cápsula 2. Delitos electorales, con Héctor Díaz-Santana (FEPADE).
- Cápsula 3. Voto en el extranjero, con Enrique Andrade (INE).
- Cápsula 4. Participar y votar en igualdad: inclusión y no discriminación durante el proceso electoral en México, con Ximena Andión (ILSB) y Marta Ferreyra (CONAPRED).

Módulo III. Los procesos locales

- Cápsula 1. Lo que debes saber de los procesos locales, con Pedro Zamudio (IEEM) y Ricardo de la Peña (ISA Consultores).
- Cápsula 2. Lo que debes de saber de tu localidad, con Mario Velázquez (IECM).
- Cápsula 3. Ciudad de México y Estado de México, con Sandra López Bringas (IEEM) y Gabriela Williams Salazar (IECM).

Módulo IV. Cómo informarte y participar

- Cápsula 1. Personalidad y trayectoria, con Felipe González y González (IPADE).
- Cápsula 2. Capacidades y habilidades, con Juan Pardinas (IMCO).
- Cápsula 3. Propuestas y perspectiva, con Mauricio Merino (CIDE).
- Cápsula 4. Espacio público: el lugar de la política y la acción ciudadana, con René Torres (UIA).

Módulo V. Medios de comunicación y redes sociales. Influencia y participación en un proceso electoral

- Cápsula 1. Las tecnologías de la información y la comunicación y su relación en el proceso electoral, con José Fabián Romo Zamudio (DGTIC).
- Cápsula 2. Y los medios, ¿están regulados?, con Mario de la Rosa (*Nación 321*).
- Cápsula 3. Internet y redes sociales: impacto en la participación política, con Federico Ramírez (FUNDAR), Gabriel Richaud (IAB) y Hugo Rodríguez Nicolat (Twitter LatAm).
- Cápsula 4. El valor de la información: ¿dónde encontrarla?, con Enrique Zapata, Gabriel Richaud (IAB) y Claudio Flores (LEXIA).

Módulo VI. El día de la elección: ciudadanos a las urnas

- Cápsula 1. El día de la elección: votaremos el futuro de México, con Lorenzo Córdova (INE), Mario Velázquez y Ricardo de la Peña.
- Cápsula 2. Esto no termina aquí: construyamos la democracia día a día, con Jacqueline Peschard Mariscal (UNAM).
- Cápsula 3. Retos y oportunidades ante la transformación de la información, con Felipe de la O (Voto Informado).

Módulo VI. El día de la elección: ciudadanos a las urnas

- Cápsula 1. El día de la elección: votaremos el futuro de México, con Lorenzo Córdova (INE), Mario Velázquez y Ricardo de la Peña.
- Cápsula 2. Esto no termina aquí: construyamos la democracia día a día, con Jacqueline Peschard Mariscal (UNAM).
- Cápsula 3. Retos y oportunidades ante la transformación de la información, con Felipe de la O (Voto Informado).

El 16 de mayo se abrió el acceso al público para inscribirse en el curso masivo en línea MOOC “México vota informado”. Se inscribieron 30,000 personas de las cuales 7,442 personas concluyeron el curso.

Pilar Ágora digital

Los trabajos realizados en este pilar se orientaron al seguimiento de las y los candidatos a través de la “Crónica del candidato”, en la cual las y los usuarios de la página podían consultar la agenda pública de eventos de los contendientes a la Presidencia.

En la sección “Análisis de redes sociales” se dio seguimiento a las cuentas de Twitter de la candidata y los candidatos a la Presidencia de la República durante el proceso electoral de 2018 para medir la difusión y la promoción de su imagen. Se revisaron también sus propuestas de campaña según su plataforma política electoral. En este sentido, se registraron:

- 646 tuits de Ricardo Anaya
- 671 tuits de José Antonio Meade
- 135 tuits de Andrés Manuel López Obrador
- 334 tuits de Margarita Zavala
- 2,262 tuits de Jaime Rodríguez Calderón

De igual manera, se muestra información de los tuits emitidos y su alcance, sus interacciones, el promedio de seguidores y el detalle diario de seguidores.

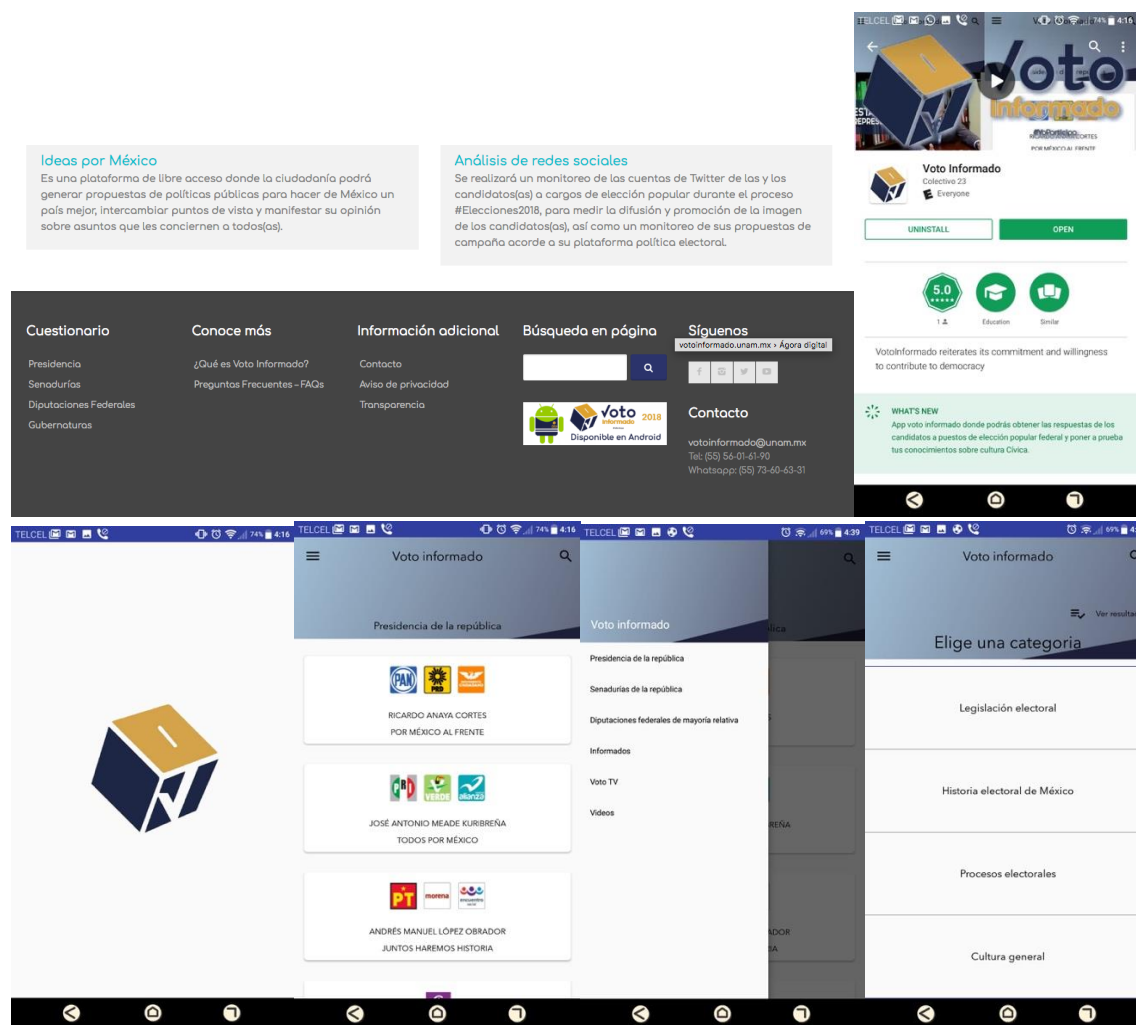
También se dio acceso al público a la sección “Ideas por México”, en la cual las y los ciudadanos podían generar propuestas de políticas públicas, intercambiar puntos de vista y manifestar su opinión sobre asuntos que les conciernen a todos/as.

Por otro lado, en el canal de YouTube de Voto Informado (<https://goo.gl/EB6v3y>) estuvieron disponibles al público los *spots* de la y los candidatos presidenciales durante la precampaña y la campaña electoral. En

la página web de la propia plataforma se publicaron fichas de referencia respecto a cada uno de los *spots*, a partir del 15 de mayo.

En lo concerniente a la sección “Informados”, se desarrolló un juego interactivo en línea, tipo app, del cual se ha elaborado una base de 200 preguntas divididas en cuatro categorías –legislación electoral, historia de México, procesos electorales y cultura general–. La aplicación estuvo disponible en Android e iOS.

Imagen 1. Aplicación móvil desarrollada



Pilar VotoInformadoTV

Para este pilar, se produjeron una serie de videos promocionales y explicativos del proyecto, que se localizan en el mismo canal de YouTube de Voto informado 2018.

De igual manera, desde el día 5 de abril dieron inicio a las transmisiones, a través de TVUNAM (canal 20.1 de televisión abierta y 120 por cable), del programa semanal “Observatorio Voto Informado”, conducido por el Dr. Fernando Castañeda, coordinador académico del proyecto. La primera emisión se tituló “Análisis

de Inicio de Campaña #Elecciones2018”. Asimismo, también se grabaron y transmitieron los siguientes programas:

1. Voto Informado con Luis Castro Obregón
2. Voto Informado con Purificación Carpinteyro Calderón
3. Voto Informado con Enrique Ochoa Reza
4. Voto Informado con Marco Rascón Córdova
5. Voto Informado con Lorena Osornio Elizondo
6. Voto Informado Análisis de los Debates
7. Voto Informado con Mariana Boy
8. Voto Informado con Jaime Heliodoro Rodríguez Calderón, “El Bronco”
9. Rumbo al Senado CDMX
10. Proceso Electoral 2018. Ciudad de México
11. Proceso Electoral 2018. Estado de México
12. Voto Informado con Dante Delgado
13. Voto Informado con Carlos Puente
14. Voto Informado Damián Zepeda
15. Voto Informado Manuel Granados

Tabla 2. Reacción en redes sociales a los contenidos desarrollados

Videos	10
Reproducciones Observatorios Voto Informado	13,547
Likes	349
Dislikes	95
Comentarios	10

El programa Observatorio Voto Informado conducido por el Dr. Fernando Castañeda Sabido, contó del 6 de abril al 29 de junio, con 13 videos en YouTube con el mismo número de programas regulares. Se obtuvieron 13,547 reproducciones con los 13 videos reportados, y destacan 349 “me gusta” de los videos contra 95 “no me gusta” con 4 comentarios por parte de los usuarios.

Por último, como parte de este pilar, se produjeron dos series de cápsulas de video con el objetivo de ofrecer un mayor contexto informativo y de opinión en el marco del proceso electoral. La primera se titula “Líderes Mexicanos. 50 preguntas por México” y cuenta con las entrevistas de Damián Zepeda (PAN), Manuel Granados (PRD), Alberto Anaya (PT), José Antonio Meade y Mikel Arriola (PRI), Luis Castro y Purificación Carpinteyro (Nueva Alianza), Lorena Osornio (candidata independiente), Marco Rascón (Partido Humanista), Jaime Rodríguez Calderón (candidato independiente), Raúl Flores (PRD), Mariana Boy (PVEM), Alejandra Barrales (PRD) y Hugo Eric Flores (PES). La segunda serie de cápsulas se denomina “Cápsulas por la democracia”, con la participación de los consejeros electorales del INE Lic. Enrique Andrade González, Mtro. Marco Antonio Baños Martínez, Mtra. Adriana Margarita Favela Herrera, Dr. Ciro Murayama Rendón, Dr. Benito Nacif Hernández, Dr. José Roberto Ruiz Saldaña, Lic. Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles y Mtra. Beatriz Claudia Zavala Pérez.

Para la serie llamada “Cápsulas por la inclusión y la no discriminación” se contó con el apoyo del Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED). En dicha serie se trataron los siguientes temas: Narrativas de odio y contra-narrativas en el contexto electoral, con Emmanuel Méndez, del Movimiento

sin Odio; y Libertad de expresión y no discriminación en el contexto electoral, con Enrique Ventura, de CONAPRED.

Cabe señalar que, al igual que para “Tus candidatos y candidatas responden”, “Observatorio Voto Informado”, “50 preguntas por México” y “Cápsulas por la democracia” se mantuvo una invitación abierta a las y los candidatos a la Presidencia de la República y la Jefatura de Gobierno, a líderes de partido y a cualquier otro candidato que quisiera participar en alguna de estas dinámicas.

Voto Informado: Candidatos y candidata incluyentes

Para el presente estudio se monitorearon los tuits emitidos por los candidatos y la candidata que contendieron por el cargo a la Presidencia de la República. Ricardo Anaya, José Antonio Meade, Andrés Manuel López Obrador, Margarita Zavala⁵, Jaime Rodríguez Calderón (por orden de inscripción ante el INE). El tiempo de monitoreo fue del 30 de marzo al 27 de junio de 2018.

Se revisó la temática de cada uno de los textos presentados en las plataformas de twitter y se ubicaron en una tabla de categorización de grupos vulnerables. La clasificación de grupos vulnerables fue retomada de las líneas de acción del Programa Nacional para la Igualdad y No Discriminación 2014-2018.⁶

Tabla 3. Monitoreo de candidatas/os incluyentes por candidato/a

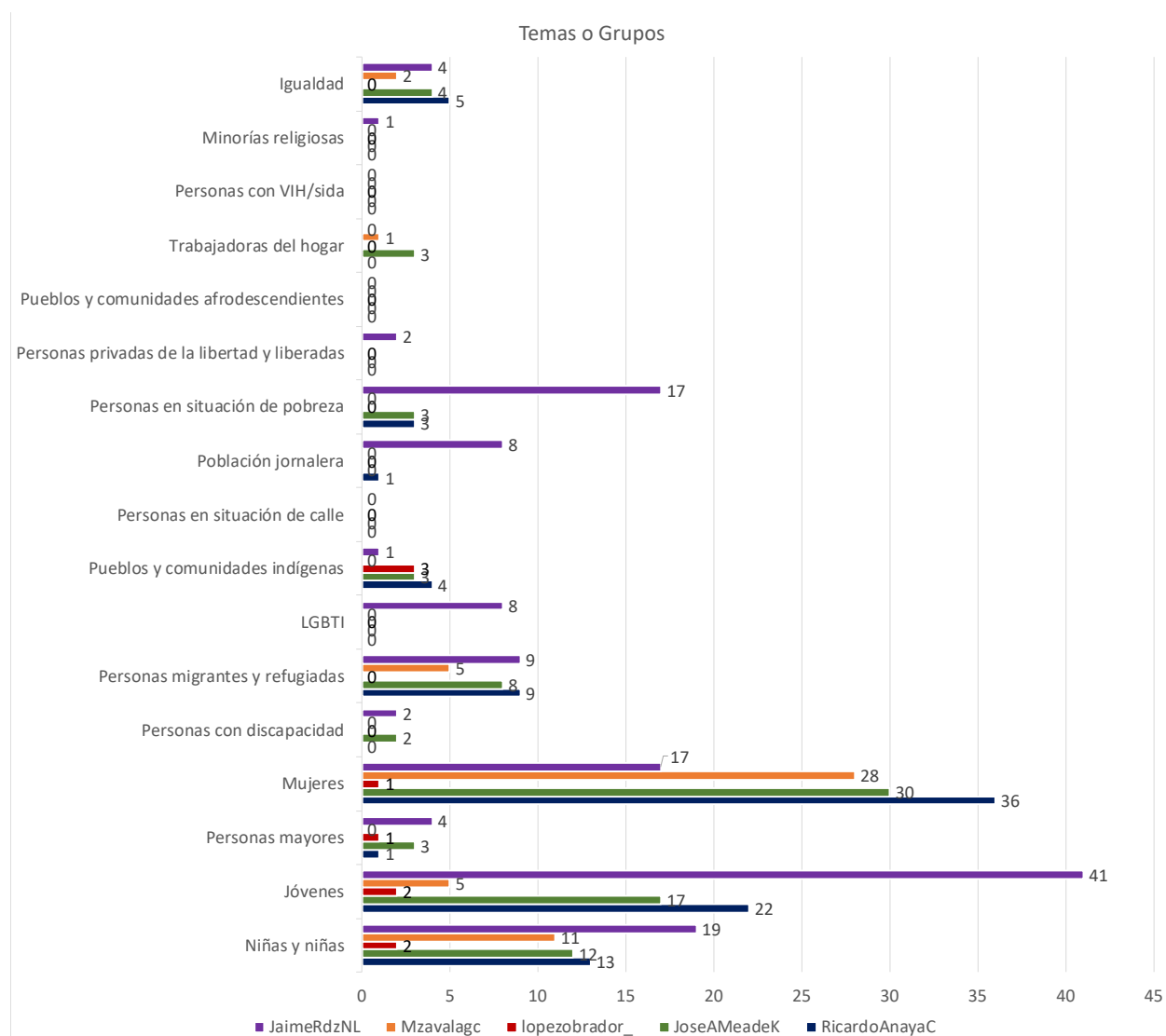
Grupo ó Tema / Candidato	RicardoAnayaC	JoseAMEadeK	lopezobrador_	Mzavalagc	JaimeRdzNL	Total de Menciones para el Tema o Grupo
Niñas y niñas	13	12	2	11	19	57
Jóvenes	22	17	2	5	41	87
Personas mayores	1	3	1	0	4	9
Mujeres	36	30	1	28	17	112
Personas con discapacidad	0	2	0	0	2	4
Personas migrantes y refugiadas	9	8	0	5	9	31
LGBTI	0	0	0	0	8	8
Pueblos y comunidades indígenas	4	3	3	0	1	11
Personas en situación de calle	0	0	0		0	0
Población jornalera	1	0	0	0	8	9
Personas en situación de pobreza	3	3	0	0	17	23
Personas privadas de la libertad y liberadas	0	0	0		2	2
Pueblos y comunidades afrodescendientes	0	0	0	0	0	0
Trabajadoras del hogar	0	3	0	1	0	4
Personas con VIH/sida	0	0	0	0	0	0
Minorías religiosas	0	0	0	0	1	1
Igualdad	5	4	0	2	4	15
N/A	563	601	127	287	2,145	3,723
Total de Impactos	94	85	136	52	133	500
Total de Tweets Emitidos	646	671	135	334	2,262	4,048

⁵ Para el caso de Margarita Zavala, se hizo su monitoreo hasta el 17 de mayo día en que anunció el final de su candidatura.

⁶ Documento informativo 19 de octubre: Día Nacional contra la Discriminación, Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación, 2014.

http://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=documento&id=296&id_opcion=149&op=149

Gráfica 1. Monitoreo de candidatas/os incluyentes



Se clasificaron un total de 4,048 tweets de los candidatos contendientes en el proceso electoral de 2018; de los cuales, solo se registraron 500 impactos o menciones a los grupos minoritarios. En las presentes gráficas se excluyeron los tweets que no contenían menciones a los grupos vulnerables y se contabilizaron el valor (barras) y el porcentaje (pastel) de los impactos o menciones a los grupos vulnerables.

1.2.2. Observatorio 2.0



**Observatorio
Electoral 2.0**
UNAM

El Observatorio Electoral 2.0 fue una iniciativa del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México, la cual tuvo por objetivo dar seguimiento a las actividades cotidianas que, a través de Internet y redes sociales (Facebook, Twitter y YouTube), llevan a cabo candidatos y candidatas a puestos de elección popular. El Observatorio Electoral 2.0 trabajó con información obtenida de fuentes abiertas y de acceso público, lo que permitió que los datos se presentaran

en forma estadística para su comparación y análisis, con la finalidad de cumplir con los objetivos comprometidos.

Se realizó una métrica de seguidores, interacciones y suscriptores, así como un repositorio del contenido gráfico y audiovisual de cada cuenta, con el propósito de analizar la dinámica existente entre los(as) usuarios(as) y los(as) candidatos(as), la aceptación que obtienen, los mensajes emitidos por estos últimos y el impacto que producen en el contexto local. De igual forma, se presentaron actualizaciones en tiempo real de lo que publicó en redes sociales cada uno de los partidos por los que contendieron.

Durante el periodo en el cual operó, se recopilaron los datos y expusieron en la plataforma electrónica del proyecto. Así, se utilizaron gráficas con la finalidad de dar a conocer a los visitantes de la plataforma, de manera sencilla, la actividad de las y los candidatos en las dos elecciones.

El seguimiento en redes sociales, realizado por el Observatorio Electoral 2.0, de los candidatos a la Presidencia de la República, Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México y Gubernatura de Veracruz, comprendido desde el 14 de diciembre del 2017 (fecha de inicio de las precampañas) hasta el 1° de julio del 2018 (día de la elección), se hizo de manera diaria y estuvo sujeto al análisis del contenido publicado en estas plataformas digitales, así como al seguimiento que los internautas dieron a estas campañas digitales a lo largo del Proceso Electoral 2017-2018.

Elección para la Presidencia de los Estados Unidos Mexicanos

Número de seguidores en redes sociales

En el proyecto se realizó el seguimiento de las redes sociales de la y los candidatos a la Presidencia de la República durante el periodo de intercampañas (12 de febrero al 29 de marzo de 2018), campañas (30 de marzo al 28 de junio) y post campañas (2 al 8 de julio). Un primer dato que se recopiló de manera semanal fue el número de seguidores y suscriptores en Facebook, Twitter y YouTube.

Para fines de síntesis, en el presente informe se presentan los datos obtenidos de las redes sociales de la y los candidatos durante el periodo de campaña (oficialmente del 30 de marzo al 27 de junio) aunque, a fin de dar un panorama más completo en el análisis, el dato se extiende hasta el día posterior de la jornada electoral. Cabe mencionar que, en el caso de la candidata independiente, Margarita Ester Zavala Gómez del Campo, se realizó el registro del número de seguidores desde el inicio de su campaña y hasta el 17 de mayo, fecha en la cual presentó su renuncia oficial ante el Instituto Nacional Electoral.

Tabla 4. Número de seguidores en las redes sociales de la candidata y candidatos en el periodo de campaña electoral

Candidata y candidato	Facebook		Twitter		YouTube	
	Inicial (29 de marzo 2018)	Final (2 de julio de 2018)	Inicial (29 de marzo 2018)	Final (2 de julio de 2018)	Inicial (29 de marzo 2018)	Final (2 de julio de 2018)
Ricardo Anaya Cortés	1,106,784	2,170,355	494,568	780,998	16,060	56,066
José Antonio Meade Kuribreña	391,124	876,943	1,186,486	1,366,055	6,265	23,814
Andrés Manuel López Obrador	2,698,569	3,792,248	3,718,936	4,214,334	85,847	215,566
Martha Ester Zavala Gómez del Campo*	596,824	669,656	1,370,249	1,455,930	5,112	7,654
Jaime H. Rodríguez Calderón	1,592,997	2,906,818	589,613	692,127	24,996	37,208

*Hasta el 17 de mayo de 2018

Con esta información, es posible medir el crecimiento del número de seguidores / suscriptores en las cuentas de la candidata y candidatos.

Tabla 5. Crecimiento absoluto y relativo número de usuarios / suscriptores en las cuentas de la candidata y candidatos a la Presidencia (Con base en el número de usuarios)

Candidata y candidatos	FACEBOOK		TWITTER		YOUTUBE	
	Número de usuarios	% de crecimiento	Número de seguidores	% de crecimiento	Número de suscriptores	% de crecimiento
Ricardo Anaya Cortés	1,063,571	96%	286,430	58%	40,006	249%
José Antonio Meade Kuribreña	485,819	124%	179,569	15%	17,549	280%
Andrés Manuel López Obrador	1,093,679	41%	495,398	13%	129,719	151%
Martha Ester Zavala Gómez del Campo*	72,832	12%	85,681	6%	2,542	50%
Jaime H. Rodríguez Calderón	1,313,821	82%	102,514	17%	12,212	49%

*Hasta el 17 de mayo de 2018

Uso de Redes de la candidata y los candidatos presidenciales

Se registró la actividad mensual en redes sociales oficiales de la candidata y los candidatos a la Presidencia de la República. El registro de publicaciones contempla el periodo de campaña de acuerdo con lo establecido por el Instituto Nacional Electoral, del 30 de marzo al 27 de junio de 2018.

Las redes sociales que se contemplaron dentro de este conteo fueron Facebook, Twitter y YouTube. En el caso de Facebook, se hizo el conteo de las publicaciones emitidas por día; es decir, no se contabilizó alguna otra publicación que haya sido compartida de otra cuenta o usuario. Para Twitter se contabilizaron los tweets emitidos por día, dejando de lado los *retuits*, así como los favoritos que pudieran marcarse en esta plataforma. En el caso de YouTube, se tomaron en cuenta los videos publicados por día.

Para la contabilización de la actividad en redes sociales de la candidata y los candidatos, se consideraron cortes semanales, no obstante, se ofrece un resumen mensual de este uso en redes (Tabla 6. Publicaciones en redes sociales de la candidata y candidatos). Del periodo del 30 de marzo al 3 de mayo se consideraron 5 semanas. Para el mes de mayo se contabilizaron 4 semanas, comprendidas del 4 al 31 de mayo. Para el mes de junio, se tomó en cuenta el periodo del 1 al 28 de éste, contabilizando 4 semanas.

En el caso del conteo de publicaciones y monitoreo de actividad en redes sociales de la candidata independiente, Margarita Ester Zavala Gómez de Ocampo, sólo se contabilizó hasta el 17 de mayo, fecha en la cual presentó su renuncia oficial ante el Instituto Nacional Electoral.

Tabla 6. Publicaciones en redes sociales de la candidata y candidatos

Candidata y candidatos	Facebook			Twitter			YouTube		
	Abril	Mayo	Junio	Abril	Mayo	Junio	Abril	Mayo	Junio
Ricardo Anaya Cortés	106	82	64	155	167	103	58	61	63
José Antonio Meade Kuribreña	344	396	146	399	338	141	65	256	78
Andrés Manuel López Obrador	54	38	33	50	39	26	22	12	5
Martha Ester Zavala Gómez del Campo*	104	27	---	189	48	---	26	2	---
Jaime H. Rodríguez Calderón	245	376	278	192	540	157	157	90	65

*Hasta el 17 de mayo de 2018

1.2.3. Sección electrónica *Sí voto / Elecciones 2018*

Por otra parte, con el propósito de contribuir al fortalecimiento de la participación ciudadana, la DECEyEC consideró pertinente actualizar el espacio *Sí voto / Elecciones 2018* alojado en la página electrónica institucional (Imagen 3), ya que el sitio ha estado disponible desde las elecciones federales de 2009. Por tanto, se reorganizó internamente en seis subsecciones. Las dos primeras *¿Cómo participa la ciudadanía?*

y *¿Cómo se desarrolla el proceso electoral?* incluyen material accesible a todo público, particularmente dirigido a las y los jóvenes. Es importante hacer notar que la primera subsección contó con material del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF). En la tercera subsección *Participamos en todo el país* se presentaron materiales en distintos formatos (carteles, videos, canciones, infografías) elaborados en las entidades federativas para informar y promover la participación ciudadana en los procesos electorales locales.

Imagen 2. Sitio *Sí Voto / Elecciones 2018*

ESTUDIOS Y ANÁLISIS SOBRE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

¿CÓMO PARTICIPA LA CIUDADANÍA?

¿CÓMO SE DESARROLLA EL PROCESO ELECTORAL?

MECANISMOS DE COORDINACIÓN Y COLABORACIÓN CON ORGANIZACIONES CIUDADANAS

DELITOS ELECTORALES

Para quien requiera información detallada, con muchos datos, con enfoque en las entidades federativas.

- Estudio comparativo sobre la participación ciudadana en las elecciones federales de 2009, 2012 y 2015
- Encuesta de derechos y libertades de los estados de México
- Índice de calidad de vida municipal. Reporte, 2015

Participamos en todo el país

Aquí se difunde información sobre los procesos electorales en las entidades federativas

+ Aguascalientes	+ Morelos
+ Baja California	+ Nayarit
+ Baja California Sur	+ Nuevo León
+ Campeche	+ Oaxaca
+ Coahuila	+ Puebla
+ Colima	+ Querétaro
+ Chiapas	+ Quintana Roo
+ Chihuahua	+ San Luis Potosí
+ Ciudad de México	+ Sinaloa
+ Durango	+ Sonora
+ Guanajuato	+ Tabasco
+ Guerrero	+ Tamaulipas
+ Hidalgo	+ Tlaxcala
+ Jalisco	+ Veracruz
+ México	+ Yucatán
+ Michoacán	+ Zacatecas

[Aviso de Privacidad y protección de datos personales](#)

[Cédula descriptiva del sistema de datos personales](#)

[Aviso Privacidad Integral](#)

Se dedicó la cuarta subsección a alojar información relativa al *Mecanismo de coordinación y colaboración con organizaciones ciudadanas*. En la quinta, *Delitos electorales*, se muestra material elaborado por la Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales (FEPADE). Por último, la sexta, *Estudios y análisis sobre participación ciudadana*, agrupó material de corte académico para atender las necesidades de información del público especializado.

2. Formación en derechos político-electorales

Para la implementación de las acciones en las 32 entidades, cada Junta Local Ejecutiva estableció un Plan de trabajo para la colaboración con los Organismos Públicos Locales para instrumentar actividades de

divulgación y pedagogía pública en el Proceso Electoral 2017-2018⁷. Para guiar la construcción de dicho Plan de trabajo, la DECEyEC emitió lineamientos en los cuales se solicitaba considerar la implementación de los cinco tipos de actividades estratégicas: i) Conversatorios para el diálogo con jóvenes, ii) Fortalecimiento de alianzas con universidades y otras instituciones educativas de nivel superior, iii) Fortalecimiento del mecanismo de coordinación y colaboración con organizaciones ciudadanas para la promoción del voto y de la participación ciudadana, iv) Una foto por el Voto Libre (Selfie por información) y v) Distribución de material sobre la necesidad del fortalecimiento de cultura democrática. De la gestión entre el INE y los OPL, se acordó llevar a cabo un total de 859 acciones programadas.

Durante la implementación, tanto las JLE como los OPL lograron sumar a más actores interesados en incentivar la participación ciudadana en su entidad. En este sentido, en las entidades federativas se instrumentaron un total de 3,050 actividades (2,155 adicionales de las 895 que fueron programadas por las JLE). Es decir, en el agregado nacional, se superó el número de actividades previstas. En 25 entidades⁸ concluyeron y/o superaron las acciones programadas, mientras que en las entidades restantes, solo en algunos rubros lograron concluir y superar las acciones programadas.⁹

2.1. Conversatorios para el diálogo con jóvenes.

Esta actividad se planeó de modo que pudieran desarrollarse conversatorios en diferentes momentos del Proceso Electoral 2018: el primero se llevó a cabo durante de abril con el tema *“¿Por qué habrá elecciones confiables y seguras el 1° de julio?”* a fin de exponer y analizar los principales mecanismos de protección de la integridad de las elecciones. El segundo se desarrolló hacia los meses de mayo y junio para analizar *“El papel de las instituciones electorales para garantizar el voto libre y secreto”*. Para cada evento, se buscó contar con la participación de autoridades electorales, así como de algún miembro de la academia.

Se realizaron un total de 343 conversatorios, los cuales contaron con la participación del INE, OPL, FEPADE o fiscalías especializadas de carácter local, TEPJF o tribunales locales y universidades.

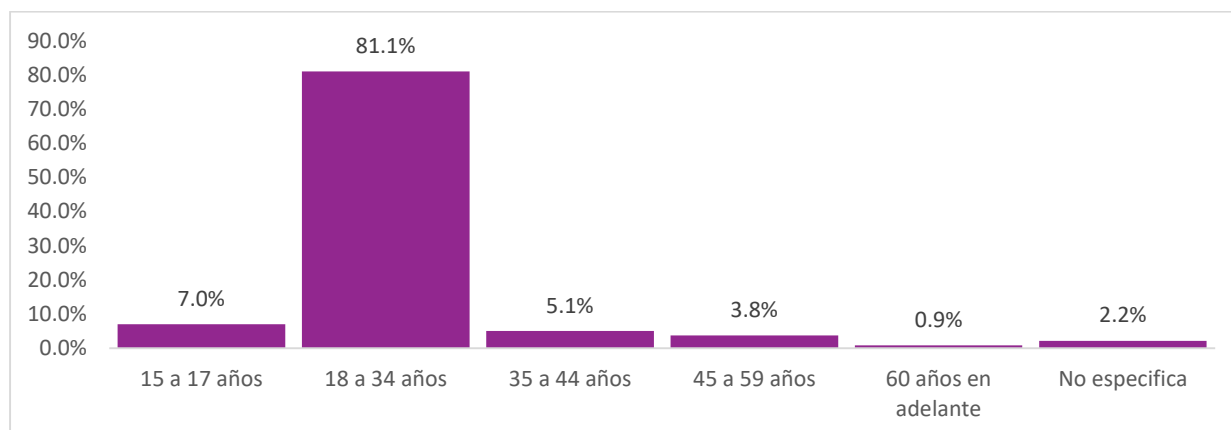
De acuerdo con las listas de asistencia de los 25,860 participantes en los conversatorios, 51.1% fueron mujeres, 46.6% hombres, 0.13% declaró tener otra identidad de género y 2.5% no registró esta información en los formatos. Asimismo, como se observa en la Gráfica 2, con esta actividad se dio atención prioritaria al sector de la población con edades que oscilan entre los 18 y 34 años (81.1% de los asistentes), rango de edad que fue establecido como objetivo en el *Plan para el impulso de la participación ciudadana*.

⁷ En 30 entidades, estos planes se desarrollaron en el marco del convenio general de coordinación y colaboración celebrado entre el Instituto Nacional Electoral y el Organismo Público Local de cada entidad para las elecciones concurrentes. En el caso de Nayarit y Baja California, los OPL estuvieron en total disposición de participar, aunque no existiese un convenio.

⁸ Baja California, Baja California Sur, Campeche, Coahuila, Colima, Chihuahua, Durango, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, México, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Veracruz y Yucatán.

⁹ Para conocer a detalle el avance por entidad, favor de remitirse a la sección de evaluación del presente documento.

Gráfica 2. Edad de las y los participantes



El sector estudiantil representó 82% de los asistentes. Además, participaron las y los académicos (5%), las y los funcionarios públicos (8%) y el porcentaje restante (5%) se distribuyó entre representantes de organizaciones de la sociedad civil, de partido u organizaciones políticas, así como de comunidades u organizaciones vecinales.

Como parte del programa de los conversatorios se aplicó un cuestionario a fin de evaluar la satisfacción de los asistentes. Del total de asistentes, 70% (18,463 registros) entregaron el instrumento a las y los organizadores¹⁰. Las respuestas son en sí mismas evidencia e información del “rendimiento obtenido” en el ámbito de la cultura cívica.¹¹

- Los temas abordados se consideran relevantes (90%).
- Cambió su conocimiento sobre los mecanismos de protección de las elecciones (79%).
- Los conocimientos adquiridos les permiten confiar más en la integridad y la legalidad de las elecciones (79%).
- La realización de este tipo de conversatorios fomenta el interés de la ciudadanía en participar activamente en la vigilancia del proceso electoral (86%).
- Están satisfechas/os con el desarrollo de los conversatorios a los que asistieron (84%).

2.2. Una Foto por el Voto Libre (Selfie por información)

Una actividad conveniente para difundir información mediante un formato “no formal” fue “Una Foto por el Voto Libre (Selfie por información)”. La actividad consistió en realizar un montaje donde se invitaba a la ciudadanía a tomarse una fotografía con elementos gráficos alusivos a las elecciones. En este sentido, mientras se desarrollaba la actividad, el personal del Instituto podía platicar con los participantes y brindar

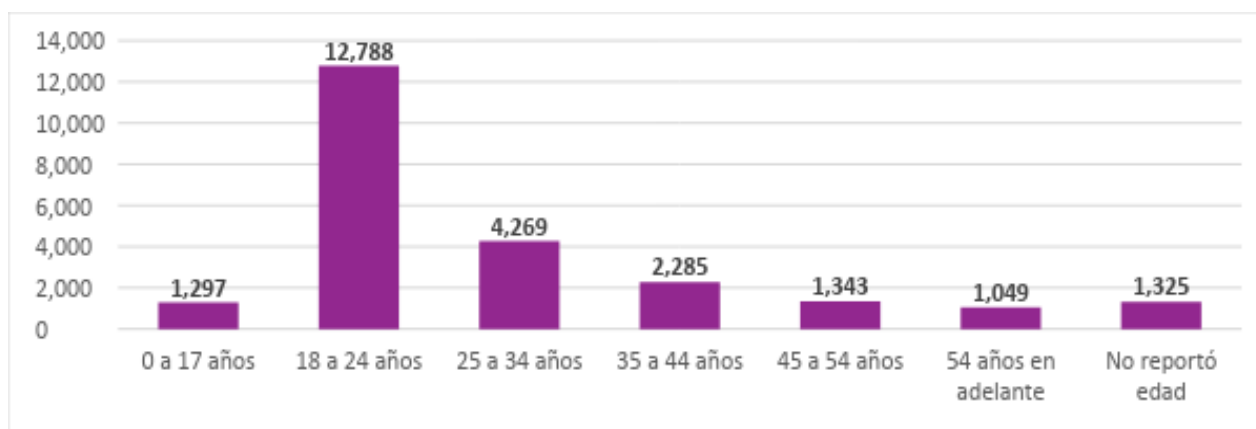
¹⁰ Si bien al inicio de cada conversatorio se les entrega una papeleta, ésta no necesariamente fue devuelta por los asistentes.

¹¹ Las respuestas a las valoraciones de la actividad que se muestran a continuación son la suma de las opciones “Mucho” y “Algo”. Si se desea ver con detalle dichas respuestas, remitirse al Anexo 3.

mayor información, así como aclarar dudas sobre el Proceso Electoral. Asimismo, muchos participantes aceptaron ser replicadores de la información del INE, siendo Facebook la plataforma preferida para ello.

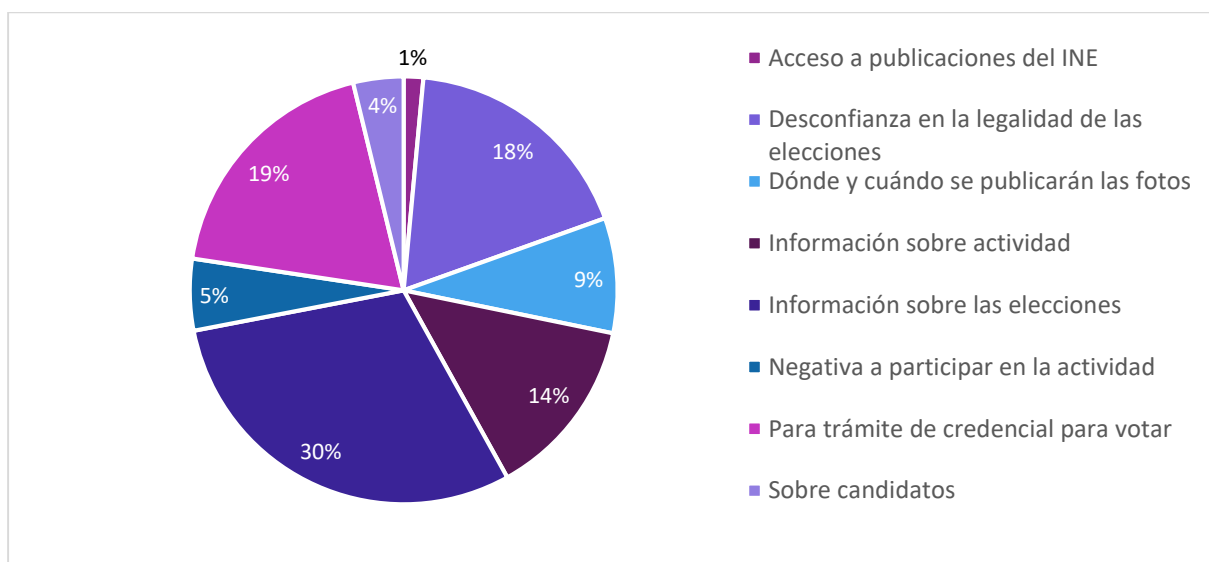
Esta actividad cuadruplicó el número de actividades planeadas (932 vs. 226). El INE fue la institución responsable de la actividad en casi 76% de los *stands*, mientras que los OPL participaron en 24%, ya sea en colaboración con el INE o por iniciativa propia. Además, 54.69% de las personas involucradas en la actividad fueron mujeres, 45.16% fueron hombres y 0.15% personas con otra identidad de género. De igual forma, 70% de los integrantes del grupo de 18 y 34 años participaron en la actividad (Gráfica 3).

Gráfica 3. Rango de edad de las y los participantes



Durante la toma de fotografías, se entregaron **157,716** materiales impresos. Esto es, a quienes se tomaron la foto se les entregó material informativo sobre la democracia y el sistema electoral mexicano. También, en el marco de estas actividades, las y los ciudadanos dejaron al INE comentarios: 52% de ellos tienen que ver con las elecciones, 28% con las particularidades del desarrollo de la actividad en sí misma (tomarse la foto) y 19% con dudas relativas a la credencial para votar (Gráfica 4).

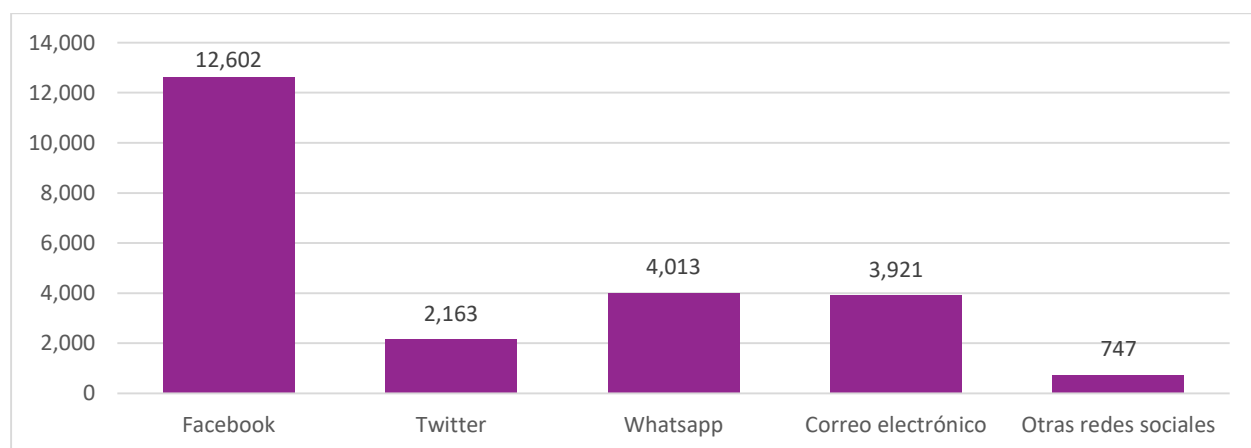
Gráfica 4. Porcentaje de las preguntas u observaciones más relevantes



Es así que la actividad Una Foto por el Voto Libre (*Selfie* por información) tuvo un doble efecto: primero, permitió recoger las inquietudes y preguntas de la ciudadanía sobre las elecciones, incluidas las relacionadas con la credencial para votar. Segundo, las y los promotores y auxiliares de educación cívica tuvieron oportunidad de estar en contacto con la ciudadanía, atender dudas y dar respuestas, con lo que abonaron a generar confianza en el proceso electoral 2017-2018.

No es trivial mencionar que esta actividad no únicamente fue útil para que, en un ambiente relajado, las y los jóvenes recibieran información sobre el proceso electoral, sino también para que los jóvenes se convirtieran en divulgadores de información del INE y de las elecciones. En efecto, estos jóvenes circularon la información vía Facebook, Twitter, WhatsApp y correo electrónico (Gráfica 5). De esta manera, los participantes en esta actividad no sólo hicieron uso de las plataformas digitales mencionadas en dispositivos de pedagogía pública, sino que se convirtieron también en activos promotores del voto cuya incidencia en el “espacio público virtual” es una evidencia del fortalecimiento de la cultura cívica.

Gráfica 5. Medio principalmente empleado para esta divulgación



Con la finalidad de dar seguimiento a la instrumentación de “Una foto por el voto libre (*Selfie* por información)” y, en particular, a la publicación de las fotografías, se realizó una revisión de las cuentas administradas por las Juntas Locales Ejecutivas de tres redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram). Cabe mencionar que esta búsqueda se limitó a aquellas JLE que reportaron la implementación del proyecto. Al respecto se enuncian los siguientes hallazgos:

- De las 30 entidades que reportaron la implementación de esta actividad (las excepciones son Colima y Tamaulipas) 29 publicaron fotografías de este proyecto en sus redes sociales. En el caso de la Junta Local Ejecutiva en el estado de Hidalgo, no se encontraron fotos relativas a la “selfie” en sus redes pese a que la JLE sí desarrolló la actividad.
- La red social más utilizada por las JLE fue Facebook, seguida de Twitter.
- Las JLE de Guerrero, Querétaro y Yucatán fueron las que más publicaron fotografías en Facebook, mientras que las de Chiapas, Michoacán y Veracruz utilizaron más Twitter.

- Instagram fue la red menos utilizada para este fin. Sólo se encontraron publicaciones relativas a las “selfies” por parte de la JLE de Baja California (hay que advertir, sin embargo, la dificultad de realizar una búsqueda exhaustiva en este medio)
- Por último, es preciso advertir que, en el caso de las JLE de la Ciudad de México, Nuevo León, Oaxaca y Quintana Roo, si bien publicaron material, lo hicieron ocasionalmente.

Imagen 3. Fotos por el Voto Libre (selfies por información)



2.3. Coordinación y colaboración con organizaciones ciudadanas para la promoción del voto y de la participación ciudadana.

En el marco de lo establecido por el Reglamento de Elecciones, en el Capítulo VI, y con el propósito de contar con una mayor estructura que potenciará las acciones de pedagogía pública, se consideró primordial establecer sinergias con organizaciones ciudadanas. Por ello, con la aprobación previa de la Comisión de Capacitación y Organización Electoral, el día 17 de enero de 2018 la DECEyEC impulsó el establecimiento de un mecanismo de coordinación con las organizaciones ciudadanas.

Este mecanismo consistió en la formación de una red que permitió potenciar la difusión, el impulso y la formación en derechos y responsabilidades político-electorales de la ciudadanía; resaltar la importancia del proceso electoral y del sistema político, así como de lo pernicioso de los delitos electorales, además de enfatizar en la necesidad de participar en la vida pública del país más allá de las elecciones (por ejemplo, en asociaciones académicas, vecinales o comunitarias).

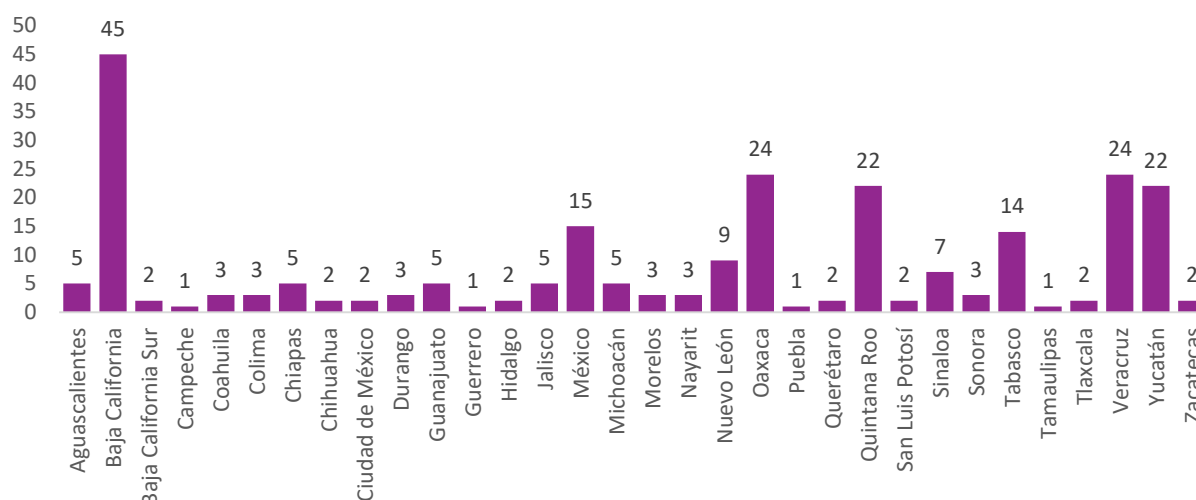
Como una primera acción, el INE emitió una convocatoria pública nacional mediante la cual se invitó a las organizaciones a registrarse para organizar la red y realizar actividades de promoción del voto y de la participación ciudadana en el marco del Proceso Electoral 2017-2018. En dicha convocatoria, se fijaron los criterios para la acreditación de las organizaciones como promotoras del voto y de la participación ciudadana, así como las reglas y procedimientos específicos, siempre con total apego a lo dispuesto en la normatividad electoral.

Desde la DECEyEC se realizó la convocatoria y el registro de organizaciones, así mismo se dio seguimiento, desde el correo electrónico vinculacion.deceyec@ine.mx, a las solicitudes de las organizaciones. Sin embargo, éstas solicitudes se referían sobre todo al proceso de inscripción en el mecanismo.

El papel de las y los Vocales de Capacitación Electoral y Educación Cívica fue invitar a las organizaciones de sus respectivas entidades a pertenecer a la Red del Mecanismo de coordinación y colaboración con organizaciones ciudadanas cuya convocatoria estuvo abierta del 17 de enero hasta el 16 de marzo. Asimismo, pese a haber concluido el plazo de registro, las JLE continuaron su labor y lograron concertar trabajo conjunto con organizaciones cuyos perfiles se centran en jóvenes y población abierta.

Las Juntas Locales Ejecutivas realizaron 311 acciones de concertación para coordinar y lograr la colaboración en la implementación de las actividades de promoción de la participación ciudadana en el proceso electoral 2017-2018 de 245 organizaciones ciudadanas (38 que integran formalmente la Red y 207 adicionales¹²). Baja California, Oaxaca, Quintana Roo, Veracruz y Yucatán fueron las entidades donde hubo mayor colaboración con organizaciones ciudadanas (Gráfica 6).

Gráfica 6. Número de Asociaciones por entidad



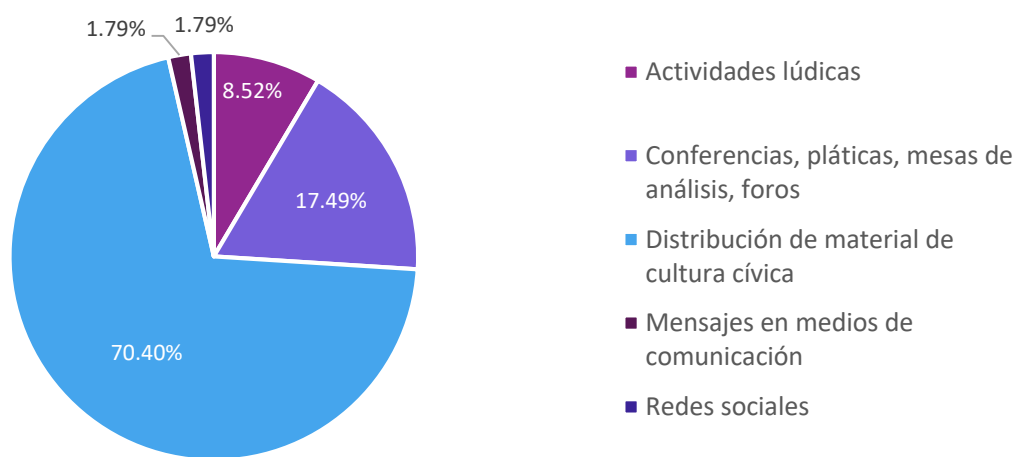
Dado que el trabajo con las organizaciones ciudadanas se desarrolló de forma conjunta o separada con el OPL es importante mencionar que el INE se coordinó directamente con las organizaciones en 66% de los

¹² Si desea conocer la lista de organizaciones con las que se trabaja, puede revisar el Anexo 4.

casos; en 31% el Instituto actuó junto los OPL mientras que éstos trabajaron directamente con las organizaciones en 2% de los casos.¹³

El objetivo de la concertación con organizaciones ciudadanas fue desarrollar diversas acciones que incentivaran la participación ciudadana. En los casos en que se concretó la colaboración, se implementaron 223 actividades. Éstas se concentraron, principalmente, en la distribución de material, en su mayor parte impreso¹⁴. Además, se realizaron conferencias y pláticas, actividades lúdicas y se enviaron mensajes en medios de comunicación tradicionales, así como en redes sociales (Gráfica 7).¹⁵

Gráfica 7. Acciones realizadas con organizaciones ciudadanas (porcentaje)



Por su parte, las organizaciones -integrantes del mecanismo- realizaron labores de promoción de la participación ciudadana. Al 1 de septiembre de 2018 se recibieron 10 informes por parte de las organizaciones. Es importante mencionar que a todas las organizaciones (tanto a aquellas que se registraron como parte de la red como aquellas que trabajaron directamente con las Juntas Locales y los OPL que participaron en la promoción del voto y de la participación ciudadana) se les enviaron correos electrónicos a fin de solicitar el informe final de actividades.

En los informes presentados se reportaron un total de 29 acciones realizadas en 10 entidades. En términos generales, el tipo de acciones implementadas fue de dos tipos: difusión y capacitación. Las acciones de difusión van desde volanteo en la vía pública, hasta carteles, espectaculares y conferencias de prensa. Además, en algunos casos, las organizaciones realizaron sus propios materiales. Por su parte, las acciones de capacitación fueron sobre todo talleres enfocados hacia mujeres y jóvenes.¹⁶

¹³ 1% de los casos no se especifica.

¹⁴ Se ha repartido 87,808 materiales impresos tales como cuadernillos, folletos, infografías, manuales y juegos didácticos.

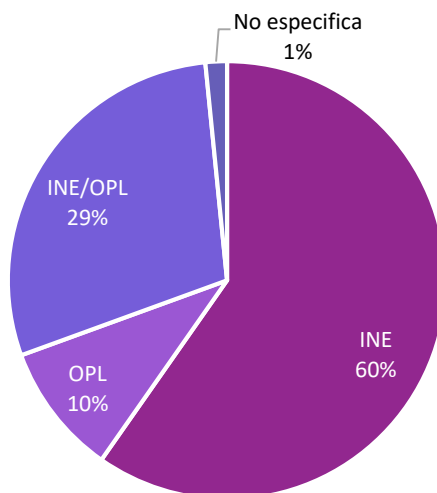
¹⁵ Si desea conocer las acciones realizadas en cada entidad, remitirse al Anexo 5.

¹⁶ Para revisar a detalle los informes mencionados, favor de remitirse al Anexo 6.

2.4. Fortalecimiento de alianzas con universidades y otras instituciones educativas.

En el marco de este *Plan para el impulso de la participación* se desarrollaron acciones en instituciones universitarias. En este caso, el INE fue la institución que convocó en 60% de las acciones realizadas; los OPL en 10%; ambas en 29% y no se cuenta con información precisa sobre 1% de los casos¹⁷ (Gráfica 8).

Gráfica 8. Porcentaje de actividades las cuales son convocadas por las universidades y las autoridades electorales



Se estableció contacto con 504 instituciones, de las cuales 77% se dedican a impartir educación superior, 12% media superior y superior, y 11% media superior. Es importante tomar en cuenta que cada escuela o facultad se consideró como “una institución” aunque esas escuelas o facultades pertenecieran a una misma sede universitaria¹⁸ pues en diversos casos suelen trabajar de forma independiente¹⁹.

En total, se realizaron 676 acciones con las universidades. La principal actividad fue el desarrollo de espacios de diálogo tales como conferencias, pláticas, mesas de análisis y foros. Le siguieron la distribución de materiales, la actividad “Foto por el Voto Libre” (selfie por información), mensajes en medios de comunicación, así como la realización de “debates del debate”. Por el otro lado, las que menos se realizaron fueron los conversatorios (que no estuviesen originalmente contemplados en el Plan de Trabajo), actividades lúdicas, instalación de módulos de información y uso de redes sociales (ver Tabla 7).

¹⁷ En los reportes remitidos a la DECEyEC, no se especificó con qué actores se colaboró.

¹⁸ Si desea conocer la lista de universidades y centros educativos con los que se ha establecido alguna colaboración, remitirse al Anexo 7.

¹⁹ Si se desea conocer a la población que indirectamente se atendió, favor de remitirse al Anexo 8.

Tabla 7. Número de actividades desarrolladas²⁰

Descripción de la acción	Total de acciones implementadas
Conferencias, pláticas, mesas de análisis, foros	156
Distribución de material de cultura cívica	227
Foto por el Voto Libre (selfie por información)	77
Mensajes en medios de comunicación	64
Debates del debate	52
Conversatorios	64
Actividades lúdicas	25
Módulos de información	3
Redes sociales	8
Total	676²¹

2.4.1. Debate del debate

De las acciones propuestas a realizar en coordinación con los centros educativos que colaboraron, se encuentran la de habilitar espacios de diálogo donde la comunidad estudiantil analizó las distintas propuestas presentadas por la y los candidatos a la Presidencia de México. En 22 entidades se desarrollaron 70 actividades de “Debates del debate”^{22,23}. Hidalgo destaca por ser la entidad que más realizó este tipo de acciones (Tabla 8), pese a que originalmente no la incluía en sus planes.

Tabla 8. Total de “debates del debate” comprometidos en los Planes de trabajo conjuntos y número de concluidos

Entidad	Comprometidos	Realizados
Aguascalientes	3	0
Baja California	0	3
Baja California Sur	0	1
Coahuila	2	3
Colima	0	2
Chihuahua	2	1

Entidad	Comprometidos	Realizados
Ciudad de México	0	9
Durango	0	1
Guanajuato	0	1
Guerrero	3	2
Hidalgo	0	10
Jalisco	2	0
México	1	5

²⁰ Si desea conocer las actividades que cada entidad ha hecho en colaboración con las universidades y otros centros educativos, remitirse el Anexo 9.

²¹ A partir de las 844 acciones de concertación que impulsaron las Juntas Locales Ejecutivas para convocar la participación de los centros educativos de nivel superior y medio superior, se concretó la instrumentación de un total de 676 actividades con la población objetivo.

²² Son una serie de eventos de intercambio que analizan el desarrollo de los debates presidenciales organizados por el INE.

²³ A diferencia del número presentado en el apartado anterior, los “Debates del debate” no siempre se realizaron en espacios educativos.

Entidad	Comprometidos	Realizados
Michoacán	2	1
Morelos	0	2
Nayarit	1	1
Nuevo León	0	3
Querétaro	1	8
San Luis Potosí	1	3

Entidad	Comprometidos	Realizados
Sinaloa	1	7
Sonora	6	3
Tabasco	0	3
Yucatán	1	0
Zacatecas	3	1
Total	29	70

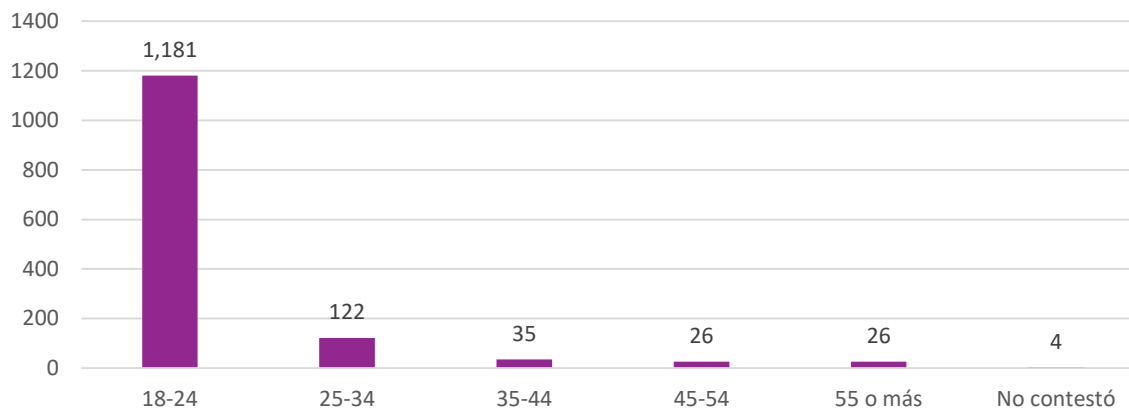
Para llevar a cabo esta actividad se habilitaron tres tipos de espacios (presenciales, redes sociales y video debates) por medio de los cuales se implementaron 52 mesas de discusión y análisis, cinco foros en blogs, cuatro fuera de los centros educativos y convocados por las Juntas Locales y nueve cine-debates. En esta actividad específica participaron 3,098 personas: 1664 mujeres (54%), hombres 1421 (46%) y 13 personas que se declararon con otra expresión de género (0.004%).

Tabla 9. Población atendida por sexo

Entidad	Mujeres	Hombres	Otra expresión de género	Total población atendida
Baja California	207	157	0	364
Baja California Sur	34	40	0	74
Coahuila	62	106	1	169
Colima	94	111	3	208
Chihuahua	72	123	1	196
Ciudad de México	125	148	0	273
Durango	24	15		39
Guanajuato	75	43	0	118
Guerrero	64	89		153
Hidalgo	211	113	0	324
México	22	28		50
Michoacán	7	7	0	14
Morelos	56	28	2	86
Nayarit	31	24	0	55
Nuevo León	83	44	6	133
Puebla	0	0	0	0
Querétaro	220	82	0	302
San Luis Potosí	0	0	0	0
Sinaloa	149	125	0	274
Sonora	30	29	0	59
Tabasco	47	78	0	125
Zacatecas	51	31		82
Total general	1,664	1,421	13	3,098

Como parte de las acciones consideradas, también se aplicó a 1394 personas un cuestionario a efecto de valorar la idoneidad de los “Debates del debate”. Del análisis de la información recibida se observa que 796 de quienes respondieron la evaluación asisten a escuelas públicas (57%) y 598 a escuelas privadas (43%); además de que 577 son hombres (41%), 763 son mujeres (55%), 13 personas tienen otra expresión de género (1%) y 42 no respondió (3%). De igual manera, como se muestra en la siguiente gráfica, la edad se concentra entre 18 y 24 años, 1181 personas (85% de quienes participaron).

Gráfica 9. Perfil de las y los participantes en algún “Debate del debate”



Destaca, por otra parte, que de las 1,394 personas que respondieron el cuestionario, 1157 vio las transmisiones de los tres debates (83%). Respecto del primer debate, los temas más interesantes fueron “Combate a la corrupción e impunidad” y “Seguridad pública y violencia”. Si bien para más de la mitad de quienes respondieron el cuestionario ninguno de los temas podría catalogarse como de poco interés, 250 personas (18%) consideraron que “Democracia, pluralismo y derechos de grupos en situación de vulnerabilidad” fue el debate menos atractivo. En cambio, los asistentes consideran que debió discutirse más el de “Seguridad pública y violencia” (Tabla 10).

Tabla 10. Valoración de los jóvenes del primer debate

Temática	Tema cuya discusión más me interesó	Tema cuya discusión menos me interesó	Tema que debió discutirse más
Combate a la corrupción e impunidad	170 (22%)	82 (11%)	190 (25%)
Democracia pluralismo y derechos de grupos en situación de vulnerabilidad	58 (8%)	140 (18%)	133 (17%)
Seguridad pública y violencia	170 (22%)	52 (7%)	198 (26%)
Todos	282 (37%)	37 (5%)	175 (23%)
Ninguno	44 (6%)	404 (56%)	29 (4%)
No contestó	43 (6%)	51 (7%)	42 (5%)

N =767

En el caso del segundo debate, las y los encuestados calificaron de mayor interés la discusión de todos los temas por parte de los candidatos. Con todo, el más atractivo fue “Comercio exterior e inversión” en el cual, los jóvenes dijeron, debió discutirse más. Esto también confirma el interés de las y los jóvenes por

impulsar el desarrollo económico en el país, lo cual se traduciría, al menos, en mayores y mejores empleos (Tabla 11).

Tabla 11. Valoración de los jóvenes del segundo debate

Temática	Tema cuya discusión más me interesó	Tema cuya discusión menos me interesó	Tema que debió discutirse más
Comercio exterior e inversión	156 (31%)	58 (12%)	153 (31%)
Derechos de los migrantes	56 (11%)	69 (14%)	52 (10%)
Seguridad fronteriza y combate al crimen transnacional	85 (17%)	48 (10%)	115 (23%)
Todos	132 (27%)	27 (5%)	107 (22%)
Ninguno	18 (4%)	236 (47%)	14 (3%)
No contestó	50 (10%)	59 (12%)	56 (11%)

N=497

Para el tercer debate las y los participantes consideraron que los tres temas planteados fueron de su interés, aunque les pareció el de mayor relevancia “Crecimiento económico, pobreza y desigualdad” (Tabla 12).

Tabla 12. Valoración de los jóvenes del tercer debate

Temática	Tema cuya discusión más me interesó	Tema cuya discusión menos me interesó	Tema que debió discutirse más
Crecimiento económico, pobreza y desigualdad	26 (20%)	13 (10%)	35 (27%)
Educación, ciencia y tecnología	21 (16%)	16 (12%)	18 (14%)
Salud, desarrollo sustentable y cambio climático.	13 (10%)	17 (13%)	28 (22%)
Todos	37 (28%)	3 (2%)	17 (13%)
Ninguno	7 (5%)	55 (42%)	6 (5%)
No contestó	26 (20%)	26 (20%)	26 (20%)

N=130

Es importante mencionar que 1115 jóvenes (80%) declaró tener interés en ver el siguiente debate presidencial²⁴.

De manera general, la valoración de los 1,394 participantes fue positiva pues:²⁵

- 1238 personas consideraron que la actividad fue pertinente (68%).

²⁴ Esta pregunta solo aplicó para el caso de los primeros dos debates presidenciales.

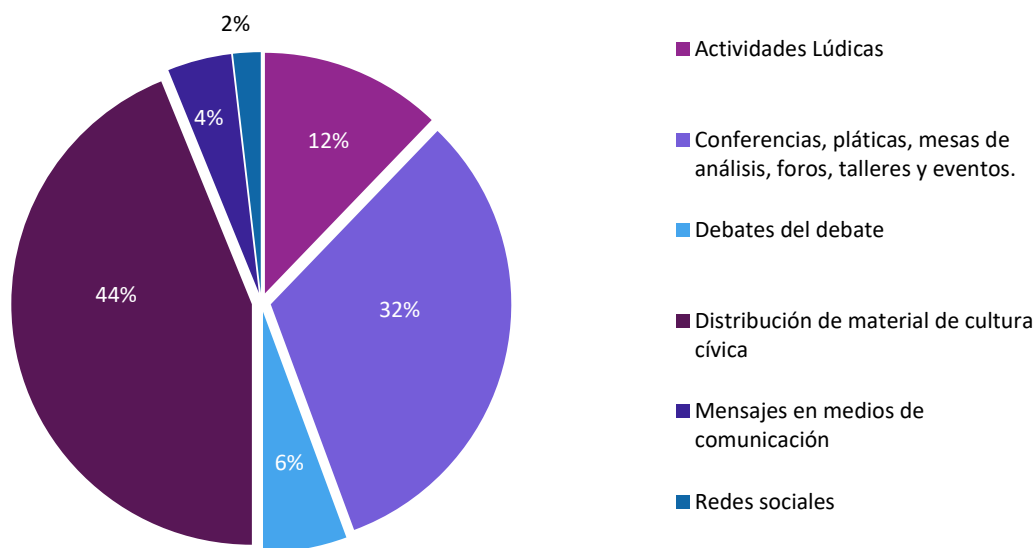
²⁵ Las respuestas resultan de la suma de las opciones “Mucho” y “Algo”. Si desea conocer con mayor detalle la valoración del “Debate del Debate”, remitirse al Anexo 10.

- 1203 personas la catalogaron como productiva (86%).
- 1032 mejoró sus conocimientos sobre las propuestas de los candidatos (74%).
- 1063 personas pudieron expresarse libremente (76%).
- 1210 personas pudieron escuchar opiniones distintas (87%).
- 1255 personas consideraron satisfactoria la actividad (90%).
- **1213 personas elevaron su interés en participar con su voto el 1° de julio (86%).**

2.5. Actividades adicionales

Si bien desde la DECEyEC se emitió una serie de criterios para la ejecución de actividades conjuntas entre las Juntas Locales Ejecutivas y los Organismos Públicos Locales, también se consideró procedente la realización de actividades adicionales. En este sentido, se reportaron 976 acciones²⁶ tales como conferencias, pláticas, mesas de análisis, foros, talleres y eventos, en su mayor parte, tal y como se puede ver en la Gráfica 10.

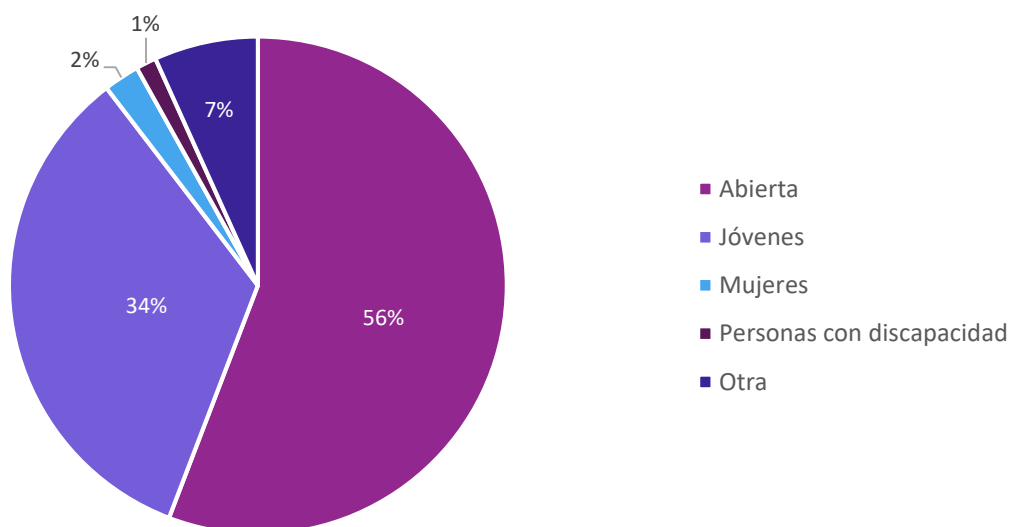
Gráfica 10. Actividades adicionales



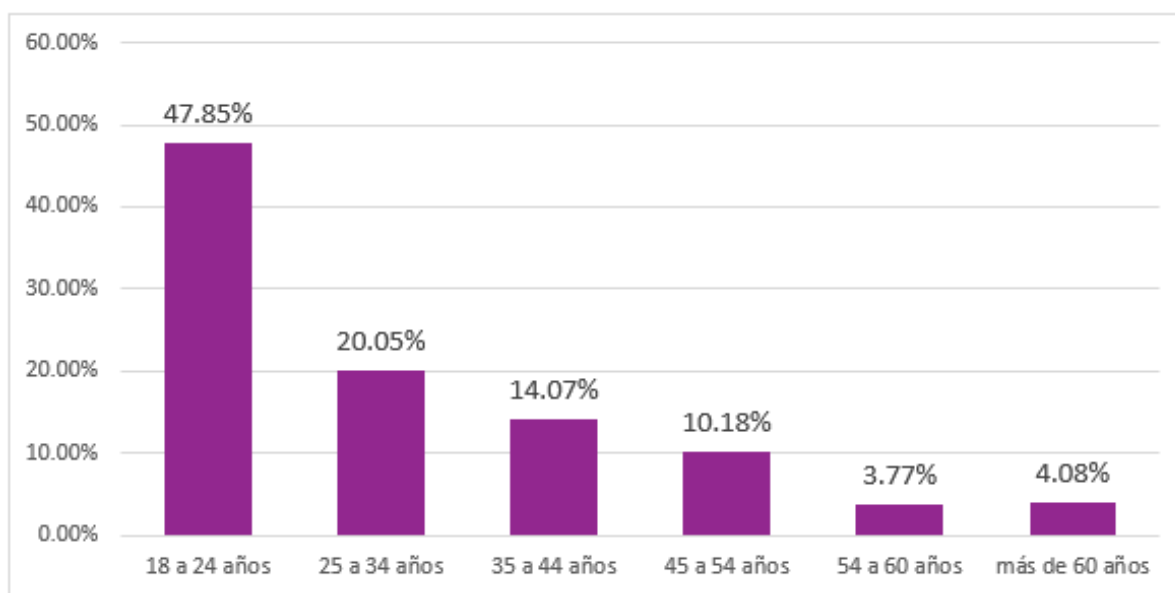
En estas actividades participaron público en general y jóvenes principalmente (Gráfica 11). En total, se atendió a 243,127 personas. Sin embargo, únicamente se tienen datos demográficos de 106,976 personas, de los cuales, 72743 fueron mujeres (68%), 33162 hombres (31%) y 1069 declaró tener otra expresión de género (1%). Por último, 72743 de las personas atendidas (68%) se encuentran en el rango de edad prioritario (Gráfica 12).

²⁶ Esta cifra no incluye el desarrollo de debates entre candidatos y candidatas a puestos de elección popular o para concretar acuerdos.

Gráfica 11. Tipo de población atendida de forma primordial



Gráfica 12. Edad de las personas beneficiadas



2.5.1. Debates entre candidatos y candidatas

En las democracias, las y los candidatos postulados por partidos políticos, así como por la vía independiente compiten para maximizar sus opciones de acceso a los cargos de representación popular.

Por lo tanto, con el propósito de diferenciarse entre sí, las plataformas electorales develan para la ciudadanía las alternativas políticas que buscan el voto.

En muchas ocasiones, por lo menos así debería ser, los valores y la orientación política de los programas generan un sólido vínculo de identificación entre las y los ciudadanos, los partidos políticos y los candidatos sin partido. Este pluralismo facilita a las y los ciudadanos reconocerse en una orientación política determinada, y los debates se convierten, entonces, en un mecanismo para facilitar la comparación y contraste de las ideologías y propuestas desarrolladas en las plataformas electorales.

Si bien no se trata de una actividad en la que directamente participó la DECEyEC, se estimó conveniente dejar constancia en este informe del esfuerzo que la estructura desconcentrada, los OPL y otras instituciones realizaron para organizar 229 debates en 27 entidades (Tabla 13). Del total, en 96 debates participaron candidatos a cargos de nivel federal, 131 de nivel local y dos entre presidentes de los Comités Directivos Estatales (Tabla 14). Para su desarrollo se contó con el apoyo del personal de las Vocalías de Capacitación Electoral y Educación Cívica.

Tabla 13. Número de debates por entidad

Entidad	Debates
Aguascalientes	4
Baja California	1
Campeche	0
Chiapas	1
Chihuahua	7
Ciudad de México	35
Coahuila	2
Durango	3
Guanajuato	71
Guerrero	1
Hidalgo	18
Jalisco	10
México	4
Michoacán	2

Entidad	Debates
Morelos	1
Nuevo León	2
Oaxaca	1
Puebla	3
Querétaro	7
Quintana Roo	1
San Luis Potosí	10
Sinaloa	36
Sonora	2
Tabasco	3
Tamaulipas	0
Zacatecas	4
Total	229

Tabla 14. Cargos por los cuales se han realizado debates en las entidades federativas

Cargos	Debates
Diputación Local	31
Diputación Federal	70
Senaduría	26
Gubernatura	11
Presidencia municipal	89
Presidentes de los Comités Ejecutivos Estatales	2
Total	229

A los 229 debates acudieron 1,148 personas. Del total de asistentes, los hombres superaron en número a las mujeres como se muestra en la Tabla 15.

Tabla 15. Sexo de los participantes por tipo de elección

Sexo	Participantes (absoluto)	Participantes (relativo)
Elección Federal		
Hombres	122	54.22%
Mujeres	103	45.78%
Elección Local		
Hombres	539	58.40%
Mujeres	384	41.60%
Total	1,148	

Por otro lado, 52% de los debates se realizaron en las instalaciones de medios de comunicación locales, 22% en universidades y el porcentaje restante en auditorios, centros culturales, instalaciones del INE o del OPL, entre otros.

3. Generación de conocimiento político-electoral

Además del diseño e instrumentación de materiales y acciones dirigidas a la promoción de la participación y el fortalecimiento de los derechos político-electorales, también se planeó difundir información sobre el comportamiento electoral durante la jornada del 1° de julio. En este sentido, el 30 de agosto de 2018, en la Octava Sesión Ordinaria de la Comisión de Capacitación y Organización Electoral, se aprobó el *Plan de Trabajo para la realización de los estudios de evaluación de la documentación electoral federal utilizada en la Jornada Electoral del 1 de julio de 2018*. Con dicha validación, se tiene un respaldo legal para abrir las bodegas y comenzar los trabajos que analicen la documentación electoral.

De conformidad con el *Plan de Trabajo para la realización de los estudios de evaluación de la documentación electoral federal utilizada en la Jornada Electoral del 1 de julio de 2018* aprobado por la Comisión de Capacitación y Organización Electoral, se realizará un estudio de carácter muestral de la documentación electoral y posteriormente uno censal. Basado en este último, la DECEyEC diseñará una base de datos que brinde información sobre el perfil de quienes votaron y de quienes no, tomando como variables la edad, el sexo y el tipo de sección, además de mantener un histórico de dicha información que se remonta desde las elecciones federales de 2009 de manera ininterrumpida, lo que facilitará realizar análisis transversal comparativo. En consecuencia, con el apoyo de un capturista, por distrito electoral federal, se desarrollarán los trabajos de sistematización de la información contenida en los cuadernillos de las listas nominales.

4. Colaboración interna y vinculación con otros actores

Para desarrollar las acciones definidas en el *Plan para el impulso de la participación ciudadana* fue necesario establecer mecanismos de coordinación y colaboración con otros actores. Así, con ANUIES, se organizaron durante abril y mayo los *Foros para la representación y análisis de las plataformas electorales de la candidata y los candidatos a la presidencia de la República en ocho entidades del país*. En estos foros se analizaron y contrastaron las plataformas de varios contendientes del Proceso Electoral 2017-2018. El propósito de esta actividad fue proponer y analizar las soluciones a los grandes temas del país.

En la siguiente tabla se presentan los temas tratados, la sede y fecha de cada uno de los ocho foros regionales.

Tabla 16. Foros ANUIES-INE, Plataformas electorales.

Temas	Organiza	Fecha
Educación, cultura, ciencia y tecnología para el desarrollo	Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)	17 de abril
Medio ambiente, cambio climático y sustentabilidad	Universidad Veracruzana	19 de abril
Pobreza, desigualdad y crecimiento económico	Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo	20 de abril
México en el mundo: la política exterior ante un cambio de era	Universidad Autónoma de Sinaloa	26 de abril
Economía basada en la innovación y la transferencia del conocimiento	Instituto Politécnico Nacional, Sede Guanajuato	27 de abril
Salud y deporte: bienestar social	Universidad Autónoma de Nuevo León	14 de mayo
Seguridad pública y derechos humanos	Universidad de Guadalajara	16 de mayo
Estado de derecho, democracia y rendición de cuentas	Universidad Autónoma de Coahuila	17 de mayo

Por su parte, con la ANUIES y la FEPADE, el INE convocó a las y los universitarios de las instituciones de educación superior afiliadas a la ANUIES a cuatro Foros Regionales Sobre Derechos Políticos, Participación Ciudadana, Prevención y Denuncia de Delitos Electorales celebrados en los meses de abril y mayo, tal como se aprecia en la siguiente tabla.

Tabla 17. Foros regionales INE-ANUIES-FEPADE

Consejo Regional	Institución de Educación Superior	Fecha
Noreste	Universidad Autónoma de Nuevo León	13 de abril de 2018
Noroeste	Universidad Autónoma de Sinaloa	18 de mayo de 2018
Centro Sur	Universidad Autónoma del Estado Hidalgo	25 de mayo de 2018
Área Metropolitana	Universidad Autónoma Metropolitana	29 de mayo de 2018

Con el MIDE en la Ciudad de México se coordinaron trabajos para la implementación del juego “Las cuentas claras”. Este fue un ejercicio de simulación del escrutinio y cómputo en una casilla dirigido al público asistente al Museo y mayor de 15 años. Los objetivos consistieron 1) en transmitir a los asistentes, de forma lúdica, información sobre una etapa fundamental de la jornada electoral; 2) atraer la atención del público joven hacia el importante trabajo que realizan quienes integran las mesas directivas de casilla (particularmente escrutadoras y escrutadores) y 3) generar confianza en el proceso electoral. El juego fue desarrollado por el personal del Museo a quienes la DECEyEC capacitó durante junio.

Por último, con el sector empresarial se firmaron convenios de colaboración y se desarrollaron reuniones de trabajo en las cuales se brindó orientación a las organizaciones en materia de promoción de la participación ciudadana.

En el caso de la Coparmex, tras la firma del convenio el 19 de abril, se llevaron a cabo reuniones en las que el INE brindó asesoría en lo referente a la organización de debates entre candidatas y candidatos a diversos cargos de elección popular. Además, el INE puso a disposición de dicha Confederación la aplicación móvil, el portal y la solución tecnológica desarrollada originalmente para captar el apoyo ciudadano a las candidaturas independientes, de modo que pudiesen emplearse para promover iniciativas ciudadanas verificando que el apoyo recabado fuera auténtico y garantizando la confidencialidad de los datos personales acopiados.

Por otra parte, con la ANTAD se firmó un convenio de colaboración cuyo objetivo fue implementar acciones de promoción del voto. Con Alsea y FEMSA, el INE propuso implementar las siguientes actividades.

1. Difusión y distribución de materiales de divulgación de la cultura cívica, la promoción del voto y los derechos políticos

Se distribuyeron materiales (infografías) a través de las empresas asociadas y cadenas de tiendas. Todos estos materiales fueron diseñados a fin de promover el ejercicio del derecho al voto y del voto informado.

2. Mensajes de promoción del voto y cultura cívica en *tickets* de compra

A partir del inicio de las campañas y hasta el día de la jornada electoral, se incluyó una leyenda de promoción del voto y la cultura cívica en los *tickets* de compra: “VOTA LIBRE ESTE 1° DE JULIO”.

3. Reproducción de los materiales audiovisuales

La petición específica fue que se reprodujeran en aquellos almacenes que contaran con televisores los videos que el INE solicitó a Clío, así como aquellos elaborados para reproducir en los Módulos de Atención Ciudadana.

Aunado a esto, como parte de su compromiso con la participación ciudadana y electoral, se buscó que los asociados de FEMSA, ANTAD y Alsea promovieran y ofrecieran facilidades para que el personal de las empresas afiliadas, seleccionado para integrar mesas directivas de casilla durante la jornada electoral, pudieran tener las facilidades para recibir la capacitación necesaria y acudir a ejercer sus funciones ciudadanas en las casillas el 1º de julio.

5. Monitoreo y evaluación

Dentro de las acciones de promoción de la participación ciudadana, se incluyó una sección de monitoreo y evaluación conforme a la establecido en la ENCCÍVICA. En ésta se explica la forma en que se dio seguimiento al *Plan de promoción de participación*. Luego, para el desarrollo del apartado de evaluación, se optó por una perspectiva multidimensional. Se trató, primero, de verificar que aquél estuviese alineado tanto al Plan Estratégico del Instituto Nacional Electoral 2016-2026 como a la ENCCÍVICA. Segundo, de calificar el trabajo desarrollado por la estructura desconcentrada. Y tercero, de compilar los comentarios al proyecto ejecutado por parte del personal de la Junta Local Ejecutiva.

5.1. Monitoreo

Para poder desarrollar el monitoreo del Plan, la DECEYEC envió una serie de documentos a las Juntas locales y distritales con la instrucción de que, aun de manera diferenciada, pero acorde con el Plan de impulso, se cumplieran con los objetivos y alcances establecidos en tales documentos²⁷.

1. Criterios para la elaboración de planes conjuntos de trabajo INE-OPL para la promoción de la participación ciudadana en el proceso electoral 2017-2018 (en los que se establece el cronograma de actividades y plazos para definir metas y planes de implementación en cada una de las entidades).

²⁷ Para conocer a detalle los documentos enviados a la estructura desconcentrada, favor de revisar el Anexo 11.

2. Lineamientos para la instrumentación de actividades de divulgación de información y de pedagogía pública sobre el proceso electoral 2017-2018 en las entidades federativas.
3. Anexos de apoyo y formatos de seguimiento para la implementación de las actividades, entre los que destacan:
 - a. Metodología para la selección de población prioritaria
 - b. Metodología para la selección de distritos de atención prioritaria
 - c. Criterios para la distribución de personal de apoyo por entidad federativa
 - d. Lista de distritos de atención prioritaria y personal técnico por entidad federativa

Imagen 4. Anexo 3. Captura de información

Anexo 3

Reportes de avance en la implementación de acciones de promoción de la participación ciudadana

Instrucciones: para abrir los formularios de Reporte en línea, elija la actividad a reportar y de un click en el botón que corresponda, se desplegará la ventana de acceso al Formulario de Google. En caso de que el sistema envíe un error al abrir los formularios, se sugiere copiar los links que aparecen en la parte inferior de cada botón y pegarlo en la barra del explorador de Google Chrome

Reporte Conversatorios	Reporte Colaboración OSC	Reporte Acciones con universidades	Reporte Selfie por	Reporte Actividades
https://goo.gl/forms/OPsonaUTqvDW3o8F2	https://goo.gl/forms/aQ4NOUT1bBSHFo5g2	https://goo.gl/forms/oZ0EukC7m0QJgHm1	https://goo.gl/forms/tMaCFE42yUQBfFx1	https://goo.gl/forms/Ht2EpCNDk2FxiSS2

Reporte Mensual de actividades

Promotores de Participación Ciudadana y Auxiliares de EducaciónCívica

Reporte Promotores	Reporte Auxiliares
https://goo.gl/forms/...	https://goo.gl/forms/...

5.2. Evaluación

5.2.1. Revisión documental

De acuerdo con el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL, 2015: 15) se define evaluación como el “Análisis sistemático e imparcial de una intervención pública cuya finalidad

es determinar la pertinencia y el logro de sus objetivos y metas, así como la eficiencia, eficacia, calidad, resultados, impacto y sostenibilidad”. Se propone en este apartado del documento algunos ejes para analizar y medir algunas dimensiones del *Plan para el impulso de la participación ciudadana y el fortalecimiento de la cultura cívica en el Proceso Electoral 2017-2018* cuyo objetivo es divulgar entre las y los jóvenes de 18 a 34 años información sobre el sistema electoral mexicano, las etapas del proceso electoral y las competencias de las instituciones electorales para garantizar la equidad, la integridad del voto libre y la certeza en el resultado de las elecciones.

La característica principal del *Plan para el impulso de la participación ciudadana* se puntualiza en el cruce de la participación político electoral y la cultura cívica. Con su implementación en 2018 se promovió el voto libre y el involucramiento de las y los ciudadanos por medio de actividades orientadas a impulsar entre la ciudadanía el reconocimiento de intereses comunes o colectivos, a colocar las bases sobre las que se edifica la confianza “social” y a desarrollar el diálogo, la deliberación y la comunicación. Aunque Jorge Regalado Santillán afirma que “...la primera cuestión que realizan los evaluadores es precisar los actores involucrados en el proceso que se pretende someter a revisión” (2006: 62), y sólo después lo que “...importa es tener claros los objetivos que tienen la acción y el programa a valorar” (*Idem*), en realidad lo primero que se debe precisar es la naturaleza del mecanismo o programa que se evalúa, en este caso, la promoción de la participación ciudadana en el proceso electoral 2017-2018, y en segundo lugar los objetivos del programa y los actores participantes. Es sí como se establece en un documento del CONEVAL (s/f): “... la evaluación de la participación social y comunitaria en el marco de la Cruzada [contra el hambre] debe partir de la construcción de una definición operativa de estos conceptos [participación social y comunitaria] que tome en cuenta las características de la estrategia” (corchetes añadidos). Si lo que se evaluará es la participación ciudadana en el programa de la *Cruzada contra el hambre* entonces en primer lugar debe precisarse en qué consiste tal participación.

Así, se buscó evaluar particularmente “los rendimientos” obtenidos en el plano de la cultura cívica, es decir, se midió si se implementaron las actividades propuestas en el *Plan para el impulso de la participación ciudadana*, a saber: conversatorios entre actores políticos, funcionarios y jóvenes, debates entre jóvenes ciudadanos, distribución de materiales informativos y difusión de “imágenes” en materia electoral en plataformas digitales. Con estas actividades se contribuyó a configurar las condiciones de cultura cívica a fin de superar el alejamiento ciudadano del ámbito político-electoral, así como a fortalecer la confianza y legitimidad del proceso electoral. Como afirma Rodríguez García *et al.* los programas o

... los mecanismos de participación ciudadana [MCP] aspiran a mejorar ciertos déficits de la democracia representativa, a saber: la participación en ellos [en los MCP] daría lugar a ciudadanos más capacitados para opinar, debatir y actuar respecto a los asuntos públicos; un conjunto de actitudes cívicas a las que podemos reconocer como rendimientos de tipo cívico o educativo. A lo que cabría añadir una posible mayor implicación política, esto es, la generación de ciudadanos más activos, más movilizados y participativos, ya sea a través de la participación en asociaciones o mediante su implicación en diferentes modalidades de participación política, lo que derivaría en un rendimiento de tipo participativo (Rodríguez García *et al.*, 2011: 176) (corchetes añadidos).

Fue, por tanto, indispensable definir, por una parte, las dimensiones del *Plan para el impulso de la participación ciudadana* a “medir” con las evaluaciones. “Las dimensiones son definidas como los distintos aspectos en que puede ser considerado un concepto, representando así los componentes del mismo. Constituirán en consecuencia, las variables que utilizaremos en la investigación” (Álvarez Plata, 2008: 18). Dado que en este caso el propósito consistió en promover el voto libre y robustecer el ámbito de la cultura cívica mediante un proceso de pedagogía pública las dimensiones a “medir” fueron el número de actividades implementadas, los temas de la agenda y, también, el número de personas de la población objetivo que asistieron y participaron en esas actividades.

Modelo de evaluación

La evaluación del *Plan para el impulso de la participación ciudadana* se basa en un modelo de evaluación *ex post*. “El modelo evaluativo utilizado es el de evaluación *ex post* el cual consiste en la mediación o sistematización de los resultados acumulados...” (Yanes de García, 2010: 6). Ello implica, por supuesto, que la implementación del *Plan para el impulso de la participación ciudadana* debe producir resultados y éstos, a su vez, deben expresarse en datos e información. De hecho, este modelo se desarrolló en tres etapas (*Ibid.*, 7 y ss.):

- Revisión de información documental relacionada con la ejecución del proyecto. Esta información la contiene el propio programa a evaluar. Se trata de las definiciones conceptuales, la selección de los actores aliados, las actividades establecidas, la población objetivo propuesta, por mencionar algunas.
- Levantamiento de información. Para esta fase, se diseñaron mecanismos (lista de asistencia, cuestionarios, formatos) a efecto de compilar datos e información sobre el desarrollo y los resultados de las actividades propuestas en el *Plan para el impulso de la participación ciudadana*, los cuales a su vez fueron plasmados en una plataforma electrónica (Google Forms). Por supuesto, según la naturaleza de las actividades fue el tipo de información compilada.
- Procesamiento de información. Según la etapa de desarrollo, los programas o mecanismos de promoción de participación ciudadana generan información. Ésta se recogió por medio de listas de asistencia, relatorías, reportes de actividades, etcétera. La información obtenida así se procesó para obtener resúmenes, número total de participantes, cantidad de materiales distribuidos, gráficas, etcétera. Esta información se integró también mediante el uso de Google Forms.

Cobertura y diversidad de participantes

La cobertura de la población objetivo es una dimensión a evaluar. “Cuanto más participantes tenga un proceso mucho mejor, teniendo en cuenta que la valoración de la cantidad de participantes siempre dependerá de los objetivos del proceso y la población de referencia a la que se orienta el mismo” (OLDP, 2006: 24). Para el caso que nos ocupa se midió cuántas personas participaron en las actividades de promoción del voto en todo el país.

Al mismo tiempo, no se puede olvidar que igual de importante que la cantidad de participantes es la diversidad de los mismos. Junto a la de cobertura la dimensión “diversidad” es prioritaria ya que definir como población objetivo a un grupo de ciudadanos es reconocer, entre otros aspectos, que forman parte de un problema, en este caso de un déficit de ejercicio de derechos políticos electorales.

Un proceso tendrá mayor calidad democrática si es capaz de incorporar la diversidad de la sociedad en la cual se desarrolla, es decir, si los distintos grupos sociales y los distintos intereses están representados en el proceso. En este sentido, hay que tener en cuenta los grupos sociales habitualmente sub-representados en los procesos participativos como son las mujeres, la juventud o los/las inmigrantes (los grupos sub-representados pueden ser distintos en función del contexto social en el que se desarrolle el proceso) (*Ibid.*, 26).

Las dimensiones de cobertura y diversidad guardan en este caso una relación equilibrada. Resultó importante que el *Plan para el impulso de la participación ciudadana* haya alcanzado a un grupo numeroso de ciudadanos que, por otra parte, pertenecen al grupo etario de 18 a 34 años. Se combinan perfectamente ambas dimensiones: por una parte, cantidad: los jóvenes de ese rango de edad representan poco más de 40% del total de la población con derecho a votar y, por otra, especificidad: son jóvenes sub-representados electoralmente ya que votan menos respecto a otros grupos etarios en México, de acuerdo con los estudios censales de participación ciudadana, realizados por el IFE-INE.

Actividades implementadas

Se trata principalmente del “grado alcanzado” de los resultados consignados en el programa o mecanismo de impulso a la participación ciudadana. Es decir, en este caso, se trata de saber si se implementaron las actividades programadas y si se alcanzó o dio cobertura a la población objetivo.

5.2.2. Balance general

Una vez expuesto, la ruta de trabajo y la revisión de literatura, como se pudo apreciar, se evaluará la estrategia con base a sus resultados: acciones realizadas, población atendida, productos comprometidos. Para ello, a continuación, se hizo una revisión de lo comprometido por los órganos desconcentrados, así como por la DECEyEC.

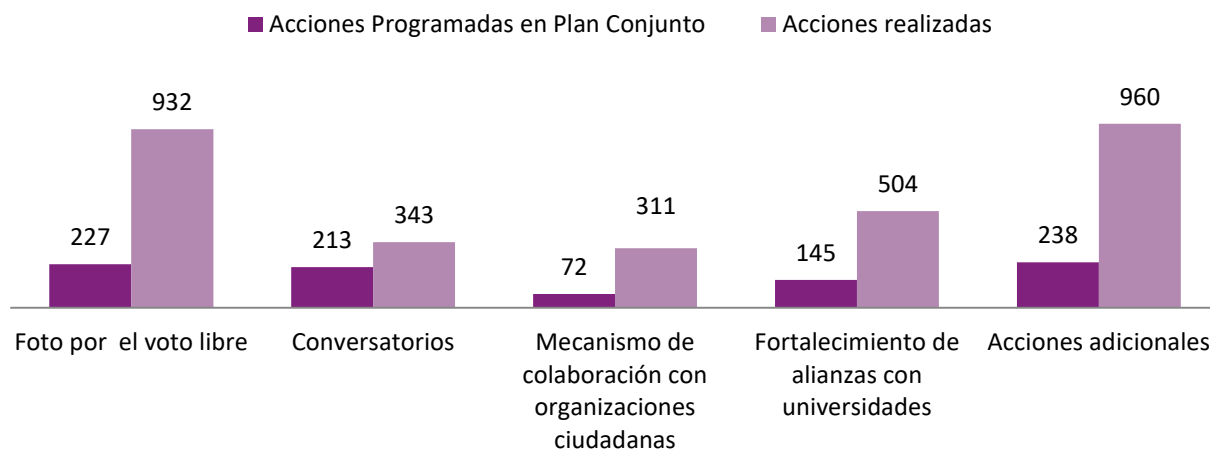
Valoración acciones territoriales

Por su parte, de acuerdo con lo establecido en los *Lineamientos* elaborados para la implementación del *Plan* en las entidades, las JLE debían realizar al menos cuatro tipos de actividades en materia de promoción de la participación ciudadana, a saber: 1) Conversatorios para el diálogo con jóvenes; 2) Coordinación y colaboración con organizaciones ciudadanas para la promoción del voto y de la participación ciudadana; 3) Fortalecimiento de alianzas con universidades y otras instituciones educativas y 4) Una foto por el voto

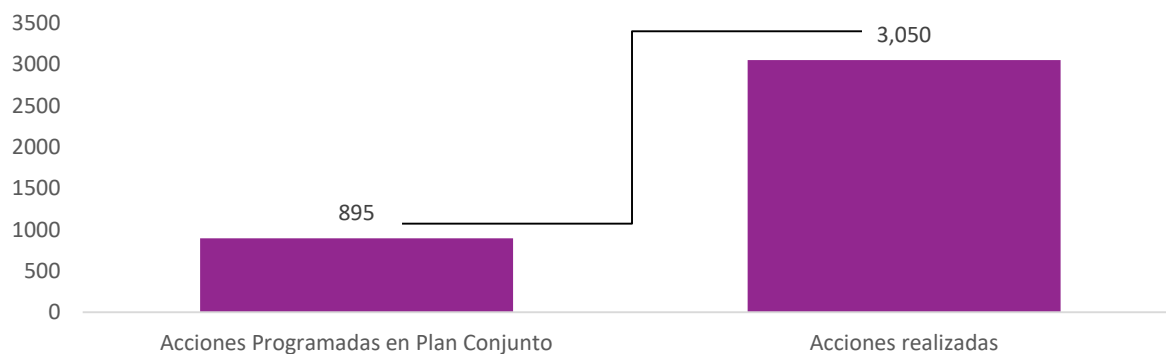
libre (*Selfie* por información). Además, también se acordó con las JLE y OPL diseñar e implementar *actividades adicionales* siempre y cuando éstas se apegarán al objetivo general del *Plan de impulso a la participación*.

Las actividades de promoción de la participación ciudadana fueron calendarizadas en función de lo acordado entre la JLE y el OPL de cada entidad. Tal y como se aprecia en las Gráfica 13 y 14, en el agregado nacional, se superó en 240.78% el número de actividades que fueron calendarizadas por las Juntas Locales Ejecutivas y los Organismos Públicos Locales, en virtud de que originalmente se calendarizaron 895 actividades; empero se concluyeron 3,050 actividades (2,155 más de las programadas). Si bien esto podría parecer como errores en planeación, es importante recordar que, durante las campañas, diversos actores e instituciones están interesados en colaborar con el INE. En este sentido, se les permitió a las JLE aumentar el número de actividades a desarrollar con otros aliados, para que, a su vez, tuviera un mayor alcance.

Gráfica 13. Avance de implementación a nivel nacional por acción



Gráfica 14. Avance de implementación a nivel nacional general



A efecto de reportar la información correspondiente a la implementación de actividades, los mecanismos de colaboración con organizaciones ciudadanas y las acciones para el fortalecimiento de alianzas con universidades lograron acuerdos que detonaron otras actividades. Por esta razón no se reportará población atendida. Por otro lado, en cuanto a la cobertura de población, ya sea mediante actividades en universidades o bien con organizaciones u otros actores, se informará el total de la población atendida en los conversatorios, *selfies* y las actividades adicionales.

Con la implementación de las acciones programadas de manera directa participaron en total **293,343 personas**, de las cuales 157,122 llenaron hojas de registro en las que fue posible identificar información tanto de sexo como edad, se observa además un grupo de 136, 151 personas que no lo hicieron, y que, de acuerdo a la información reportada por las Juntas Locales Ejecutivas, ello obedece a la protección de las y los estudiantes, que por ser menores de edad, las autoridades de varios centros escolares establecieron como condición para el uso de sus instalaciones que no se levantara información del alumnado que asistió a las actividades programadas.

De acuerdo con datos de la Tabla 19, 56511 de las personas atendidas fueron hombres (35.95%) y 100077 mujeres (63.97%). Además, es importante mencionar que en este Plan de promoción de la participación ciudadana también se incluye la posibilidad de registrar alguna otra expresión de género. En efecto, 604 de los participantes (1%) no se identificaron a sí mismos como hombres o mujeres. En cuanto al tipo de actividad, 25,860 de los participantes (9%) fueron atendidos mediante los conversatorios, 24,356 (8%) mediante las *selfies* y 106,976 (83%) con las actividades adicionales.

Tabla 18. Población atendida de forma directa, por actividad y por sexo

Tipo de actividad	Hombres	Mujeres	Otro género	Total
Conversatorio	12,317	13,508	35	25,860
Selfies	11,000	13,320	36	24,356
Actividades adicionales	33,194	73,249	533	106,976
No dio datos				136,151
Total	56,511	100,077	604	293,343

Por su parte, como se puede apreciar en la Tabla 20, la mayoría de las personas con las que se trabajó y que registraron su participación son, por grupo etario, las y los jóvenes de 18 a 34 años (72%). Entre este grupo etario, además, con mayor frecuencia se pusieron en práctica actividades adicionales tales como, conferencias, pláticas, mesas de análisis, foros y talleres, los conversatorios y, por último, las *selfies*. En esta última actividad participó el mayor número de personas que no pertenecían a la población objetivo (jóvenes de 18 a 34 años).

Tabla 19. Población atendida de forma directa, por actividad y por edad

Tipo de actividad	0 a 17 años	18 a 34 años	35 a 44 años	45 en adelante	No especificado	Total
Conversatorios	1,861	21,435	1,340	1,224	0	25,860
Selfies	1,297	17,057	2,285	2,392	1,325	24,356
Actividades adicionales	0	49,734	10,305	13,210	169,878	243,127
Total	3,158	88,226	13,930	16,826	171,203	293,343

Con las actividades adicionales se atendió también a población abierta. Según lo reportado por las JLE, se llegó a esta población mediante la distribución de material al público en general, así como a través de concursos concertados con los OPL. Por esta vía se logró atender a **637,810 personas**. Finalmente, haciendo uso de espacios en medios de comunicación masiva²⁸ (como participación en programas de radio o entrevistas), se ha logrado atender a **3'373,594 personas de forma indirecta** (Tabla 15).

Tabla 20. Población atendida (directa e indirecta)²⁹

Población directa	Población abierta distribución de materiales y concursos	Población atendida medios de comunicación y redes	Total de población atendida
293,343	637,810	3'373,594	4'304,747

Valoración por entidad

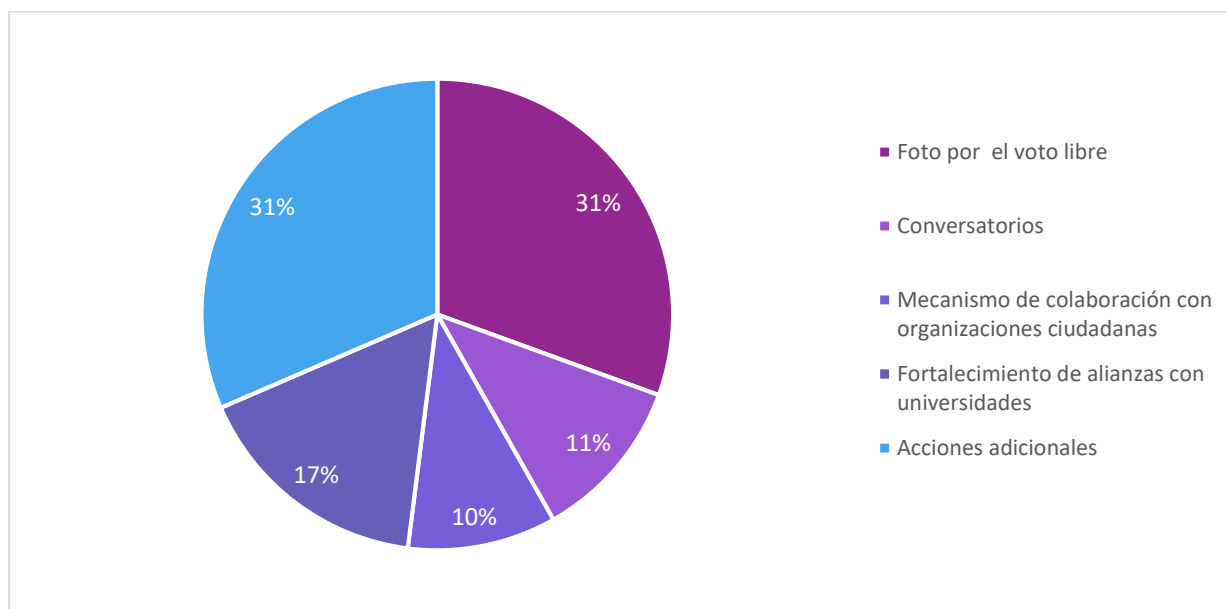
Como se muestra en la Gráfica 15, las JLE y OPL optaron por llevar a cabo acciones adicionales y los montajes para invitar a la ciudadanía a tomarse una foto por el voto libre, las que en conjunto representan el 62% del total de las 3,050 acciones realizadas.

²⁸ Fórmula de cálculo del alcance de los medios de comunicación masiva: [(Audiencia o lectores registrados*60.80%)/20=estimado de población atendida] explicación de la fórmula para el cálculo:

Se considera 60.80% de la población total a la que llegan los mensajes de la emisora; este porcentaje representa la proporción de la población mayor de 18 años en promedio; del resultado de dicha operación se tomará como un número válido para el cálculo de personas que recibieron el mensaje un 20%. Esta fórmula está basada en datos de INEGI.

²⁹ Las acciones indirectas forman parte de lo reportado como acciones adicionales.

Gráfica 15. Tipo de actividades que con mayor frecuencia fueron realizadas



La siguiente tabla concentra el número de cada uno de los tipos de actividades que fueron instrumentadas a nivel estatal. Cuando el número de actividades sea superior a lo programado, se presenta como número positivo y en una casilla de color verde; aquellas actividades que ya fueron concluidas, pero no se desarrollaron más de lo requerido, se muestran sobre un fondo amarillo; las actividades que quedaron pendientes se exponen como números negativos y en rojo. Como se puede apreciar, a pesar de que en el agregado nacional se superó el número de actividades previstas, son 25 las entidades que cumplieron con dicha condición, Baja California, Baja California Sur, Campeche, Coahuila, Colima, Chihuahua, Durango, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, México, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Veracruz y Yucatán.

Ello no significa que las siete entidades restantes no cumplieron con los estándares requeridos. Al contrario, se enfrentaron a situaciones que limitaron su desempeño, mismas que se pueden narrar en el siguiente apartado.

Tabla 21. Avance en la implementación de actividades a nivel estatal (porcentaje)

Entidad/%	Conversatorios	Foto por el voto libre	Acciones adicionales	Mecanismo de colaboración con organizaciones ciudadanas	Fortalecimiento de alianzas con universidades	Avance global
Aguascalientes	75%	1200%	2000%	700%	217%	479%
Baja California	100%	500%	1067%	3250%	267%	827%
Baja California Sur	125%	1200%	292%	100%	667%	336%
Campeche	150%	170%	117%	150%	167%	148%
Coahuila	167%	125%	500%	150%	129%	152%
Colima	650%	600%	450%	300%	500%	514%
Chiapas	120%	1017%	6000%	167%	80%	680%

Entidad/%	Conversatorios	Foto por el voto libre	Acciones adicionales	Mecanismo de colaboración con organizaciones ciudadanas	Fortalecimiento de alianzas con universidades	Avance global
Chihuahua	108%	320%	207%	150%	933%	235%
Ciudad de México	200%	1425%	1850%	50%	550%	621%
Durango	100%	400%	1200%	100%	143%	285%
Guanajuato	325%	370%	2050%	56%	363%	474%
Guerrero	100%	575%	156%	100%	725%	220%
Hidalgo	100%	2700%	1650%	200%	440%	677%
Jalisco	225%	122%	115%	600%	1950%	169%
México	112%	6400%	1250%	2200%	750%	484%
Michoacán	283%	3200%	200%	250%	220%	395%
Morelos	1000%	1500%	1000%	150%	700%	750%
Nayarit	150%	3300%	1633%	150%	160%	1021%
Nuevo León	775%	750%	550%	700%	583%	663%
Oaxaca	96%	157%	3500%	2900%	1000%	311%
Puebla	157%	283%	500%	200%	625%	316%
Querétaro	150%	500%	240%	100%	600%	269%
Quintana Roo	120%	600%	1200%	2400%	1500%	700%
San Luis Potosí	125%	2033%	300%	220%	333%	510%
Sinaloa	200%	2800%	500%	233%	467%	573%
Sonora	108%	100%	233%	133%	260%	132%
Tabasco	400%	1500%	1100%	1500%	700%	1040%
Tamaulipas	100%	2000%	100%	200%	100%	267%
Tlaxcala	100%	500%	225%	200%	75%	193%
Veracruz	175%	11000%	1000%	1250%	2100%	1593%
Yucatán	200%	3200%	400%	2300%	500%	830%
Zacatecas	117%	43%	125%	200%	69%	63%
Total	161%	411%	403%	432%	348%	341%

Factores que limitaron la implementación de acciones de promoción de la participación en el proceso electoral 2017-2018

Como ya se ha referido, con el propósito de divulgar y explicar entre la población información sobre el funcionamiento del proceso electoral y la arquitectura institucional del sistema mexicano electoral, de manera conjunta las Juntas Locales Ejecutivas y los Organismos Públicos Locales elaboraron planes en los que programaron la implementación de una serie de acciones de información y pedagogía pública dirigidas principalmente a la población joven adulta de edades que oscilan entre los 18 y 34 años.

Para tal fin y considerando la complejidad que representa realizar acciones adicionales a la organización del proceso electoral, la DECEyEC consideró la pertinencia de contratar personal que coadyuvara con las y

los Vocales Locales de Capacitación Electoral y Educación Cívica en la instrumentación de las acciones programadas³⁰, empero en el proceso de implementación se observaron factores que limitaron cumplir con los planes propuestos, lo que exigió a las Juntas Locales Ejecutivas a tomar medidas emergentes para contrarrestar de alguna forma las limitaciones enfrentadas.

Entre los factores que con mayor incidencia fueron reportados se encuentran:

Violencia en el contexto marco del proceso electoral

Para implementar las acciones en el contexto de los brotes de violencia que se observaron en algunos municipios, los Vocales de Capacitación Electoral y Educación Cívica locales en coordinación con las y los Promotores de Participación Ciudadana y Auxiliares de Educación Cívica tomaron las siguientes acciones:

- Concertar con instituciones educativas la llegada en grupo a las instalaciones donde se implementaron los conversatorios, se distribuyeron los materiales informativos o se montaron los módulos para la toma de fotografías por la democracia.
- Gestionar con las autoridades municipales la autorización para implementar las acciones en los diversos poblados y así poder difundir los contenidos informativos que fueron seleccionados para cada localidad.
- Elaborar carteles y dípticos con mensajes regionalizados para convocar a los integrantes de las diversas localidades a informarse de temas como los cargos que se elegirían en su comunidad, los montos de presupuesto para las campañas o cómo ser observador electoral.
- Acordar la colaboración de los Capacitadores Asistentes Electorales para distribuir material informativo en sus actividades de capacitación de funcionarios de mesas directivas de casilla, aprovechando su conocimiento de las áreas geográficas y que en los distintos poblados eran reconocidos por su labor.
- Participar en ferias (u otras actividades públicas) donde se contó con apoyo policial.

Apatía

Se observó en algunos casos, sobre todo entre la población juvenil de varias entidades, una marcada desconfianza en las instituciones y con ello muestras de apatía por participar en cualquiera de las actividades de difusión de información y promoción. La estrategia que se siguió en estas entidades fue:

- Elaborar audios que en forma de perifoneo se emplearon para sensibilizar a la comunidad de la necesidad de informarse e involucrarse en el proceso electoral.
- Elaborar material audiovisual con la participación de jóvenes pertenecientes a esas comunidades. Esos jóvenes promovieron entre sus pares la búsqueda de información sobre el proceso electoral y la importancia de emitir un voto libre e informado.
- Instalar módulos dotados de audios, videos e infografías con información relevante sobre el proceso electoral.

³⁰ 32 promotores y promotoras de participación ciudadana, así como de 120 auxiliares en educación cívica.

- Implementar actividades lúdicas, como obras de teatro, carreras por la democracia, eventos artísticos, montajes de espacios para la toma de fotografías por la democracia e incluso concursos en los que los propios jóvenes promovieron la participación y difundieron mensajes en sus redes sociales y chats dirigidos a sus propios contactos.

Bajo presupuesto y distancia entre los distritos prioritarios

Para la atención de uno de los factores que en gran medida limitó la realización de acciones de promoción de la participación en regiones muy alejadas de las cabeceras locales se impulsaron las siguientes acciones:

- Concertar el apoyo de las Organizaciones de la Sociedad Civil para que pudieran realizar la distribución de materiales informativos que para cuyo fin fueron impresos por las Juntas Locales Ejecutivas.
- Formar un grupo del personal de apoyo y realizar acciones relámpago para difundir información sobre el proceso electoral y brindar atención a dudas de la ciudadanía.
- Concertar la difusión de mensajes en estaciones de radio comunitarias.

Falta de personal para atender las necesidades de concertación e implementación de las actividades de promoción de la participación.

Con el mandato de promover la participación ciudadana en el proceso electoral se programó la implementación de diversas acciones y la contratación a nivel local de un Promotor de Participación Ciudadana y, según la extensión y número de Distritos prioritarios, de Auxiliares de Educación Cívica para coadyuvar en la instrumentación de actividades y llevar a cabo actividades de concertación para obtener permisos, espacios y su acondicionamiento, invitación a ponentes o autoridades que participaron en los eventos como los conversatorios conferencias y pláticas o la organización de rodadas y carreras.

Se observó que el personal contratado y responsable de llevar a cabo las acciones de promoción y pedagogía pública se vio rebasado por la saturación de actividades. Así, en algunos casos, el resultado fue la renuncia del personal contratado. Para atender esta situación se tomaron las siguientes medidas:

- Realizar acciones de concertación con universidades, instituciones públicas y empresariales, para la implementación de actividades diversas en un mismo espacio en la misma fecha, es decir en los espacios en los que llevaron a cabo los conversatorios se instalaron montajes de Selfies o la distribución de material.
- Asignar personal operativo y secretarial de la Junta Local ejecutiva para que colaborara en la organización e implementación de las actividades.
- Concertar con OSC y otras instancias apoyo a la implementación de las actividades.

Otro factor que fue reportado como una limitación a la implementación de acciones de promoción de la participación fue la actividad de carácter operativo como el seguimiento y la generación de reportes de la propia implementación, ya que el personal contratado dio prioridad a la organización de actividades dejando de lado la generación de reportes de avance los que consideraron extensos y poco prácticos. En

respuesta desde oficinas centrales se diseñaron formularios de reporte en línea para ser llenados desde dispositivos móviles. Se habilitó, además, un espacio de comunicación y atención personalizada a consultas de las y los promotores de Participación Ciudadana.

Valoración por parte de los titulares de las Vocalías Ejecutivas y de Capacitación Electoral y Educación Cívica³¹

Como cierre a las actividades desarrolladas se envió a las juntas locales ejecutivas un cuestionario que respondieron las y los titulares de las vocalías ejecutivas y de las de Capacitación Electoral y Educación Cívica. Se compiló información de 58 de 64 vocales. A continuación, se expone una síntesis de las principales respuestas.

El Plan de impulso en su conjunto resulta bien evaluado. Del total, 56 vocales (97%) consideran que las actividades instrumentadas “contribuyen al objetivo de fomentar la confianza ciudadana en las instituciones electorales del país” y 52 vocales (94%) creen conveniente difundir permanentemente información sobre la arquitectura y el funcionamiento del sistema electoral mexicano.

Los componentes del *El Plan de impulso* que recibieron más opiniones favorables son: 57 vocales (98%) dijeron que la contratación de personal exclusivo para estas tareas con, 40 (71%) que trabajar con una población objetivo y 48 (87%) que descargar a las vocalías distritales de promover la participación ciudadana (así, estas últimas dedicaron todos sus esfuerzos a la integración de mesas directivas de casilla, función prioritaria durante los procesos electorales). Entre los aspectos que se reconocen como positivos está el establecimiento de alianzas con las instituciones de educación superior. Un poco menor es el aprecio por las alianzas con los OPL (incluso en algunos casos produce resistencia). No del todo exitosa resultó la relación con las organizaciones civiles mediante el Mecanismo de coordinación y colaboración que se estableció. Con todo, por la vía informal se sumó a un buen número de estas organizaciones, poniendo en evidencia que en este tema concreto hay una prometedora área de oportunidad.

Además, 22 vocales (38%) afirmó que se lograron los objetivos con metas claras y alcanzables; 40 (69%) dijo que el material informativo (infografías y manuales) es “atractivo, de fácil uso y entendimiento para los grupos poblacionales entre los que fue distribuido” y 7 (12%) afirmaron positivamente la flexibilidad para agregar actividades (una vez cumplido el piso mínimo).

El **cumplimiento del objetivo** de cada una de las actividades, tal como se plantea en los Lineamientos, se evaluó de la siguiente forma:

Tabla 22. Valoración general de las actividades (frecuencia y porcentaje)

Actividad	Valoración (frecuencia de respuestas)
-----------	--

³¹ Valoración recibida de 58 vocales.

	Mucho / %		Algo / %		Poco / %		Nada / %	
Conversatorios para el diálogo con jóvenes	46	79	12	21	0	0	0	0
Debates de los debates	33	57	17	29	1	2	7	12
Alianzas con universidades e instituciones de educación superior	54	93	4	7	0	0	0	0
Mecanismo de coordinación y colaboración con organizaciones ciudadanas	13	22	25	43	16	28	4	7
Una foto por el voto libre (<i>Selfie</i> por información)	36	62	20	34	2	3	0	0
Divulgación en redes sociales	18	31	28	48	10	17	2	3

Actividad	Calificación (frecuencia de respuestas / escala 1 a 10)									
	10 y 9 / %		8 y 7 / %		6 y 5 / %		4 y 3 / %		2 y 1 / %	
Conversatorios para el diálogo con jóvenes	42	72	14	24	2	3	0	0	0	0
Debates de los debates	30	52	19	33	5	9	1	2	3	5
Alianzas con universidades e instituciones de educación superior	52	90	5	9	1	2	0	0	0	0
Mecanismo de coordinación y colaboración con organizaciones ciudadanas	33	57	15	26	6	10	2	3	2	3
Una foto por el voto libre (<i>Selfie</i> por información)	43	74	14	24	0	0	1	2	0	0
Divulgación en redes sociales	40	69	17	29	1	2	0	0	0	0

Resulta evidente que la actividad más valorada por las y los vocales es el establecimiento de alianzas con las instituciones de educación superior. En general recibieron alta valoración elementos como el interés que se despertó en estas instancias, pues los mecanismos de colaboración fueron flexibles y permitieron realizar acciones adicionales –de acuerdo con la situación– además de que es una vía privilegiada para acercarse al público joven. Por esta razón se menciona con bastante frecuencia la conveniencia de que esta colaboración sea permanente, para lo cual se presentan sugerencias, como mantener (y tal vez elevar) la flexibilidad en los instrumentos y en los planteamientos, así como convocar a las y los jóvenes a participar incluso desde el diseño de las acciones.

Enseguida encomian los conversatorios para el diálogo con jóvenes. Se enfatizó el hecho de que esta actividad permitió a las y los estudiantes expresar dudas y opiniones, además de que en general los temas abordados despertaron el interés de este grupo objetivo. También se les menciona con frecuencia como sugerencia para las actividades permanentes de promoción de la participación ciudadana.

En tercer lugar, la actividad Una foto por el voto libre (*Selfie* por información) fue una forma exitosa de sensibilizar a la ciudadanía y acercarla al tema electoral. Ello es relevante en un contexto social de desconfianza e incluso rechazo respecto a todo lo relacionado con “la política” y “los políticos”. Pero su función no solamente fue de sensibilización: las y los vocales afirmaron que esta actividad propiciaba ambientes relajados en los que la ciudadanía recibió de buen grado alguna información e incluso pudo expresar y comentar algunas dudas y opiniones.

Menos éxito tuvieron las mesas de análisis de los debates presidenciales (debates de los debates). Esta actividad implicaba un mayor esfuerzo logístico, requería (aunque no exigía) que las y los participantes hubiesen presenciado los debates y convocaba a la comunidad académica más que a funcionarias/os electorales para plantear y moderar la discusión. De acuerdo con la valoración de las y los vocales, despertaron menos interés de las instituciones y fueron menos atractivos para la población objetivo. A pesar de ello, 81% de las respuestas afirman que es una actividad propicia para que las y los jóvenes expresen sus dudas y opiniones y reflexionen sobre las propuestas de candidatas y candidatos.

Planes de trabajo conjuntos con los OPL

Esta tarea tenía el doble carácter de actividad que necesariamente debía realizar cada Junta Local Ejecutiva –pero cuyo resultado no siempre estaba directamente en función del trabajo de las y los vocales del INE– y de base para el resto de las actividades señaladas en el Plan. En este sentido, la valoración de esta línea de acción es diversa y concentra un mayor número de percepciones negativas (o no positivas): 38 y 31% de las respuestas no consideran que la colaboración con los órganos locales facilitó la organización de las actividades o permitió ampliar la cobertura. Es, en efecto, una proporción minoritaria, pero resulta significativa.

Aunque hay una serie de sugerencias para mejorar la relación entre ambas instancias, sobre la base de una comunicación permanente e incluso de la participación del OPL en la planeación, 14% de vocales manifestó que se requeriría una clara delimitación y 8% que se deben separar las funciones (8%) de las JLE y OPL y 14% que el INE asuma la rectoría de todas las actividades.

De ello se puede inferir que, específicamente en cuanto a la relación INE-OPL, el área de oportunidad gira en torno al tema del **control** (decisión, coordinación, seguimiento, evaluación) de las actividades, de manera que sea posible comprometer resultados. Este aspecto tendría que ser revisado, particularmente si se evalúa a los órganos desconcentrados del INE a partir de acciones sobre las que no tienen todo el control.

Colaboración con aliados estratégicos

Como ya se expuso, el establecimiento de fórmulas de colaboración con las universidades e instituciones de educación superior logró las valoraciones más altas entre los órganos desconcentrados. Específicamente, se evaluó en esta forma:

Tabla 23. Valoración de la colaboración con universidades e instituciones de educación superior (frecuencia y porcentaje)

	Mucho / %		Algo / %		Poco / %		Nada / %	
El trabajo con las universidades e instituciones de educación superior facilitó al INE, así como a otras instituciones electorales, desarrollar actividades de difusión de información y promoción de participación ciudadana entre jóvenes, a fin de que reflexionen, sean más sensibles y estén mejor informados/as...	54	93	4	7	0	0	0	0
La posibilidad de concertar actividades distintas a las establecidas en el Plan favoreció que las instituciones educativas se interesaran y/o involucraran.	41	71	14	24	3	5	0	0
Derivado de los acuerdos de colaboración interinstitucional, se desarrollaron otras actividades a las que fueron convocadas la JLE y/o el OPL.	32	55	18	31	5	9	3	5
Las alianzas interinstitucionales sirvieron para acercarse y trabajar con la población objetivo.	51	88	6	10	1	2	0	0
Las actividades con las instituciones educativas incluyeron la difusión de información sobre el voto e igualdad ciudadana entre hombres y mujeres.	45	78	9	16	4	7	0	0
Después del proceso electoral es probable que la cooperación se mantenga.	40	69	16	28	2	3	0	0
Es conveniente que estas actividades se programen como parte de las acciones de promoción de la participación ciudadana en futuros procesos electorales.	52	90	6	10	0	0	0	0

De acuerdo a la evaluación, el trabajo con universidades fue una actividad para cumplir el objetivo de facilitar la interacción con el público considerado prioritario (98% de las respuestas “Mucho” y “Algo”) y para implementar actividades más allá de las establecidas en el Plan (95% de las respuestas “Mucho” y “Algo”).

Las principales sugerencias para dar continuidad a la relación de colaboración con las instituciones de educación superior se pueden resumir en la demanda de contar con tiempo para poder discutir y establecer mecanismos diversos y flexibles y con diversidad de actividades y plazos (o calendarios lectivos) de acuerdo con cada caso particular. Particularmente, 5 respuestas (9%) mencionan la importancia de contar con un amplio catálogo de actividades diseñadas para ese público objetivo.

Se debe destacar que no siempre resulta sencilla la interrelación o el establecimiento de acuerdos con estas instituciones: 6 respuestas (10%) dicen que los instrumentos o mecanismos sean impulsados por las y los consejeros, con una visión nacional, más que para dar formalidad para aportar un incentivo. Incluso en un caso se sugiere la intervención de la ANUIES, como medio de persuasión, entre otros elementos que se consideran atractivos.

Por otra parte, la evaluación del *Mecanismo de coordinación y colaboración con organizaciones ciudadanas para la promoción del voto y de la participación ciudadana en el Proceso Electoral 2017-2018* es negativa. Del total de opiniones vertidas, en 19 (34%) se señala que poco o nada cumplió con el objetivo, si bien las probabilidades de mantener la cooperación en el futuro fueron 43 opiniones (74%). La evaluación en detalle es la siguiente.

Tabla 24. Valoración de las alianzas con organizaciones ciudadanas (frecuencia y porcentaje)

	Mucho / %		Algo / %		Poco / %		Nada / %	
Cumplió el objetivo de conformar una red de organizaciones que promuevan la participación ciudadana en un plano de igualdad, y el ejercicio del voto libre y razonado.	13	22	25	43	16	28	4	7
La posibilidad de concertar actividades distintas a las establecidas en el Plan favoreció que las organizaciones ciudadanas se interesaran y/o involucraran.	22	38	18	31	11	19	7	12
Derivado de los acuerdos de colaboración se desarrollaron otras actividades a las que fueron convocadas la JLE y/o el OPL.	17	29	22	38	11	19	8	14
Las alianzas interinstitucionales sirvieron para acercarse y trabajar con la población objetivo.	21	36	20	34	11	19	6	10
Las actividades con las organizaciones ciudadanas incluyeron la difusión de información sobre el voto e igualdad ciudadana entre hombres y mujeres.	27	47	16	28	13	22	2	3
Después del proceso electoral es probable que la cooperación con las organizaciones ciudadanas se mantenga.	26	45	17	29	11	19	4	7
Es conveniente que estas actividades se programen como parte de las acciones de promoción de la participación ciudadana en futuros procesos electorales.	31	53	15	26	11	19	1	2

Se puede encontrar valiosa información para explicar esta falta de éxito en las sugerencias que plantean las y los vocales: en primer lugar, 11 vocales consideran (19%) consideran conveniente que la relación con las organizaciones sea un trabajo permanente y de largo aliento, incluso involucrándolas en el diseño de los instrumentos y planes para considerar los grupos con que trabajan; en segundo, 17 (con un porcentaje agregado de 31%) sugieren que el INE aporte recursos, capacitación, insumos y materiales para apoyar a las OSC, y que ofrezca también un foro para la expresión de sus objetivos o incluso alguna clase de reconocimiento o constancia con valor curricular. En tercer lugar, 7 (12%, agrupando respuestas) indican la importancia de contar con un catálogo de actividades que resulte atractivo para las OSC

En otras palabras, parece haber un consenso en la idea general de que el tiempo de permanencia de la convocatoria fue corto, y de que las actividades para las que se convocó estaban relativamente acotadas a la promoción en materia electoral pero que, si se supera este límite y se amplían los marcos de la interrelación, ésta puede desarrollarse para lograrse una sinergia de mayor alcance.

Actividades específicas de interacción directa con la ciudadanía

Las y los vocales asignaron puntuaciones a cada actividad específica desarrollada directamente en interacción con la ciudadanía, según consideraron que fueron una forma excelente para promover la participación ciudadana (calificación 6) o lo contrario (calificación 1).

Tabla 25. Calificaciones específicas de las actividades (frecuencia y porcentaje)

Actividad / Calificación / %	6 / %		5 / %		4 / %		3 / %		2 / %		1 / %	
Conversatorios para el diálogo con jóvenes	38	66	12	21	5	9	0	0	2	3	1	2
Debates de los debates	22	38	14	24	11	19	6	10	4	7	1	2
Una foto por el voto libre (Selfie por información)	32	55	12	21	9	16	4	7	1	2	0	0
Distribución de materiales impresos	19	33	18	31	11	19	8	14	1	2	1	2
Divulgación en redes sociales	32	55	19	33	7	12	0	0	0	0	0	0
Voto informado 2018	21	36	19	33	12	21	4	7	2	3	0	0

De acuerdo con esta información destaca que la divulgación en redes sociales, así como la Foto por el voto libre, son actividades idóneas para promover la participación ciudadana. Sin embargo, requeriría un examen detallado saber si se trata de una mera distribución de contenidos o si se incluyen formas que propicien la reflexión o alguna interacción con y/o entre la ciudadanía. Cualquiera que sea el caso, esta calificación señala otra promisorio área de oportunidad.

De nuevo, los conversatorios tuvieron una alta valoración, no solamente por haber obtenido puntuaciones positivas, sino por obtener pocos puntos negativos. En la revisión a detalle, esta actividad alcanzó la siguiente evaluación.

Tabla 26. Valoración de conversatorios para el diálogo con jóvenes (frecuencia y porcentaje)

	Mucho / %		Algo / %		Poco / %		Nada / %	
Cumplieron el objetivo de generar conocimiento sobre las instituciones electorales, impulsaron que los ciudadanos y las ciudadanas cuidasen el apego a la legislación vigente en el proceso electoral, y deliberaron sobre diversas preocupaciones.	46	79	12	21	0	0	0	0

	Mucho / %		Algo / %		Poco / %		Nada / %	
Los temas desarrollados resultaron de interés para la población objetivo (jóvenes de 18-34 años).	41	71	16	28	1	2	0	0
Las dinámicas de las actividades propiciaron que las y los jóvenes expresaran abiertamente sus dudas y opiniones sobre el sistema electoral mexicano.	41	71	15	26	2	3	0	0
El hecho de que el voto es una acción por medio de la cual las mujeres se reafirman como ciudadanas formó parte de la discusión.	15	26	29	50	10	17	4	7
Las actividades fueron las adecuadas para atraer el interés de las y los jóvenes.	33	57	22	38	3	5	0	0
Es conveniente que estas actividades se programen como parte de las acciones de promoción de la participación ciudadana en futuros procesos electorales.	44	76	10	17	4	7	0	0

Vale la pena hacer notar que se atribuye el éxito a la dinámica de la propiedad actividad. Se supone que los conversatorios estimulan la discusión y el interés de los temas tratados. Por otra parte, el aspecto con peor resultado es la discusión relativa a la participación ciudadana de las mujeres. Si se decidiera dar continuidad a esta acción, será conveniente incluirlo explícitamente entre los temas propuestos para reflexionar.

Por lo que se refiere a Una foto por el voto libre (*Selfie* por información), la revisión detallada de las y los vocales arroja lo siguiente.

Tabla 27. Valoración de Una foto por el voto libre (Selfie por información) (frecuencia y porcentaje)

	Mucho / %		Algo / %		Poco / %		Nada / %	
Esta actividad cumplió el objetivo de sensibilizar a las y los jóvenes electores potenciales sobre la importancia de su participación en el Proceso Electoral 2017-2018 y de convertirlos/as en promotores/as virtuales de la participación electoral.	36	62	20	34	2	3	0	0
Ofreció una posibilidad para dar información sobre el proceso electoral a la ciudadanía.	47	81	8	14	3	5	0	0
Los temas o frases generadoras resultaron de interés para la población objetivo (jóvenes de 18-34 años).	35	60	19	33	4	7	0	0
Tuvo una buena recepción entre la población objetivo y se reflejó en el incremento de publicaciones en las redes sociales de las <i>selfies</i> con el material.	29	50	23	40	6	10	0	0
Propició un ambiente donde la ciudadanía pudo expresar sus dudas y opiniones sobre el proceso electoral.	36	62	14	24	8	14	0	0

	Mucho / %		Algo / %		Poco / %		Nada / %	
Es conveniente que esta actividad se programe como parte de la promoción de la participación ciudadana en futuros procesos electorales.	43	74	12	21	2	3	1	2

Como se observa, de esta actividad sobresalen las funciones de sensibilización e información. De acuerdo a la evaluación esa actividad creó un ambiente informal y lúdico: la ciudadanía pudo expresar sus dudas y opiniones sobre el proceso electoral (62% de respuestas “Mucho”; 86% si se agregan las respuestas “Mucho” y “Algo”). Ello además de que la población atendida en esta actividad es más amplia: si bien atrae particularmente a las y los jóvenes, no se limita a quienes están en un ambiente escolarizado y, por otra parte, alcanza otros sectores de la población.

En cambio, los debates de los debates es la actividad que resultó peor evaluada. Se aprecia en el cuadro que detalla cada elemento.

Tabla 28. Valoración de los Debates de los debates presidenciales (frecuencia y porcentaje)

	Mucho / %		Algo / %		Poco / %		Nada / %	
Cumplieron el objetivo de “desarrollar espacios de diálogo en los que su comunidad analice las distintas propuestas presentadas por las y los candidatos a la Presidencia”.	33	57	17	29	1	2	7	12
Los temas desarrollados resultaron de interés para la población objetivo (jóvenes de 18-34 años).	25	43	24	41	3	5	6	10
Las dinámicas de las actividades propiciaron que las y los jóvenes expresaran abiertamente sus dudas y opiniones sobre el sistema electoral mexicano y las plataformas de candidatas y candidatos.	33	57	14	24	5	9	6	10
El hecho de que el voto es una acción por medio de la cual las mujeres se reafirman como ciudadanas formó parte de la discusión.	12	21	26	45	12	21	8	14
Las actividades fueron las adecuadas para atraer el interés de las y los jóvenes.	25	43	22	38	6	10	5	9
Es conveniente que estas actividades se programen como parte de las acciones de promoción de la participación ciudadana en futuros procesos electorales.	35	60	15	26	3	5	5	9

El porcentaje de cumplimiento del objetivo (86%) es alto, pero, en comparación con las otras acciones, obtuvo 14% de respuestas “Nada”. Y lo mismo es notable en el resto de los aspectos revisados. Es, por

mucho, la actividad que las y los vocales menos consideran conveniente programar de nuevo (9% de respuestas “Nada”).

Perspectiva de género en las actividades

Es pertinente observar por separado el tema de la perspectiva de género, por tratarse de un área de mejora. En el momento de la concepción del Plan se consideró que, al interior del grupo objetivo de jóvenes de 18 a 34 años, debía ponerse atención a los varones, por ser el sector que en ejercicios anteriores votó en menor proporción. Asimismo, se apostó por algunas medidas, a saber: 1) la sensibilización al personal que interactuaría directamente con la ciudadanía en esta materia, si bien se enfatizó el tema de la violencia política contra las mujeres; 2) la indicación a los órganos desconcentrados para difundir el *Protocolo para Atender la Violencia Política contra las Mujeres* y el *Protocolo para adoptar las medidas tendientes a garantizar a las personas trans el ejercicio del voto en igualdad de condiciones y sin discriminación en todos los tipos de elección y mecanismos de participación ciudadana*; 3) la recomendación a las y los operadores de las actividades para procurar, en la medida de lo posible, invitar al mismo número de mujeres y de hombres para fungir como ponentes, sin relegar a las mujeres al papel de moderadoras.

A pesar de ello, el tema de la participación en un plano de igualdad tuvo un lugar más bien subordinado en las discusiones públicas que se generaron durante las actividades realizadas. Resulta notable al agrupar por tema los datos ya presentados.

Tabla 29. Valoración de la perspectiva de género en el Plan (frecuencia y porcentaje)

	Mucho / %		Algo / %		Poco / %		Nada / %	
Conversatorios para el diálogo con jóvenes	15	26	29	50	10	17	4	7
Debates de los debates	12	21	26	45	12	21	8	14
En las actividades con las instituciones educativas	45	78	9	16	4	7	0	0
En las actividades con las organizaciones ciudadanas	27	47	16	28	13	22	2	3

Por último, es necesario apuntar que, al preguntarse a las y los vocales qué sugieren para promover la participación en un plano de igualdad entre mujeres y hombres, queda expuesta la importancia de dotar al tema de contenido en los órganos desconcentrados, más allá de los lugares comunes. En el siguiente cuadro se muestran solamente las cinco respuestas más frecuentes.

Tabla 30. Sugerencias para promover la participación en condiciones de igualdad (frecuencia y porcentaje)

	Frecuencia / %	
Campañas y otras acciones de difusión de información y reflexiones en tiempos oficiales y redes sociales electrónicas.	16	28

Fomentar la igualdad de género al interior del INE / Incluir el tema en la planeación de acciones de promoción de la participación ciudadana	11	19
Fortalecer las alianzas estratégicas con otros actores sociales (universidades, OSC, especialmente las que atienden este tema, instituciones públicas, privadas y sociales, INMUJERES).	9	16
Impartir talleres, pláticas o conferencias en instituciones públicas, privadas y sociales, así como a la población	6	10
Contar con un catálogo amplio de actividades en esta materia	5	9

Resulta también interesante revisar las respuestas menos frecuentes, que revelan diversidad en el enfoque de las y los vocales respecto a este tema: 10% de las opiniones vertidas podrían agruparse con la idea común de que se requiere generar espacios de participación en un plano de igualdad (para la discusión, para jóvenes, para población en general); sin embargo, se hace la anotación de no enfatizar en particular el tema de mujeres, sino emplear “un discurso equilibrado”. En la misma proporción (un agregado de 10%) se encuentra la idea de que es importante ampliar el concepto para incluir consideraciones sociales: la desigualdad social (no sólo entre los sexos), la población indígena, la dinámica de los partidos políticos. Finalmente, con un porcentaje agregado de 7, está la propuesta de trabajar este tema por medio de talleres para público amplio, así como desde los niveles básicos de escolaridad.

Elementos administrativos

Es de gran importancia considerar el aspecto administrativo, que forma parte del conjunto de tareas por atender en cualquier actividad. En este punto, las principales sugerencias de las y los vocales expresan fundamentalmente tres ideas: la primera, que se debe cuidar más y respetar la concordancia entre la programación y la ministración de los recursos (tanto materiales como financieros); la segunda, que es importante para los órganos desconcentrados poder tomar decisiones sobre la marcha (de ahí la mención de la flexibilidad); la tercera, que se requiere personal.

Tabla 31. Recomendaciones en procesos administrativos (frecuencia y porcentaje)

	Frecuencia / %	
Reducir los tiempos de radicación de los recursos y hacerlo con oportunidad según la programación de las actividades.	15	26
Reducir los tiempos de aprobación de Comunicación Social.	7	12
Que los materiales ya lleguen a las juntas aprobados por Comunicación Social.	3	5
Poder conocer con anticipación los recursos con que se contará y las tareas que se deberá cumplir.	3	5
Simplificar los procedimientos.	3	5
“Mayor flexibilidad.” / Lineamientos más flexibles para el ejercicio de los recursos.	3	5
Dotar a los órganos desconcentrados de personal para las acciones de educación cívica.	3	5

Principales sugerencias para promover la participación ciudadana

Para el trabajo en periodos no electorales

Tabla 32. Sugerencias para trabajar durante periodos no electorales. (frecuencia y porcentaje)

	Frecuencia / %	
Promover en redes sociales electrónicas la participación ciudadana	6	10
Reforzar las campañas institucionales	4	7
Informar sobre el sistema electoral y las normas que dan transparencia y legalidad a los procesos electorales	4	7
Dar continuidad a todas las actividades realizadas durante el proceso electoral, reforzando las alianzas estratégicas y el trabajo con los OPL	4	7
Dar continuidad a las actividades en y con las instituciones de educación superior	4	7
Impartir programas y cursos de formación ciudadana a grupos específicos; por ejemplo, líderes de opinión y sectores vulnerables a la discriminación	4	7
Dar seguimiento al cumplimiento de la palabra empeñada por quienes resultaron ganadores en las elecciones. Desarrollar una cultura de la rendición de cuentas	4	7
Involucrar a todos/as en las juntas locales y distritales y a los medios de comunicación en estas tareas	4	7

Aunque las sugerencias no especifican cómo debe hacerse, el uso de nuevas tecnologías de la información y la comunicación abre una vía que puede explorarse (en el eje estratégico Verdad, de acuerdo con la ENCCÍVICA) para diseñar estrategias novedosas, dirigidas al público de 18 a 34 años, con el objetivo de difundir cada vez más información y formas de utilizarla en la participación democrática. Ello, sin embargo, debe complementarse con actividades de interacción directa, tal y como lo señalan las y los vocales al sugerir programas de formación ciudadana (en distintas versiones) para grupos específicos. Entre las propuestas con menos frecuencia de menciones están contar con un amplio catálogo de actividades y retomar el Modelo de Educación para la Participación Democrática.

Con todo, es posible agrupar estas sugerencias alrededor de la idea de dar continuidad a las tareas realizadas mediante el Plan de promoción que está siendo evaluado; es decir, además de reforzar la difusión y la información sobre el sistema electoral, sostener el trabajo conjunto con aliados estratégicos.

Durante los procesos electorales

Tabla 33. Recomendaciones para trabajar durante procesos electorales (frecuencia y porcentaje)

	Frecuencia / %	
Emplear mejor las redes sociales electrónicas con contenidos para jóvenes para complementar las demás acciones	11	19
Dar más peso a la divulgación en medios masivos / Hacer campañas de sensibilización	9	16
Mejorar los contenidos de los materiales informativos / Informar sobre los “pequeños detalles” que la ciudadanía no conoce sobre los procesos electorales / Emplear lenguaje accesible a todo público	9	16
Mantener el grupo objetivo de 18 a 34 años	4	7
Recuperar las actividades deportivas y lúdicas para la población general	4	7

En concordancia con lo anterior, los órganos desconcentrados, señalan la importancia de aprovechar los espacios electrónicos en la promoción dirigida a jóvenes. Es pertinente notar que las tres sugerencias más mencionadas se refieren a tareas que, en principio, no implican contacto directo con la ciudadanía; sin embargo, la última señala precisamente lo contrario: abrir la cobertura a la población en general. Quizá no esté de más insistir en que las dos últimas sugerencias expresan que, si bien es conveniente focalizar la atención en algún sector, no debe soslayarse al resto de la sociedad:³² *ésta sería una de las conclusiones principales de la evaluación*. Esto último se ve reforzado y especificado por otras respuestas menos frecuentes –entre las cuales se puede destacar la de proponer actividades para grupos no políticamente atentos (6%) y adaptarlas a características específicas de la población o la región (4%)–. En el mismo sentido se puede mencionar aquí algunas sugerencias expresadas en otra pregunta (la relativa a la valoración general del Plan) en las que se reitera la opinión de atender todos los distritos y considerar las diferencias de contexto en el país.

No obstante, es notable la diversidad de planteamientos. En consecuencia, probablemente resultaría valioso hacer un trabajo de sensibilización de las y los titulares de las vocalías sobre lo que significa la tarea de promoción de la participación ciudadana, con el fin de homogeneizar algunos objetivos fundamentales, sobre todo considerando que los procesos electorales son momentos en que se considera prioritario el muy exigente trabajo de integrar las mesas directivas de casilla.

³² De hecho, entre los comentarios puede leerse entre líneas, en más de una ocasión, la necesidad de tener en cuenta la diversidad de circunstancias en el país. Como ejemplo, “Replantear las actividades para ponerlas acorde a la realidad del ciudadano”.

Valoración de las y los promotores de participación ciudadana, así como auxiliares en educación cívica³³

Desde otra perspectiva respondió un cuestionario similar (más corto) el personal al que se contrató expresamente para desarrollar las actividades directamente con la ciudadanía. Por ello su valoración del Plan aporta la visión de cuánto en la práctica se cumplieron los objetivos y qué detalles operativos intervienen en la fluidez del trabajo, al tiempo que se separa de las preocupaciones relacionadas con la capacitación electoral, que siempre forma parte del trabajo de las vocalías.

En una revisión general, promotoras, promotores y auxiliares opinan favorablemente del Plan: agrupando respuestas similares –que expresan que se logró el objetivo, que fue un plan exitoso, que las actividades fueron adecuadas para el público al que iban destinadas– se obtiene 73% de expresiones positivas.³⁴ Para ejemplificar el tipo de expresiones vertidas, se reproducen a continuación únicamente aquellas más frecuentes.

Tabla 34. Valoración general (pregunta abierta) (frecuencia y porcentaje)

	Frecuencia / %	
Logró el objetivo.	43	30
Resultó exitoso.	26	18
Las actividades fueron adecuadas para el público objetivo. ³⁵	27	18.9
Debe ser permanente la tarea de promoción de la participación ciudadana.	20	14
Se requiere actividades distintas para diferentes públicos objetivo.	9	6
Debe difundirse permanentemente información sobre el sistema electoral mexicano.	7	7

Los elementos del Plan que recibieron opiniones favorables son menos reconocibles, en virtud de que este personal presta más atención a los detalles que al concepto general. Sin embargo, vale la pena hacer notar la sugerencia *espontánea* de que las actividades de promoción de la participación ciudadana deben ser permanentes (14% de quienes opinaron).

En la revisión específica del **cumplimiento del objetivo** (establecido en los Lineamientos) para cada una de las actividades, el personal operativo consideró lo siguiente:

³³ Frecuencias por respuesta (143 promotoras, promotores y auxiliares)

³⁴ Los porcentajes se calculan según el total de personas (143), pues las respuestas no necesariamente suman 100.

³⁵ Tal vez resulte interesante observar que la opinión contraria (“Las actividades no fueron adecuadas para el público objetivo”) alcanzó únicamente 5 menciones.

Tabla 35. Valoración del cumplimiento de objetivos (frecuencia y porcentaje)

La actividad cumplió el objetivo establecido	Valoración (frecuencia de respuestas)							
	Mucho / %		Algo / %		Poco / %		Nada / %	
Conversatorios para el diálogo con jóvenes	114	80	27	19	2	1	0	0
Debates de los debates	89	62	40	28	7	5	7	5
Alianzas con universidades e instituciones de educación superior	118	83	22	15	3	2	0	0
Mecanismo de coordinación y colaboración con organizaciones ciudadanas	63	44	56	37	17	12	10	7
Una foto por el voto libre (<i>Selfie</i> por información)	98	69	28	20	14	10	3	2
Divulgación en redes sociales	79	55	47	33	13	9	4	3

Resultan notables los buenos resultados que para el trabajo de campo tuvieron las alianzas estratégicas con las instituciones de educación superior (83% de respuestas favorables). En contraste, también en este grupo se observa con claridad la dificultad para poner en marcha la colaboración con las organizaciones ciudadanas, pues es el renglón que obtuvo más valoraciones “Poco” y “Nada” (17%). Asimismo, en concordancia con lo expresado por las y los vocales, la actividad que se percibió como más exitosa para cumplir el objetivo es la organización de conversatorios (con 99% de valoraciones “Mucho” y “Algo”), seguida de Una foto por el voto libre (*Selfie* por información), si bien debe anotarse que un porcentaje significativo de respuestas (17) afirma que “Poco” y “Nada” esta actividad cumple el objetivo de promover la participación ciudadana. Ello requeriría una reflexión más detallada, pues las y los vocales la habían valorado mejor (98% de respuestas “Mucho” y “Algo”).

Colaboración con los OPL

A promotoras, promotores y auxiliares no se les solicitó una evaluación de la acción conjunta con los OPL (aunque sí se les requirió alguna sugerencia, como se expone más adelante). Las cinco sugerencias más mencionadas son:

Tabla 36. Principal sugerencia para mejorar la colaboración con los OPL (frecuencia y porcentaje)

	Frecuencia / %	
Desarrollar y reforzar los mecanismos de colaboración, coordinación y comunicación.	60	42
Que ambas instituciones participen por igual y con igual compromiso.	25	18
Involucrar realmente al OPL, desde la planeación.	23	16
Que la colaboración sea permanente.	13	8
Especificar claramente las actividades que corresponden a cada instancia.	7	5

Es posible notar que en opinión de este grupo (42%) los mecanismos de coordinación no son del todo eficientes y sencillos, pues se sugiere un mayor trabajo en este sentido. Por ejemplo, otras respuestas (4%) plantean homologar los criterios de ejecución, seguimiento y evaluación entre ambas instituciones; algunos más (2%) expresan que la colaboración funciona o se entorpece dependiendo de la calidad de la relación en el nivel personal; otro 2% cree que la participación de los órganos locales no debe ser opcional; un porcentaje igual recomienda que el INE dé seguimiento más puntual a las acciones conjuntas.

Vale la pena subrayar que 16%, cifra no muy alta pero significativa, se inclina por involucrar realmente a los OPL, desde la planeación. En general se puede afirmar que el personal de campo percibe claramente que la relación con los órganos locales es un área de oportunidad, y considera que el INE debe hacer este trabajo.

Colaboración con aliados estratégicos

Las **alianzas con universidades e instituciones de educación superior** fueron evaluadas según se observa en el siguiente cuadro.

Tabla 37. Valoración de las Alianzas con universidades e instituciones de educación superior (frecuencia y porcentaje)

	Mucho / %		Algo / %		Poco / %		Nada / %	
El trabajo con las universidades e instituciones de educación superior facilitó al INE, así como a otras instituciones electorales, desarrollar actividades de difusión de información y promoción de participación ciudadana entre jóvenes, a fin de que reflexionen, sean más sensibles y estén mejor informados/as...	118	83	22	15	3	2	0	0
La posibilidad de concertar actividades distintas a las establecidas en el Plan favoreció que las instituciones educativas se interesaran y/o involucraran.	104	73	33	23	6	4	0	0

	Mucho / %		Algo / %		Poco / %		Nada / %	
Derivado de los acuerdos de colaboración interinstitucional, se desarrollaron otras actividades a las que fueron convocadas la JLE y/o el OPL.	72	50	45	31	21	15	5	3.5
Las alianzas interinstitucionales sirvieron para acercarse y trabajar con la población objetivo.	109	76	31	22	3	2	0	0
Las actividades con las instituciones educativas incluyeron la difusión de información sobre el voto e igualdad ciudadana entre hombres y mujeres.	110	77	24	17	8	5.6	1	0.6
Después del proceso electoral es probable que la cooperación se mantenga.	96	67	40	28	6	4	1	0.6
Es conveniente que estas actividades se programen como parte de las acciones de promoción de la participación ciudadana en futuros procesos electorales.	132	92	11	8	0	0	0	0

Al igual que en el grupo de vocales, se valora muy positivamente los elementos de cercanía con el sector de jóvenes, y la posibilidad de variar el tipo de actividades que se realizan en conjunto (96% de respuestas “Mucho” y “Algo”), lo que se refuerza con la opinión de que conviene dar continuidad a esta colaboración (100% agregando “Mucho” y “Algo”).

Para esta continuidad las sugerencias más frecuentes son:

Tabla 38. Principales sugerencias para mejorar la colaboración con instituciones de educación superior (frecuencia y porcentaje)

	Frecuencia / %	
Establecer convenios (u otros mecanismos más flexibles) de colaboración permanente.	62	43
Mantener contacto dando información sobre asuntos electorales y por medio de talleres, foros y conferencias.	18	12.6
Hacer un esfuerzo para desarrollar la relación con las autoridades universitarias. / Hacer trabajo de sensibilización.	13	9
Contar con más tiempo e información sobre sus necesidades para diseñar mejores planes de colaboración.	12	8.5
Contar con un amplio catálogo de actividades para el público universitario.	8	5.6

Tal y como ocurre con las y los vocales en la percepción de este grupo no siempre resulta sencilla la interrelación con estas instituciones. Es oportuno traer aquí a colación una de las sugerencias que se expresaron en el rubro de trámites administrativos: 12% del personal de campo señala que las y los vocales tendrían que dar más celeridad a las gestiones ante las autoridades universitarias; también indican que se requiere contar con un plazo más largo para dichas gestiones. Lo importante en estos señalamientos es

que la dimensión administrativa podría apoyar el mejoramiento de una línea de acción que tiene excelentes resultados.

Mecanismo de coordinación y colaboración con organizaciones ciudadanas

De acuerdo con los resultados del cuestionario cerrado salta a la vista que se trata de una vertiente de alianzas bien valorada en su contenido, pues cumple con el objetivo de promover la participación ciudadana y acercarse a la población objetivo, permite flexibilidad en las actividades concretas lo que facilita la interrelación con el Instituto (la segunda y la tercera preguntas suman, respectivamente, 75 y 78% de respuestas “Mucho” y “Algo”) y 89% opina que sería conveniente repetir la experiencia en futuros procesos electorales. Vale la pena señalar que promotoras, promotores y auxiliares en general valoraron esta actividad más alto de lo que lo hicieron las y los vocales.

Tabla 39. Valoración de las alianzas con organizaciones ciudadanas (frecuencia y porcentaje)

	Mucho / %		Algo / %		Poco / %		Nada / %	
Cumplió el objetivo de conformar una red de organizaciones que promuevan la participación ciudadana en un plano de igualdad, y el ejercicio del voto libre y razonado.	63	44	56	37	17	12	10	7
La posibilidad de concertar actividades distintas a las establecidas en el Plan favoreció que las organizaciones ciudadanas se interesaran y/o involucraran.	70	49	46	32	16	11	11	8
Derivado de los acuerdos de colaboración se desarrollaron otras actividades a las que fueron convocadas la JLE y/o el OPL.	68	48	38	27	26	18	11	8
Las alianzas interinstitucionales sirvieron para acercarse y trabajar con la población objetivo.	72	50	40	28	16	11	15	10
Las actividades con las organizaciones ciudadanas incluyeron la difusión de información sobre el voto e igualdad ciudadana entre hombres y mujeres.	83	58	43	30	8	6	8	5.6
Después del proceso electoral es probable que la cooperación con las organizaciones ciudadanas se mantenga.	79	55	40	28	15	10	9	6
Es conveniente que estas actividades se programen como parte de las acciones de promoción de la participación ciudadana en futuros procesos electorales.	103	72	25	17	10	7	5	3.5

Que sea el INE la institución encargada de promover el desarrollo de una colaboración constante, más allá de los procesos electorales, es la recomendación que subyace en los cinco planteamientos más frecuentes (si bien fraseados de distinta manera y con diversos énfasis). En contraste con la visión de las y los vocales, quienes ponen en segundo lugar el contar con más recursos, el personal operativo cree que (si bien los recursos no estorban) antes hay alternativas, como hacerles propuestas y considerar las suyas.

Tabla 40. Principales sugerencias para mejorar la colaboración con organizaciones ciudadanas (frecuencia y porcentaje)

	Frecuencia / %	
Tener contacto permanente. / Desarrollar mecanismos de comunicación más directa.	50	35
Presentarles propuestas de trabajo conjunto. / Promover convenios de colaboración fuera de los procesos electorales.	36	25
Convocarlas a participar en distintas actividades del INE.	12	8.5
Involucrarlas en el diseño de los planes, con tiempo suficiente y disposición a incluir sus propuestas.	11	8
Canalizar recursos. / Ofrecer algún incentivo o beneficio.	10	7

Resulta interesante observar un tanto más de cerca este contraste cuando se solicitó para estas líneas de acción una calificación en escala de 10 a 1 (según se considerara una forma excelente para promover la participación ciudadana o lo contrario).

Tabla 41. a y b Valoración de las actividades (frecuencia y porcentaje)

Actividad	Calificación de las y los vocales (frecuencia de respuestas / escala 1 a 10)							
	10 y 9 / %		8 y 7 / %		6 y 5 / %		4 y 3 / %	
Alianzas con universidades e instituciones de educación superior	44	88	5	10	1	2	0	0
Mecanismo de coordinación y colaboración con organizaciones ciudadanas	29	58	12	24	5	10	2	4

Actividad	Calificación del personal operativo (frecuencia de respuestas / escala 1 a 10)									
	10 y 9 / %		8 y 7 / %		6 y 5 / %		4 y 3 / %		2 y 1 / %	
Alianzas con universidades e instituciones de educación superior	101	71	39	27	2	1.4	1	0.7	0	0
Mecanismo de coordinación y colaboración con organizaciones ciudadanas	99	69	36	15	6	4	1	0.7	1	0.7

Mientras 88% de las y los vocales calificaron las alianzas con las instituciones de educación superior como una forma excelente de promover la participación ciudadana (sumando las calificaciones 9 y 10), el porcentaje es 17 puntos menor entre el personal operativo (71%, lo que no es bajo). Por lo que se refiere a la colaboración con organizaciones ciudadanas, los porcentajes de alta calificación son similares, aunque

ligeramente más elevado de promotoras, promotores y auxiliares (84% de este grupo, 82% de las y los vocales).

Estos puntajes parecen sugerir que, con todo, la colaboración con las organizaciones ciudadanas es una importante área de oportunidad, y en el mediano plazo podría aportar excelentes resultados en la promoción de la participación y el ejercicio de los derechos ciudadanos.

Actividades específicas de interacción directa con la ciudadanía

El cuadro general de calificaciones por actividad es el siguiente.³⁶

Tabla 42. Valoración de las actividades y su interacción con la ciudadanía (frecuencia y porcentaje)

Actividad / Calificación / %	10 y 9 / %		8 y 7 / %		6 y 5 / %		4 y 3 / %		2 y 1 / %	
Conversatorios para el diálogo con jóvenes	101	71	39	27	2	1.4	1	0.7	0	0
Debates de los debates	99	69	36	15	6	4	1	0.7	1	0.7
Una foto por el voto libre (<i>Selfie</i> por información)	125	87	15	10	2	1.4	0	0	1	0.7
Distribución de materiales impresos	75	52	50	35	12	8.5	3	2	3	2
Divulgación en redes sociales	108	75	25	17	5	3.5	2	1.4	2	1.4
Voto informado 2018	101	71	33	23	8	5.4	1	0.7	0	0

Salta a la vista que las dos actividades preferidas en campo son los conversatorios para el diálogo con jóvenes y Una foto por el voto libre (*Selfie* por información). Sin embargo, todas actividades recibieron altas calificaciones. Únicamente la distribución de materiales está por debajo de 90% y obtuvo 12.5% de notas bajas.

Los **conversatorios** para el diálogo con jóvenes fueron evaluados por el personal operativo de la siguiente manera:

Tabla 43. Valoración de los conversatorios para el diálogo con jóvenes (frecuencia y porcentaje)

	Mucho / %		Algo / %		Poco / %		Nada / %	
Cumplieron el objetivo de generar conocimiento sobre las instituciones electorales, impulsaron que los ciudadanos y las	114	80	27	19	2	1	0	0

³⁶ Como ya se expuso, es una escala de 1 a 10 en la que 1 significa “Es una pésima forma de promover la participación ciudadana” y 10 significa “Es una excelente forma de promover la participación ciudadana”.

	Mucho / %		Algo / %		Poco / %		Nada / %	
ciudadanas cuidasen el apego a la legislación vigente en el proceso electoral, y deliberaron sobre diversas preocupaciones.								
Los temas desarrollados resultaron de interés para la población objetivo (jóvenes de 18-34 años).	97	68	44	31	12	1	0	0
Las dinámicas de las actividades propiciaron que las y los jóvenes expresaran abiertamente sus dudas y opiniones sobre el sistema electoral mexicano.	101	71	39	27	3	2	0	0
El hecho de que el voto es una acción por medio de la cual las mujeres se reafirman como ciudadanas formó parte de la discusión.	59	41	39	27	31	22	14	10
Las actividades fueron las adecuadas para atraer el interés de las y los jóvenes.	81	57	56	39	5	3	1	1
Es conveniente que estas actividades se programen como parte de las acciones de promoción de la participación ciudadana en futuros procesos electorales.	133	93	6	4	4	3	0	0

El elemento más destacado (con 99% de valoraciones “Mucho” y “Algo”) es el interés que despertaron los temas abordados, pero vale la pena destacar que casi el mismo porcentaje (98) obtuvo el hecho de que esta actividad *propició la expresión abierta* de las y los jóvenes, así como el planteamiento de dudas. De hecho, entre las sugerencias para reforzar el trabajo de promoción, 5% se refiere a organizar actividades en las que el diálogo sea lo fundamental.

Algo similar se desprende al revisar la opinión del personal que trabajó directamente con la ciudadanía respecto a las **mesas de análisis de los debates** presidenciales: 90% de las valoraciones altas son para el interés de los temas discutidos; 92%, para el hecho de que esta actividad propicia la expresión abierta de las y los jóvenes; 93% considera que convendría programarlas en futuros procesos electorales.

Tabla 44. Valoración de los Debates de los debates presidenciales (frecuencia y porcentaje)

	Mucho / %		Algo / %		Poco / %		Nada / %	
Cumplieron el objetivo de “desarrollar espacios de diálogo en los que su comunidad analice las distintas propuestas presentadas por las y los candidatos a la Presidencia”.	89	62	40	28	7	5	7	5
Los temas desarrollados resultaron de interés para la población objetivo (jóvenes de 18-34 años).	76	53	53	37	7	5	7	5
Las dinámicas de las actividades propiciaron que las y los jóvenes expresaran abiertamente sus dudas y opiniones sobre el sistema electoral mexicano y las plataformas de candidatas y candidatos.	86	60	46	32	4	3	7	5
El hecho de que el voto es una acción por medio de la cual las mujeres se reafirman como ciudadanas formó parte de la discusión.	42	29	56	39	24	17	21	15

	Mucho / %		Algo / %		Poco / %		Nada / %	
Las actividades fueron las adecuadas para atraer el interés de las y los jóvenes.	72	50	58	41	7	5	6	4
Es conveniente que estas actividades se programen como parte de las acciones de promoción de la participación ciudadana en futuros procesos electorales.	109	76	24	17	4	3	6	4

Sin embargo, al igual que en el caso de las y los vocales, en las opiniones del personal se percibe que en la práctica “son ejercicios poco buscados” y reciben los porcentajes más altos de respuestas “Nada” (5%) a las preguntas sobre el cumplimiento del objetivo, el interés de los temas y la posibilidad de expresión.

Por lo que se refiere a **Una foto por el voto libre** (*Selfie* por información), la revisión detallada de las y los promotores y auxiliares arroja lo siguiente.

Tabla 45. Valoración de Una foto por el voto libre (Selfie por información) (frecuencia y porcentaje)

	Mucho / %		Algo / %		Poco / %		Nada / %	
Esta actividad cumplió el objetivo de sensibilizar a las y los jóvenes electores potenciales sobre la importancia de su participación en el Proceso Electoral 2017-2018 y de convertirlos/as en promotores/as virtuales de la participación electoral.	98	69	28	20	14	10	3	2
Ofreció una posibilidad para dar información sobre el proceso electoral a la ciudadanía.	110	77	26	18	5	3.5	2	1.4
Los temas o frases generadoras resultaron de interés para la población objetivo (jóvenes de 18-34 años).	95	66	32	22	12	8.5	4	3
Tuvo una buena recepción entre la población objetivo y se reflejó en el incremento de publicaciones en las redes sociales de las <i>selfies</i> con el material.	76	53	39	27	21	15	7	5
Propició un ambiente donde la ciudadanía pudo expresar sus dudas y opiniones sobre el proceso electoral.	100	70	23	16	15	10	5	3.5
Es conveniente que esta actividad se programe como parte de la promoción de la participación ciudadana en futuros procesos electorales.	100	70	26	18	14	10	3	2

El cumplimiento del objetivo de esta actividad es importante, pues implicaba tres momentos: un primer acercamiento, sensibilización a la persona con la que se tenía contacto directo; en segundo lugar, la solicitud de que apoyara esta sensibilización en su círculo cercano; y, en tercer lugar, la posibilidad de abrir un espacio informal para dar información a la ciudadanía sobre el proceso electoral, lo que le daba a la actividad un contenido más allá del mero ejercicio lúdico. De acuerdo con 77% del personal de campo esta posibilidad se cumplió “Mucho” –el porcentaje más alto de respuestas “Mucho” de todo el cuestionario–

, al igual que la expresión de dudas y opiniones de la ciudadanía (86% agrupando “Mucho” y “Algo”). Ello conviene destacarlo.

Perspectiva de género en las actividades

Una parte del trabajo institucional para transversalizar la perspectiva de género en todas las actividades territoriales fue una breve sesión de sensibilización en el tema, incluyendo un material audiovisual corto, que se impartió en cada Junta Local Ejecutiva a promotoras, promotores y auxiliares. Específicamente con relación a esto se preguntó a las y los vocales su percepción sobre el resultado. Éstas son las respuestas.

Tabla 46. Valoración general en materia de género (frecuencia y porcentaje)

	Sí / %		No / %		Prefiero no contestar / %	
El material de sensibilización sobre la perspectiva de género dirigido a promotores/as y auxiliares fue útil durante la interacción con la ciudadanía.	35	70	14	28	1	2

Es notable que, si bien la percepción es mayoritariamente positiva, todavía se requiere fortalecer el tema al interior de las propias JLE y con el personal que se contrate para las acciones territoriales.

Por otra parte, si se observa solamente la interacción con instituciones educativas y organizaciones ciudadanas, es claro que el enfoque transversal se va asentando en el trabajo del Instituto (como queda de manifiesto según el personal operativo al agregar las respuestas “Mucho” y “Algo”, con 94 y 88%, respectivamente).

En contraste, es necesario subrayar que la perspectiva transversal no logró permear la realización de las actividades, más allá de la planeación. Es decir, el tema de la participación en un plano de igualdad entre hombres y mujeres no ocupó un espacio significativo en el contenido de las deliberaciones. En el siguiente cuadro se concentran las valoraciones que el tema recibió por cada línea de acción.

Tabla 47. Opinión sobre qué tanta atención a la participación en un plano de igualdad entre mujeres y hombres (frecuencia y porcentaje)

	Mucho / %		Algo / %		Poco / %		Nada / %	
Conversatorios para el diálogo con jóvenes	59	41	39	27	31	22	14	10
Debates de los debates	42	29	56	39	24	17	21	15
En las actividades con las instituciones educativas	110	77	24	17	8	5.6	1	0.7
En las actividades con las organizaciones ciudadanas	83	58	43	30	8	6	8	5.6

Salta a la vista que se trata del elemento que recibió en general más altas opiniones “Poco” y “Nada” –en el caso de los debates destaca 15% de respuestas “Nada”, el más alto para toda la evaluación.

Sin embargo, el personal operativo tiene propuestas claras para promover la participación en un plano de igualdad entre mujeres y hombres. Se muestran las más frecuentes.

Tabla 48. Sugerencias para promover la participación de mujeres y hombres en un plano de igualdad (frecuencia y porcentaje)

	Frecuencia / %	
Organizar conversatorios, talleres de equidad, pláticas o conferencias en esta materia. / Difundir información específica dirigida a ciudadanas.	43	30
Que el trabajo en esta materia sea permanente, a través de distintas actividades.	11	8
Incluir el tema en la planeación de acciones de promoción de la participación ciudadana. / Que el personal de promoción de la participación ciudadana se componga paritariamente. / Que haya paridad entre ponentes y moderadoras/es en las actividades de promoción.	17	11.9
Fortalecer las alianzas estratégicas con otros actores sociales, especialmente los que atiendan este tema (universidades, OSC, instituciones públicas, privadas y sociales, Inmujeres).	16	11
Campañas y otras acciones de difusión de información y reflexiones en medios masivos y redes sociales electrónicas.	15	10.5

A diferencia de las y los vocales, quienes dieron más peso –32%– a realizar campañas informativas en medios de difusión masiva, el personal de campo recomienda organizar actividades e informar a la población por la vía del contacto directo (38% si también se cuentan las respuestas que ponen énfasis en que el trabajo sea permanente). Para este grupo las campañas en medios fueron mencionadas únicamente 10.5% de las veces. Otra sugerencia que recibió buen respaldo es la de fortalecer las alianzas con actores sociales que atienden el tema (18% para el personal directivo; 11% para el operativo). Por otro lado, es interesante observar que 22% del personal directivo apunta la necesidad de tener perspectiva de género desde interior del INE, mientras que solamente 11.8% del personal operativo comparte esta idea.

Recuperando las recomendaciones menos frecuentes conviene destacar que hay discrepancias notables: hay un 8.5% de expresiones respecto a que el tema ya no es particularmente importante y que basta con dar continuidad a lo hecho hasta ahora. Con todo, aunque minoritarias, hay sugerencias que manifiestan matices en la reflexión. Por ejemplo, que se requiere ampliar la mira para incluir temas de hombres y de otras expresiones de género (4%), que se consideren las desigualdades sociales por lo menos tanto como las que hay entre hombres y mujeres (1.4%), que el propio debate sea incluyente (3.5%).

Principales sugerencias del personal operativo para promover la participación ciudadana

Después de cuatro meses de intenso trabajo de campo, promotoras, promotores y auxiliares, en un esfuerzo de síntesis, plantearon sugerencias (y no sobra apuntar que en buen número de casos fue más

de una). De la revisión del conjunto se puede notar que, abrumadoramente, la recomendación es que la tarea de desarrollar la cultura cívica debe ser permanente para el Instituto. Un buen número de las expresiones concretas incluía la reflexión de que el trabajo durante los tiempos electorales y los no electorales deben complementarse y tener continuidad. Es necesario observar que esta manifestación con frecuencia viene acompañada del señalamiento sobre la importancia de considerar distintos grupos objetivo en el diseño y la planeación de las actividades.

En general es notable que se repiten las sugerencias tanto para los periodos electorales como para la actividad regular: en primer término, difundir información sobre el sistema electoral mexicano en medios masivos y haciendo uso de las nuevas tecnologías; en segundo, dar continuidad a las alianzas logradas, y desarrollar los mecanismos y las formas de interacción tanto con instituciones de educación superior como con organizaciones ciudadanas.

Conviene destacar otras dos recomendaciones que también se repiten, con distintos matices: diseñar actividades en las que haya contacto directo con la ciudadanía, que permitan el diálogo y la exposición de dudas; además, flexibilizar los formatos, haciéndolos menos formales, más lúdicos y, consecuentemente, adaptar el lenguaje de acuerdo con los distintos grupos objetivo y sus contextos y condiciones específicos. Tal vez valga la pena señalar en este punto el contraste con las sugerencias de las y los vocales, más centradas en el desarrollo de campañas y el empleo de medios masivos y tecnologías.

Enseguida se muestran (uno tras otro) los cuadros con las sugerencias que con más frecuencia planteó el personal de campo para el trabajo futuro del Instituto.

Tabla 49. Sugerencias para el trabajo en periodos no electorales (frecuencia y porcentaje)

	Frecuencia / %	
Que las actividades de promoción de la participación ciudadana sean permanentes y variadas, diseñadas específicamente considerando los distintos grupos de la población.	53	37
Campañas informativas permanentes en medios masivos y redes sociales electrónicas.	19	13
Informar permanentemente sobre el sistema electoral y las normas que dan transparencia y legalidad a los procesos electorales (incluyendo observación electoral)	18	12.6
Dar continuidad a todas las actividades realizadas durante el proceso electoral, reforzando las alianzas estratégicas establecidas con colectivos, organizaciones e instituciones de educación superior.	18	12.6
Dar continuidad a las actividades en y con las instituciones de educación superior. / Incluir los bachilleratos.	17	11.9
Impulsar actividades en las que hay diálogo y se puede resolver las dudas (como conversatorios, talleres y pláticas).	16	11

Tabla 50. Sugerencias para el trabajo durante procesos electorales (frecuencia y porcentaje)

	Frecuencia / %	
Que las actividades de promoción de la participación ciudadana sean permanentes y variadas, diseñadas para distintos grupos objetivo.	29	20
Campañas informativas permanentes en medios masivos.	19	13
Emplear mejor las redes sociales electrónicas con contenidos para jóvenes y ciudadanía en general.	13	9
Mejorar los contenidos de los materiales informativos. / Emplear lenguaje accesible a todo público. / Formatos más atractivos.	11	8
Enfatizar el componente informativo para la población en general.	10	7
Reforzar las actividades de contacto directo con la ciudadanía y en las que ésta participe ("Ir a donde están los ciudadanos").	9	6

Entre las sugerencias menos frecuentes quizá sea conveniente recuperar la de trabajar con niñas, niños y adolescentes (especialmente en ámbitos escolarizados), así como convocar a las y los jóvenes para el diseño de las actividades que se dirijan a ese sector.

Elementos administrativos

Las sugerencias del personal operativo en este punto pueden agruparse por subtemas, indicando otras tantas áreas de oportunidad. Con el fin de sintetizar la información, se presentan agrupados en un listado.

- Contar oportunamente con recursos para la operación / en mayor cantidad / incluyendo viáticos o gastos de campo (con una suma de 31.5% de opiniones).
- Que las y los vocales apoyen con mayor atención todas las gestiones relacionadas con el establecimiento de alianzas y con la obtención de espacios para las actividades / fortalecer los mecanismos de gestión (23%, agregado).
- Que los procedimientos administrativos en general sean más rápidos (mención especial hubo para la aprobación de las aplicaciones gráficas que debía extender la Coordinación de Comunicación Social), sencillos y flexibles (sumando 22.5%).
- Simplificar los formatos que se solicita requisitar a la población que participa en las actividades, así como los informes de trabajo (21.7%, agregado).

Si bien hay coincidencias con lo que plantea el personal directivo, es interesante notar dos cuestiones que repercutirían directamente en el desarrollo de las actividades: las gestiones que deben realizar directamente las juntas ejecutivas, y el tiempo que debe dedicar la ciudadanía para proporcionar la información que se solicita (lo que, en ocasiones, les disuadió de participar en la actividad Una foto por el voto libre).

Conclusiones y recomendaciones

El contenido del presente documento constata el esfuerzo realizado por parte del personal adscrito a la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica, de las Vocalías de Capacitación Electoral y Educación Cívica, así como de los Organismos Públicos Electorales para difundir información sobre el sistema electoral y las elecciones de 2018 y, sobre todo, para sensibilizar a la ciudadanía de manera que conociese más sobre el proceso electoral y las acciones que llevan a cabo las autoridades electorales para garantizar y hacer valer su voto el pasado 1° de julio. También subraya la contribución fundamental que han hecho otros aliados estratégicos (empresarios, organismos autónomos, universidades).

De acuerdo a la evaluación de las actividades la elaboración de materiales y el diseño de plataformas digitales fue un aspecto positivo a destacar. El desarrollo de esta línea implica, por cierto, una mayor difusión en los canales institucionales de los materiales desarrollados por oficinas centrales y los órganos desconcentrados, así como un amplio uso de las plataformas digitales.

Particularmente las y los vocales sugieren respecto al componente informativo que:

- Se consideren diversos públicos objetivo y, en consecuencia, se adecuen los formatos y el lenguaje (no necesariamente los contenidos, sino la forma en que se presentan) para cada segmento específico.
- Se haga un uso más extensivo e intensivo de materiales audiovisuales y difundirlos en medios electrónicos, medios masivos y, especialmente, redes sociales electrónicas.

Con las plataformas digitales que fueron desarrolladas por la UNAM se lograron resultados desiguales. En el caso de Voto Informado, efectivamente, fue una plataforma bien evaluada en los medios de comunicación. En cambio, en el caso de Observatorio 2.0, fue un mecanismo para dar seguimiento a las campañas electorales en las redes sociales. Sin embargo, en futuras ediciones deberá incluir en el seguimiento a plataformas como Instagram o Snapchat (o cualquier otra plataforma que sea más utilizada entre la población objetivo).

Las alianzas estratégicas detonadas desde la DECEyEC, como lo fue con ANUIES o con el sector empresarial, abonaron a generar un mayor diálogo entre las autoridades electorales, candidatas y candidatos, así como con las y los votantes. El reto para las siguientes elecciones consistirá en diseñar un grupo de actividades mucho más acordes a la población “cautiva” que ellos suelen atender. También se deberá identificar esquemas, más flexibles de colaboración, para poder adaptarse a las circunstancias y permitir distintas clases de actividades.

De lo manifestado por quienes tuvieron la responsabilidad de implementar *el Plan de impulso* (titulares de alguna Vocalía de Capacitación Electoral y Educación Cívica, además del personal de campo: promotoras, promotores y auxiliares) se puede afirmar que, más allá de la cobertura a la población, se cumplió con el objetivo: contribuir a la participación de la ciudadanía en las elecciones de 2018. La evaluación de cada

actividad permite destacar algunos elementos que la mayoría de sus operadores consideran importantes para el logro de este buen resultado:

- El reducir sustantivamente el involucramiento de las vocalías distritales, pues estuvieron centradas fundamentalmente en la capacitación y la integración de mesas directivas de casilla.
- La contratación de personal exclusivamente para las tareas de promoción de la participación ciudadana.
- La planeación de acciones dirigidas en lo particular, aunque no exclusivamente, a un sector específico de la ciudadanía (el grupo de jóvenes entre 18 y 34 años).
- El establecimiento de alianzas estratégicas con instituciones de educación superior (considerando el grupo objetivo).

Para enfrentar la cultura política de la desconfianza *el Plan de impulso* privilegió el componente informativo, pero no como discurso unilateral, mucho menos como propaganda, sino como fundamento para el diálogo (en concordancia con los ejes estratégicos Verdad y Diálogo establecidos en la ENCCÍVICA). Quienes operaron el *Plan de impulso* a lo largo de la evaluación cualitativa realizada, manifestaron de diversas maneras que la información sobre el sistema político mexicano constituye uno de los elementos que permitió el acercamiento con la ciudadanía. Dicho lo anterior, las sugerencias más frecuentes por parte de los titulares de las vocalías fueron

- Dar continuidad a las actividades del *Plan de impulso* y, en general, al trabajo de promoción de la cultura cívica y de la participación ciudadana más allá de los procesos electorales.
- Incluir otros grupos objetivo especialmente aquellos no muy interesados en política.

El componente que requiere de un análisis más cuidadoso es el establecimiento de planes conjuntos con los OPL. De acuerdo con las expresiones vertidas, el trabajo conjunto INE-OPL no tiene bases sólidas (bajo la perspectiva del personal que implementó el *Plan*) y sí, en cambio, muchas distintas facetas: autonomía versus compromiso; coordinación versus delimitación de responsabilidades; diferencias en la disposición de recursos humanos y materiales; diversidad en los mandatos legales (que son ineludibles).

En cuanto a este punto las y los titulares de las vocalías recomiendan:

- Es fundamental contar con herramientas institucionales para establecer una adecuada relación con los OPL. Es decir, una definición clara de los objetivos generales y específicos del INE, así como del tipo de interacción que se espera. Para ello probablemente convendría una videoconferencia (si fuera posible, una reunión) en la que la DECEyEC sensibilice a las y los vocales respecto a la situación imperante y se definan las mejores prácticas para el trabajo conjunto, considerando las diferencias tanto normativas como de operación.
- Contar con tiempo suficiente de modo que sea posible involucrar a los OPL en la planeación de las actividades de promoción de la participación ciudadana. Ello permitiría hacer adecuaciones convenientes para ambas instancias.

Sin embargo, hay una opinión mayoritaria según la cual sería productivo para el INE encontrar mecanismos para dar continuidad, facilitar y fortalecer las alianzas estratégicas lo mismo con las instituciones de educación superior y con los OPL que con las organizaciones ciudadanas. En este último caso (el *Mecanismo de coordinación y colaboración con organizaciones ciudadanas para la promoción del voto y de la participación ciudadana en el Proceso Electoral 2017-2018*), la evaluación general que se desprende es:

- Se trata de una actividad bien valorada y se sugiere desarrollarla para apoyar las tareas permanentes del Instituto en las entidades.
- La forma específica en que se ejecutó no atrajo la colaboración de muchas organizaciones, aunque sobre la marcha sumaron, informalmente, otras más.
- Se requiere más flexibilidad en los instrumentos, sin establecer tantos requisitos y permitiendo que los trámites se realicen directamente en cada Junta Ejecutiva (DECEYEC). También se menciona el factor tiempo en los procesos de planeación de las actividades.
- Es necesario que el Instituto aporte algo más que solamente el logotipo. En este punto las sugerencias varían desde ofrecer a las OSC capacitación, espacios para sus actividades, planeación conjunta de acciones y algún tipo de recursos.

La perspectiva de género en las actividades del Plan también requiere una revisión con detalle. De la opinión de todas y todos quienes trabajaron en la promoción de la participación ciudadana se desprende que el tema es más bien poco comprendido (en general se piensa en acciones para favorecer la inclusión de las mujeres). Las y los vocales sugieren hacer campañas en medios masivos: es decir, a partir de contenidos ya elaborados, difundir sin dedicarle demasiado tiempo o esfuerzo. Definitivamente ésta es una asignatura pendiente. Por ello, a modo de recomendación, el personal de la estructura desconcentrada considera que:

- Se requiere concertar con la unidad técnica del ramo la redacción de algunos conceptos fundamentales, que superen el visón de “acciones para mujeres” o de “violencia política contra mujeres”. Éstos se dirigirían fundamentalmente al personal de las juntas ejecutivas.
- Es pertinente proponer a las vocalías de Capacitación Electoral y Educación Cívica actividades y contenidos con perspectiva de género, considerando diversos públicos objetivo y distintos tipos de materiales.
- Trabajar en la planeación de futuras acciones que se señalen explícitamente en los lineamientos.
- Sensibilizar en esta materia al personal eventual que se contrate.
- Se precisa de una campaña amplia de información y sensibilización en medios masivos (incluyendo redes sociales electrónicas).
- Implementar acciones continuas en las que haya contacto directo con la ciudadanía (talleres, conversatorios, etcétera).