



# Manual de Comunicación para Grupos en Situación de Vulnerabilidad del IEPC

**Comisión Provisional de  
Comunicación Institucional**

*[Firma manuscrita]*



# ÍNDICE

|              |   |
|--------------|---|
| 03 . . . . . | I. Presentación   |
| 05 . . . . . | II. Marco conceptual y normativo  |
| 10 . . . . . | III. Diagnóstico  |
| 17 . . . . . | IV. Criterios generales de comunicación institucional                                     |
| 19 . . . . . | V. Lenguaje inclusivo y accesible   |
| 23 . . . . . | VI. Gestión de crisis comunicacional  |
| 27 . . . . . | VII. Redes sociales y medios de comunicación  |
| 32 . . . . . | VIII. Capacitación del personal del IEPC  |
| 36 . . . . . | IX. Metodología para el diseño de comunicación para grupos en situación de vulnerabilidad |
| 37 . . . . . | X. Comunicación electoral y el ODS 18: la información como bien público global            |
| 39 . . . . . | XI. Aplicación del enfoque: experiencias del Modelo ICR en contextos institucionales      |
| 41 . . . . . | XII. Consideraciones finales  |
| 42 . . . . . | Bibliografía  |



# I. PRESENTACIÓN

En el contexto actual de profundos cambios sociales, tecnológicos y culturales, la comunicación institucional enfrenta el reto de ser no solo un canal de transmisión de mensajes, sino un auténtico puente entre el Estado y la ciudadanía. En un entorno como el de Chiapas, caracterizado por su diversidad lingüística, étnica, territorial y por los múltiples factores de vulnerabilidad que afectan a importantes sectores de la población, la comunicación debe ser ejercida con responsabilidad, sensibilidad y un profundo sentido de justicia social.

El Instituto de Elecciones y Participación Ciudadana (IEPC) de Chiapas, consciente de su papel como garante del ejercicio democrático en el estado, reconoce que una comunicación eficaz, ética e inclusiva es fundamental para promover el derecho a la información, fortalecer la confianza ciudadana, prevenir conflictos y garantizar la participación efectiva de todas las personas, sin distinción alguna.

Este Manual de Comunicación para Grupos en Situación de Vulnerabilidad es una herramienta estratégica orientada a consolidar una cultura institucional que coloque al ser humano en el centro de su quehacer comunicativo. Fue elaborado con base en un riguroso análisis normativo, una evaluación de prácticas vigentes, y una serie de entrevistas cualitativas con actores clave del IEPC.

El documento se sustenta en principios de derechos humanos, accesibilidad, perspectiva intercultural y enfoque inclusivo, y tiene como finalidad orientar al personal del IEPC en la aplicación de criterios, protocolos y lenguajes que garanticen que la comunicación institucional sea comprensible, respetuosa, útil y empática para todas las personas, especialmente aquellas en situación de vulnerabilidad.

Los cinco objetivos estratégicos que guían este Manual son:

1. Consolidar criterios de comunicación clara y eficaz.
2. Incorporar estrategias de lenguaje inclusivo y accesible.
3. Desarrollar pautas para la gestión de crisis.
4. Estandarizar el uso de redes sociales y medios de comunicación.
5. Capacitar al personal del IEPC en buenas prácticas de comunicación.

Este instrumento aspira a ser no solo una guía técnica, sino un compromiso ético con la equidad, la democracia y la dignidad humana. Su implementación progresiva contribuirá a consolidar una comunicación pública más sensible, justa y cercana a las realidades de la ciudadanía chiapaneca.

En este marco, resulta imprescindible reconocer que **la actual crisis de confianza y representatividad institucional** no puede abordarse únicamente con herramientas técnicas. Como ha señalado Zuart Garduño (2024), “la política, en su núcleo, es un acto profundamente humano, tejido por valores sociales compartidos”. Esta perspectiva aporta una base ética y cultural para repensar la comunicación pública como una vía para reconstruir vínculos entre instituciones y ciudadanía, particularmente con aquellas personas y comunidades que históricamente han sido invisibilizadas o excluidas.

Este Manual se inscribe en ese horizonte: **comunicar con responsabilidad es también reconstruir la legitimidad del Estado desde la palabra, la escucha y la acción compartida.**

Esta propuesta se sostiene, además, en una ética comunicativa que privilegia la honestidad, la transparencia, la coherencia institucional, la accesibilidad plena y el respeto profundo a las personas y sus contextos. La comunicación responsable es, en este sentido, una práctica bidireccional que escucha, aprende y actúa desde la empatía y la justicia comunicacional.

### Objetivos Estratégicos del Manual de Comunicación Responsable

1. Consolidar criterios de comunicación clara y eficaz.
2. Incorporar estrategias de lenguaje inclusivo y accesible.
3. Desarrollar pautas para la gestión de crisis.
4. Estandarizar el uso de redes sociales y medios de comunicación.
5. Capacitar al personal del IEPC en buenas prácticas de comunicación.

## II. MARCO CONCEPTUAL Y NORMATIVO

### ¿Qué es la comunicación responsable?

La comunicación responsable no se limita a informar; constituye una forma de relación pública e institucional sustentada en el respeto, la ética y la empatía. Se trata de un modelo comunicativo que reconoce las desigualdades estructurales existentes en la sociedad y actúa para no reproducirlas, incorporando prácticas conscientes que buscan amplificar la voz de quienes han sido históricamente excluidos, marginados o subrepresentados.

Implica un ejercicio ético del poder de comunicar que no sólo observa principios de veracidad y oportunidad, sino que también reconoce la pluralidad de actores, contextos y realidades. La comunicación responsable contribuye a fortalecer la democracia, fomenta la participación, protege los derechos humanos y mejora la legitimidad de las instituciones ante la ciudadanía.

### Principios operativos de la Comunicación Responsable

| PRINCIPIO                          | DEFINICIÓN OPERATIVA  |
|------------------------------------|---|
| <i>Accesibilidad</i>               | Garantizar que toda persona pueda comprender, recibir y participar en la comunicación, sin importar su idioma, condición física, nivel educativo o situación social. Incluye formatos inclusivos. |
| <i>Empatía</i>                     | Considerar y respetar las emociones, contextos y necesidades de los públicos destinatarios. No se trata solo de informar, sino de conectar desde lo humano.                                       |
| <i>Bidireccionalidad</i>           | Fomentar el diálogo real, no solo la transmisión unilateral de información. Escuchar, responder y adaptarse a lo que las audiencias expresan.   |
| <i>Transparencia</i>               | Comunicar con claridad, veracidad y sin omisiones deliberadas. Implica hacer accesible la información sustantiva, y admitir errores cuando ocurren.   |
| <i>Coherencia institucional</i>    | Alinear el decir institucional con el hacer cotidiano. Un mensaje responsable requiere que las acciones de la institución respalden lo que se comunica.   |
| <i>Equilibrio</i>                  | Evitar la saturación o la omisión. Una comunicación responsable es oportuna, justa en cantidad, adecuada en forma y pertinente en contenido.  |
| <i>Interactividad</i>              | Usar los medios digitales y presenciales no solo para difundir, sino para habilitar espacios de conversación, consulta y colaboración.  |
| <i>Fiabilidad</i>                  | Garantizar que la información que se emite provenga de fuentes verificables, sea comprensible y útil para la toma de decisiones ciudadanas.   |
| <i>Pertinencia cultural</i>        | Adaptar los mensajes a los códigos, lenguajes, símbolos y contextos específicos de los territorios y comunidades. Evitar el enfoque homogéneo.  |
| <i>Sostenibilidad comunicativa</i> | Pensar más allá de la campaña puntual. Establecer relaciones comunicativas duraderas, basadas en confianza y reconocimiento mutuo.  |

## ¿Qué se entiende por grupos en situación de vulnerabilidad?

En el marco del quehacer institucional del Instituto de Elecciones y Participación Ciudadana de Chiapas, la comunicación responsable adquiere una relevancia fundamental, especialmente cuando se dirige a grupos en situación de vulnerabilidad. La forma en que nos comunicamos puede tener un impacto significativo en la comprensión, participación y ejercicio de los derechos político-electorales de todas las personas. Por ello, es crucial establecer un entendimiento común sobre a quiénes nos referimos cuando hablamos de "grupos en situación de vulnerabilidad" en el contexto de la participación ciudadana y los procesos electorales.

Para los fines de este manual y con el objetivo de guiar el diseño de estrategias y contenidos comunicativos inclusivos y equitativos, consideramos como grupos en situación de vulnerabilidad a aquellos grupos de personas que, debido a alguna condición específica que comparten, a un prejuicio social erigido en torno a ellos o por una situación histórica de opresión o injusticia, se ven afectados sistemáticamente en el disfrute y ejercicio de sus derechos fundamentales (*Comisión Estatal de Derechos Humanos Nuevo León, 2024*).

En el contexto de Chiapas, y con un enfoque de derechos humanos e interseccionalidad, identificamos principalmente los siguientes grupos como públicos en situación de vulnerabilidad para los fines de este manual:

- **Personas indígenas:** Debido a barreras lingüísticas, culturales, geográficas y, en ocasiones, históricas de discriminación.
- **Personas con discapacidad:** Por barreras físicas, sensoriales, cognitivas e institucionales que dificultan su acceso a la información y participación.
- **Adultos mayores:** Por posibles barreras cognitivas, de acceso a la tecnología, o por su condición de salud.
- **Niñas, niños y adolescentes:** Como sujetos de derechos en formación, requieren información adaptada para su comprensión y fomento de su participación cívica futura (en temas no directamente relacionados con el voto, pero sí con la cultura democrática).
- **Personas jóvenes:** Particularmente en zonas rurales o con menor acceso a información formal, pueden requerir canales y lenguajes específicos.
- **Población rural o de zonas dispersas:** Por barreras geográficas y de acceso a servicios básicos, incluyendo la conectividad y medios de comunicación.
- **Mujeres:** A pesar de ser la mitad de la población, en ciertos contextos pueden enfrentar barreras de género que limiten su participación o el acceso a información sin sesgos.
- **Personas de la diversidad sexual y de género (LGBTTTIQ+):** Si bien no siempre es una vulnerabilidad directa en el ejercicio del voto, pueden enfrentar estigmatización o discriminación que afecte su percepción de seguridad y confianza en los procesos.



- **Personas en situación de pobreza o marginación:** Por barreras económicas que limitan su acceso a la información (tecnología, medios) y por su mayor susceptibilidad a presiones.

### Enfoques transversales del Manual

Este Manual se fundamenta en tres enfoques integradores y operativos:

- **Enfoque de derechos humanos:** La comunicación se concibe como un derecho fundamental. Toda persona tiene derecho a recibir información en condiciones de igualdad, accesibilidad, pertinencia y no discriminación. Este enfoque promueve el trato digno, la justicia comunicacional y la corresponsabilidad institucional.
- **Perspectiva intercultural:** Reconoce la coexistencia de múltiples sistemas de valores, lenguas, formas de vida y significados sociales. Implica adaptar los mensajes a contextos socioculturales diversos, respetando los saberes, las prácticas y los códigos comunicativos de pueblos y comunidades originarias.
- **Accesibilidad universal:** Supone eliminar barreras físicas, sensoriales, cognitivas y actitudinales en los procesos de emisión y recepción de mensajes. No se trata de hacer "traducciones" o "adaptaciones" sino de diseñar la comunicación desde el inicio para que sea comprendida y utilizada por todas las personas, especialmente aquellas con discapacidad.

### Enfoques Transversales del Manual de Comunicación Responsable

|   |
|---|
| <p><b>Enfoque de Derechos Humanos</b></p> <p>Promueve el respeto, protección y garantía de los derechos fundamentales en todos los procesos comunicativos.</p>      |
| <p><b>Enfoque de Igualdad de Género</b></p> <p>Garantiza un lenguaje y representación que sea visible a mujeres y hombres en condiciones de igualdad.</p>           |
| <p><b>Enfoque Intercultural</b></p> <p>Reconoce y valora la diversidad cultural, favoreciendo la inclusión de todos los grupos sociales.</p>                        |
| <p><b>Enfoque de Accesibilidad Universal</b></p> <p>Asegura que la información sea comprensible y usable para todas las personas, sin importar sus condiciones.</p> |
| <p><b>Enfoque de Participación Ciudadana</b></p> <p>Fomenta la inclusión activa de la ciudadanía en la vida pública mediante la información clara y oportuna.</p>   |

## El Modelo ICR: comunicación con identidad, confianza y representación

Una de las referencias conceptuales que sustenta este Manual es el Modelo ICR (Identidad, Confianza y Representación). Este modelo propone una ruta metodológica para diseñar estrategias de comunicación institucional basadas en valores compartidos entre las instituciones y los públicos a los que se dirigen, particularmente en contextos de vulnerabilidad.

El Modelo ICR parte de un diagnóstico contemporáneo: la crisis de representatividad y legitimidad que enfrentan muchas instituciones públicas tiene una dimensión comunicacional profunda. La desafección ciudadana no se debe solo a la falta de resultados, sino también a la incapacidad de las instituciones para comunicar desde la empatía, la escucha activa y la autenticidad.

Desde esta perspectiva, el Modelo ICR propone cinco componentes esenciales para una comunicación pública transformadora:

1. **Identidad institucional:** reconocer y comunicar con claridad los valores fundacionales de la institución.
2. **Estado de ánimo social:** comprender las emociones, preocupaciones y valores de los públicos destinatarios.
3. **Narrativa compartida basada en valores comunes:** construir mensajes que reflejen puntos de encuentro y conexión cultural.
4. **Participación activa:** incluir a los públicos en la construcción y validación del mensaje.
5. **Veracidad y transparencia:** comunicar con ética, claridad y responsabilidad.

A nivel metodológico, el modelo sugiere cuatro fases de implementación:

- Reconocer los valores institucionales.
- Identificar los valores sociales del público.
- Construir una narrativa conjunta.
- Presentarla en espacios estratégicos con legitimidad cultural.

Este enfoque ha sido aplicado en procesos institucionales en contextos como Chiapas, con resultados favorables en términos de confianza pública, apropiación del mensaje y legitimidad democrática. En el marco del IEPC, el Modelo ICR se propone como una herramienta útil para fortalecer la comunicación con públicos vulnerables y consolidar una cultura institucional más empática, coherente y respetuosa.

### Marco normativo aplicable

Este Manual se sustenta en un sólido marco jurídico, tanto nacional como internacional, que otorga legitimidad y exigibilidad a los principios y acciones que aquí se recomiendan:

- **Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos:** consagra el derecho a la información (art. 6), a la no discriminación (art. 1), y a la participación política (arts. 35 y 41).
- **Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Chiapas:** incorpora los principios de pluralismo, inclusión y equidad.
- **Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales del Estado de Chiapas (LPEECH):** establece el marco operativo para los procesos electorales y la participación ciudadana, con criterios de inclusión y accesibilidad.
- **Reglamento Interior del IEPC:** determina las funciones de las unidades responsables de la comunicación y la vinculación institucional.
- **Código de Ética Electoral del IEPC:** obliga a las personas servidoras públicas a actuar con imparcialidad, legalidad, respeto a la diversidad y perspectiva de género.
- **Lineamientos para la Consulta a Personas con Discapacidad y a Población LGTBTTIQ+:** constituyen referencias prácticas de inclusión institucional.

### • Tratados y convenciones internacionales:

- Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (ONU).
- Convenio 169 de la OIT sobre pueblos indígenas y tribales.
- Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- Principios de Yogyakarta sobre orientación sexual e identidad de género.

Este marco jurídico y ético no sólo orienta la acción del IEPC, sino que compromete a sus integrantes a garantizar que la comunicación sea un vehículo de derechos, una herramienta de inclusión y un canal para la profundización democrática.

*[Handwritten signature]*

### III. DIAGNÓSTICO

En el marco de las democracias contemporáneas, la comunicación institucional se erige como un pilar esencial para la gobernanza, desempeñando un papel determinante en la consolidación del Estado de derecho. Más allá de la mera transmisión de información, la comunicación constituye un mecanismo clave para fortalecer la cohesión social, fomentar la participación ciudadana y legitimar el ejercicio del poder público. En este sentido, la calidad del discurso institucional no solo configura la percepción que la ciudadanía tiene de sus instituciones, sino que incide directamente en la confianza depositada en los procesos electorales, en la credibilidad de las entidades que los regulan y, en última instancia, en la estabilidad del sistema democrático.

La era de la hiperconectividad y la sobreabundancia informativa plantea desafíos sin precedentes para la comunicación gubernamental y electoral. La desinformación, la manipulación discursiva y las brechas de acceso a la información constituyen factores que pueden erosionar la confianza pública en las instituciones, poniendo en riesgo la legitimidad de los procesos democráticos. En este contexto, la comunicación responsable se posiciona como un principio rector que debe guiar la interacción entre el Estado y la ciudadanía, asegurando que la información difundida sea veraz, accesible, inclusiva y socialmente pertinente.

Concebido como una herramienta estratégica de comunicación institucional, este documento tiene como objetivo garantizar la claridad, accesibilidad, equidad y ética en la difusión de información electoral, con especial énfasis en aquellos sectores de la población que, debido a condiciones estructurales o contextuales, han enfrentado históricamente barreras en su derecho al acceso informativo, colocándose en situación de vulnerabilidad.

Este manual se inscribe en un modelo de comunicación inclusiva, cuyo propósito es establecer directrices normativas y operativas que orienten la labor comunicativa del IEPC, optimizando sus estrategias de difusión y fortaleciendo el vínculo con la ciudadanía. En este sentido, su desarrollo ha integrado estándares internacionales en materia de accesibilidad y transparencia, así como protocolos específicos para el manejo de crisis comunicacionales y la contención de la desinformación en los procesos electorales.

El diagnóstico expone con rigor metodológico los hallazgos obtenidos en la fase diagnóstica, la metodología aplicada en su formulación y las acciones proyectadas para la siguiente etapa del proyecto. En su concepción, este trabajo se articula con los principios del naciente Objetivo de Desarrollo Sostenible 18 (ODS 18): Comunicación Responsable, una iniciativa de alcance global orientada a la promoción de estándares de transparencia, inclusión y responsabilidad en la comunicación gubernamental y electoral, con el fin de fortalecer la confianza ciudadana en las instituciones y garantizar el acceso equitativo a la información pública.

Como referente de buenas prácticas, se analizaron modelos internacionales de comunicación electoral, entre los cuales destaca el caso del Instituto Electoral Nacional de Canadá, que ha desarrollado un innovador sistema de accesibilidad lingüística dirigido a comunidades indígenas y poblaciones migrantes. Dicho enfoque no solo garantiza que la información electoral sea comprensible, sino que también responde a las particularidades culturales y lingüísticas de cada comunidad, promoviendo así un acceso equitativo a los derechos políticos. Inspirado en esta lógica, el presente manual busca adaptar y aplicar estos principios en el contexto del IEPC, asegurando que la comunicación electoral en Chiapas se estructure bajo criterios de inclusión, pertinencia y efectividad.

El diseño de estrategias comunicacionales orientadas a públicos vulnerables representa un imperativo ético y democrático para los organismos electorales, quienes tienen la responsabilidad de garantizar que todos los ciudadanos, sin distinción de condición social, origen étnico, discapacidad o nivel de alfabetización digital, puedan ejercer su derecho al voto en condiciones de igualdad y certeza informativa. Con este esfuerzo, el IEPC reafirma su compromiso con la modernización de la comunicación electoral y con la consolidación de un modelo de interacción institucional que sitúe a la ciudadanía en el centro de sus estrategias, propiciando una participación informada, reflexiva y plenamente democrática.

El proceso de diagnóstico fue concebido bajo una metodología de análisis de brechas, lo que permitió identificar discrepancias entre el marco normativo vigente y las prácticas comunicacionales implementadas por el Instituto de Elecciones y Participación Ciudadana (IEPC). Este ejercicio analítico posibilitó la detección de áreas de mejora y la consolidación de directrices estratégicas destinadas a optimizar la interacción entre la institución y la ciudadanía, garantizando el acceso equitativo a la información electoral.

### Revisión Normativa y Documental

Como punto de partida, se realizó un examen exhaustivo del andamiaje normativo y documental del IEPC, con el objetivo de asegurar que el Manual de Comunicación para Grupos en Situación de Vulnerabilidad **se articule con los principios regulatorios existentes y contribuya al fortalecimiento de su implementación en el ámbito electoral.**

Entre los documentos analizados, destacan:

- **Reglamento Interior del IEPC: Documento rector que establece la estructura organizacional,** delimitando las funciones y responsabilidades de cada área, con el fin de garantizar una adecuada operatividad institucional.

- **Manual de Procedimientos para la Atención y Cobertura en Materia de Comunicación Social:** Define los protocolos internos de comunicación y las estrategias de difusión empleadas en los diferentes canales institucionales, asegurando coherencia y alineación con los principios de transparencia y máxima publicidad.
- **Manual de Identidad Gráfica:** Establece los lineamientos visuales y estilísticos que rigen la comunicación del IEPC, garantizando uniformidad en su identidad institucional y fortaleciendo su reconocimiento ante la ciudadanía.

Por ejemplo, en contraposición con el modelo implementado por el Tribunal Superior Electoral de Brasil, donde se ha institucionalizado un Código de Lenguaje Claro para todas sus comunicaciones oficiales, el IEPC aún carece de una política integral de simplificación del lenguaje, lo que representa un obstáculo para el acceso equitativo a la información por parte de la ciudadanía. Este vacío normativo demanda la adopción de estrategias lingüísticas más accesibles, que permitan a todos los electores comprender, sin barreras, la información vinculada a los procesos electorales.

### **Análisis de Mejores Prácticas en Comunicación Electoral**

Como parte del estudio comparativo, se identificaron y analizaron estrategias de comunicación responsables implementadas en distintos organismos electorales a nivel internacional. Entre los modelos más relevantes destacan:

- Estrategias de lenguaje inclusivo y accesible en las campañas del Instituto Electoral del Reino Unido, donde la totalidad de los materiales oficiales se traduce a formatos de lectura fácil y se adapta a múltiples idiomas, garantizando que la diversidad lingüística no sea una barrera para la participación electoral.
- Modelos de gestión de crisis comunicacionales del Comité Electoral de Australia, que ha desarrollado protocolos específicos para la contención de desinformación en redes sociales, asegurando que la información verificada y oficial prevalezca sobre la propagación de noticias falsas.

En México, durante el proceso electoral de 2021, la falta de accesibilidad en la comunicación institucional impidió que personas con discapacidad visual accedieran a información sobre las medidas sanitarias implementadas en los centros de votación. Este tipo de omisiones pueden generar exclusión involuntaria y restringir el ejercicio del derecho al voto. Para evitar estas deficiencias, el IEPC debe adoptar estrategias comunicacionales que contemplen múltiples formatos accesibles, como documentos en lectura fácil, audiodescripción y traducción a lenguas indígenas.

## Identificación de Áreas de Oportunidad

A partir del diagnóstico realizado, se identificaron tres dimensiones clave que requieren una intervención inmediata:

1. **Claridad discursiva y accesibilidad:** La información electoral debe ser comprensible y libre de tecnicismos innecesarios, asegurando que todos los ciudadanos puedan interpretar con facilidad los mensajes institucionales.
2. **Gestión de crisis y combate a la desinformación:** Es imperativo diseñar un protocolo específico que permita responder de manera inmediata y efectiva a la proliferación de noticias falsas y desinformación en el contexto electoral.
3. **Estrategias diferenciadas para públicos vulnerables:** Se deben establecer mecanismos de comunicación específicos dirigidos a personas con discapacidad, comunidades indígenas y sectores en situación de marginación digital, garantizando que el derecho a la información sea plenamente accesible para todos los ciudadanos.

A modo de ilustración, en Argentina, la Cámara Nacional Electoral ha implementado una campaña de comunicación dirigida a adultos mayores, en la que se emplean materiales gráficos accesibles y videos con subtítulo automático. Este tipo de iniciativas pueden servir como referencia para mejorar la comunicación del IEPC, especialmente en relación con aquellos sectores que enfrentan dificultades en el acceso a herramientas digitales.

La construcción del Manual de Comunicación para Grupos en Situación de Vulnerabilidad, se establece bajo los siguientes ejes temáticos fundamentales:

## Principios Fundamentales de la Comunicación Responsable

- Formulación de un marco comunicativo basado en certeza, imparcialidad, accesibilidad y transparencia.
- Adaptación de los principios del naciente ODS 18: Comunicación Responsable a la realidad institucional y electoral del IEPC.
- Construcción de Mensajes Institucionales Claros y Accesibles
- Definición de lineamientos para la redacción de mensajes simplificados, facilitando la comprensión de la información electoral.
- Implementación de estrategias para adaptar los mensajes institucionales a distintos niveles de comprensión lectora y a las realidades sociolingüísticas de la población chiapaneca.
- Lenguaje Inclusivo y Estrategias para la Comunicación con Públicos Diversos.
- Incorporación de enfoques de equidad de género y accesibilidad en la construcción del discurso institucional.
- Desarrollo de guías metodológicas para la traducción de documentos clave a lenguas indígenas, fortaleciendo el acceso equitativo a la información electoral.

## Manejo de Crisis y Contención de Desinformación

- Creación de un protocolo de respuesta inmediata para la gestión de crisis informativas y la contención de desinformación en períodos electorales.

Por citar un caso, en España, la Junta Electoral Central ha implementado un protocolo de verificación de información electoral, desarrollado en colaboración con organismos verificadores independientes. Este mecanismo ha permitido identificar, corregir y contrarrestar noticias falsas en tiempo real, garantizando que la información oficial prevalezca en los canales de difusión digital. Este modelo podría replicarse en Chiapas, permitiendo al IEPC fortalecer su estrategia de prevención y respuesta ante campañas de desinformación.

El desarrollo del Manual de Comunicación para Grupos en Situación de Vulnerabilidad representa un avance significativo en la modernización de las estrategias comunicacionales del IEPC, asegurando que el derecho a la información electoral sea ejercido en condiciones de igualdad, transparencia y accesibilidad.

A través de este esfuerzo, el IEPC reafirma su compromiso con la innovación comunicativa, la participación democrática y el fortalecimiento de la confianza ciudadana en los procesos electorales, consolidándose como un referente en materia de comunicación institucional responsable.

Entre las mejoras previstas se incluyen:

- Refinamiento del lenguaje institucional, favoreciendo una redacción clara, inclusiva y accesible.
- Adecuación de estrategias diferenciadas para grupos en situación de vulnerabilidad, fortaleciendo la comunicación con personas con discapacidad, comunidades indígenas y sectores con acceso limitado a tecnologías digitales.
- Ajustes en los protocolos de respuesta rápida ante crisis comunicacionales y desinformación, con base en experiencias internacionales y mejores prácticas en comunicación electoral.

Se puede observar en Colombia, que la Registraduría Nacional del Estado Civil ha desarrollado programas de capacitación dirigidos a funcionarios públicos en comunicación electoral inclusiva, con el objetivo de garantizar que los mensajes institucionales sean comprensibles, accesibles y culturalmente pertinentes para toda la ciudadanía. Esta estrategia ha permitido mejorar la difusión de información electoral y fortalecer la confianza en los procesos democráticos. Dicha metodología podría replicarse en el contexto del IEPC, adaptándola a las particularidades del electorado chiapaneco para garantizar que la información electoral sea difundida con los más altos estándares de accesibilidad y claridad.

La correcta implementación del Manual de Comunicación para Grupos en Situación de Vulnerabilidad representa un paso crucial en la modernización de las estrategias de comunicación del IEPC. A través de la implementación de estrategias innovadoras y alineadas con los principios de

accesibilidad e inclusión, este documento normativo no solo fortalece la relación entre el Instituto de Elecciones y Participación Ciudadana (IEPC) y la ciudadanía, sino que también contribuye a garantizar el ejercicio pleno del derecho a la información en los procesos democráticos.

El desarrollo de este manual responde a la imperante necesidad de adoptar un modelo de comunicación electoral que erradique barreras informativas y fomente la participación efectiva de todos los sectores de la población, con especial énfasis en aquellos grupos que, debido a condiciones estructurales o contextuales, han enfrentado históricamente dificultades para acceder a la información oficial.

La fase final del proyecto se orientará a garantizar la plena aplicabilidad de los lineamientos propuestos en el manual, consolidándolo como una herramienta de referencia para el diseño, ejecución y evaluación de estrategias de comunicación electoral en Chiapas. Para ello, se implementarán acciones dirigidas a:

Validar y perfeccionar los lineamientos establecidos, asegurando su operatividad en el contexto electoral local.

Capacitar al equipo de comunicación del IEPC, proporcionando formación especializada para la correcta aplicación del manual.

Monitorear el impacto de las estrategias comunicacionales, a fin de garantizar su efectividad en la difusión de información clara, accesible y culturalmente pertinente.

Con la ejecución de estas medidas, el IEPC se posicionará como una institución de vanguardia en el ámbito de la comunicación responsable, liderando la implementación de modelos comunicacionales innovadores que promuevan la confianza ciudadana y fortalezcan el ejercicio de los derechos políticos en un entorno democrático en constante evolución.

Este esfuerzo no solo sienta un precedente en la comunicación electoral en Chiapas, sino que también contribuye a la construcción de una sociedad más informada, participativa y comprometida con el fortalecimiento de sus instituciones democráticas.

El diagnóstico cualitativo se realizó a partir de entrevistas con personas servidoras públicas del Instituto de Elecciones y Participación Ciudadana (IEPC) de Chiapas. Dichas entrevistas tuvieron como propósito identificar percepciones, valores y desafíos asociados a la comunicación institucional, particularmente en relación con la ciudadanía vulnerable y la legitimidad democrática.

Las entrevistas se organizaron en tres bloques temáticos:

- **Discurso institucional:** cómo se perciben los problemas, la ciudadanía y el papel del IEPC.
- **Sujetos colectivos:** reflexiones sobre multiculturalidad, paz y relación con los medios.
- **Valores personales:** principios éticos que guían el actuar profesional en el Instituto.

## Principales hallazgos

- **Sentido de identidad y compromiso:** Se reconoce al IEPC como una institución con vocación de servir una alta responsabilidad democrática. Frases como “le cumplimos a Chiapas” o “la institución brinda certezas” reflejan un vínculo emocional con el quehacer institucional.
- **Preocupación por la ciudadanía:** Se identifica una ciudadanía desinformada, expuesta a discursos manipulados y con bajo acceso a información accesible, especialmente en zonas rurales o indígenas.
- **Valores predominantes:** Entre los más mencionados se encuentran la transparencia, la preparación, la resiliencia, la inclusión y la vocación de servicio público.
- **Desafíos comunicacionales:** Existe una preocupación generalizada por la desinformación, la banalización de lo electoral en medios y la necesidad de conectar con juventudes y territorios desde lenguajes accesibles y narrativas significativas.

Estos hallazgos validan la pertinencia del Modelo ICR y refuerzan la necesidad de una comunicación responsable con valores, emocionalmente significativa, culturalmente situada y éticamente fundamentada. La comunicación responsable no puede reducirse a emitir mensajes correctos: debe conectar con el alma institucional y con las aspiraciones de quienes sostienen el trabajo diario del IEPC.

## Síntesis Visual de los Hallazgos por Bloque Temático

|   |
|---|
| <p><b>Percepciones</b><br/>Desconfianza, desconocimiento y búsqueda de claridad informativa.</p>          |
| <p><b>Prácticas comunicativas</b><br/>Lenguaje técnico, falta de contexto, canales limitados.</p>         |
| <p><b>Propuestas y recomendaciones</b><br/>Capacitación, Accesibilidad, enfoque incluyente y cercano.</p> |

## IV. CRITERIOS GENERALES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

La comunicación institucional no debe entenderse únicamente como la difusión de actividades o decisiones administrativas, sino como un componente sustantivo del ejercicio democrático y una función estratégica que refuerza el vínculo entre el IEPC y la ciudadanía. En este sentido, los criterios generales que guían la comunicación del Instituto deben responder a los más altos estándares de calidad, pertinencia, inclusión y legitimidad institucional.

### 1. Claridad, precisión y lenguaje ciudadano

El lenguaje institucional debe ser claro, sencillo y comprensible para todas las personas, evitando tecnicismos innecesarios, ambigüedades o estructuras complejas. La claridad del mensaje no implica trivialización, sino accesibilidad cognitiva. La precisión en el uso del lenguaje fortalece la confianza y evita malentendidos, especialmente en contextos de alta sensibilidad como los electorales.

### 2. Comunicación centrada en derechos

Toda acción comunicativa del IEPC debe entenderse como un ejercicio de garantía de derechos, particularmente el derecho a la información, a la participación política y a la igualdad. Esto implica reconocer que la omisión, la fragmentación o el sesgo en la comunicación pueden convertirse en formas de exclusión institucional. Cada mensaje debe estar diseñado para facilitar la toma de decisiones informadas por parte de la ciudadanía.

### 3. Pertinencia sociocultural y territorial

En un estado pluricultural y con alta desigualdad territorial como Chiapas, la comunicación institucional debe estar situada en los contextos específicos en los que se emite y recibe. Ello requiere adaptar el contenido, el formato, los tiempos y los canales de difusión a las condiciones lingüísticas, culturales y geográficas de los distintos públicos, sin imponer modelos homogéneos.

### 4. Coherencia discursiva e identidad institucional

La identidad del IEPC debe reflejarse en cada mensaje emitido, no solo desde el punto de vista gráfico (logotipos, tipografías, colores), sino también desde la ética, los valores y el lenguaje institucional. La coherencia entre lo que se dice, cómo se dice, quién lo dice y lo que se hace, es indispensable para consolidar credibilidad.

### 5. Multicanalidad y diversificación de formatos

El IEPC debe utilizar de manera articulada diferentes medios de comunicación (prensa escrita, radio, televisión, redes sociales, medios comunitarios, impresos y plataformas digitales), priorizando aquellos que tengan mayor alcance entre grupos vulnerables. Cada medio debe ser considerado en función de su capacidad para llegar de manera efectiva y respetuosa al público meta.

Asimismo, debe promoverse la diversificación de formatos: texto sencillo, video subtulado, audio en lengua originaria, pictogramas, infografías accesibles, entre otros. Esta diversidad favorece la inclusión y amplía el espectro de comprensión.

#### **6. Veracidad, transparencia y ética institucional**

La comunicación del IEPC debe regirse por principios de veracidad, transparencia y rendición de cuentas. Todo mensaje debe estar basado en datos verificables y fuentes oficiales, evitando la sobrecarga informativa, el ocultamiento o la manipulación. Esto implica asumir una postura institucional ética ante la difusión de contenidos sensibles o polémicos.

#### **7. Escucha activa y retroalimentación**

La comunicación institucional no es unidireccional. El IEPC debe fomentar mecanismos de escucha activa, retroalimentación y diálogo permanente con los distintos sectores de la ciudadanía. Esto incluye el análisis sistemático de comentarios, sugerencias y percepciones recibidas a través de sus diversos canales.

#### **8. Anticipación y prevención comunicacional**

La comunicación no solo debe reaccionar ante hechos consumados. Una institución madura comunica para prevenir desinformación, anticipar conflictos, aclarar dudas y reducir riesgos. El diseño anticipado de narrativas, contenidos clave y escenarios comunicacionales es fundamental, especialmente en épocas electorales.

Estos criterios ofrecen una base conceptual y operativa para todas las acciones comunicativas del IEPC, permitiendo orientar sus prácticas hacia un modelo más justo, profesional y humanamente comprometido.

## V. LENGUAJE INCLUSIVO Y ACCESIBLE

El lenguaje es un instrumento poderoso: no solo comunica, también construye realidades. En el ámbito institucional, el uso del lenguaje refleja la postura ética de las organizaciones ante la diversidad, la equidad y los derechos humanos. Adoptar un enfoque inclusivo y accesible en la comunicación no es una concesión, sino una obligación legal, moral y democrática.

### 1. Principios del lenguaje inclusivo

La comunicación institucional debe evitar expresiones sexistas, excluyentes o discriminatorias. Se deben emplear fórmulas incluyentes (como “la ciudadanía”, “las personas votantes” o “quienes integran”) en lugar de generalizaciones masculinas. Asimismo, se debe reconocer la diversidad de identidades de género y orientaciones sexuales sin estigmatizar ni invisibilizar.

El lenguaje inclusivo no se limita al uso correcto del lenguaje de género; también abarca la manera en que nombramos y representamos a las personas desde su edad, discapacidad, cultura, lengua, religión, origen étnico y otras condiciones que han sido tradicionalmente objeto de discriminación.

El lenguaje inclusivo es una herramienta fundamental para garantizar el derecho a la comunicación y la representación digna de todas las personas. En el caso de las instituciones públicas, y en particular de las autoridades electorales, su uso no es una moda ni una concesión política, sino una responsabilidad ética y jurídica, que contribuye a construir una democracia más justa, equitativa y respetuosa de la diversidad.

A continuación, se presentan los principios que deben guiar el uso del lenguaje inclusivo en la comunicación institucional del IEPC, adaptados de buenas prácticas internacionales (ONU, INE México, UNESCO):

| PRINCIPIO   | APLICACIÓN PRÁCTICA   |
|---|---|
| <i>Visibilizar sin excluir</i>                        | Nombrar a mujeres, hombres y personas no binarias cuando sea pertinente, evitando generalizar en masculino.   |
| <i>Evitar estereotipos</i>                            | No vincular atributos, capacidades o roles con el género. Ej.: “las mujeres son sensibles”, “los hombres lideran”.  |
| <i>Utilizar términos neutrales</i>                    | Preferir formas genéricas incluyentes: “la ciudadanía” en lugar de “los ciudadanos”; “el estudiantado”, “las personas votantes”.  |
| <i>Adaptar a la estructura gramatical del español</i> | Usar formas comprensibles y fluidas. El uso del “@”, “x” o “e” puede considerarse en contextos específicos y juveniles, pero no debe sustituir el lenguaje accesible para todas las personas. |
| <i>Usar desdoblamiento con criterio</i>               | Usar desdoblamiento con criterio “Ciudadanas y ciudadanos” es aceptable si no satura el discurso. Evitar repetir género en cada frase si ya está incluido en el contexto.                     |
| <i>Incluir la diversidad sin forzarla</i>             | Reconocer otras identidades de género cuando se dirijan mensajes a poblaciones LGBTQ+, indígenas o migrantes, respetando sus formas culturales.   |
| <i>Priorizar la claridad</i>                          | La inclusión no debe comprometer la comprensión. Es preferible ser claro y directo, evitando fórmulas complicadas que resten eficacia comunicativa.   |

**Nota metodológica:**

Estos principios deben considerarse de **forma contextual**, priorizando siempre el propósito comunicativo, el público objetivo y la accesibilidad universal. En algunos casos, se podrá optar por fórmulas más inclusivas (como el uso de “e” o formas compuestas) cuando el público lo demande. En otros, el uso de lenguaje claro, directo y no sexista será más efectivo para garantizar la comprensión general.

El lenguaje inclusivo no debe verse como una imposición normativa, sino como **una práctica de cuidado institucional**. El respeto a todas las identidades, realidades y experiencias debe estar reflejado no solo en lo que se comunica, sino en **cómo se comunica**.

**2. Enfoque de accesibilidad comunicacional**

Los mensajes institucionales deben diseñarse considerando las posibles barreras físicas, sensoriales, cognitivas, lingüísticas y tecnológicas. Esto implica:

- Usar lenguaje claro y lectura fácil.
- Incorporar subtítulos, audiodescripciones y lengua de señas mexicana (LSM) en materiales audiovisuales.
- Utilizar contraste adecuado de colores y tipografías legibles.
- Evitar textos extensos o densos sin pausas visuales ni apoyos gráficos.
- Diseñar materiales accesibles desde su origen, no como adaptaciones posteriores.



### 3. Inclusión lingüística y cultural

El IEPC debe promover el uso de las lenguas originarias de Chiapas como parte de su compromiso con la diversidad cultural. Para ello se recomienda:

- Traducir mensajes clave a lenguas como tsotsil, tseltal, chol, zoque, tojol-ab'al, entre otras.
- Consultar con personas hablantes nativas o intérpretes comunitarios para garantizar la adecuación lingüística y cultural.
- Considerar no solo la traducción literal, sino la transmisión efectiva del sentido y la intención del mensaje.
- Utilizar medios comunitarios y redes locales como canales preferentes de difusión.



### 4. Representaciones visuales respetuosas

La dimensión visual de la comunicación debe reflejar el mismo compromiso ético que el lenguaje escrito o verbal. Esto implica:

- Mostrar la diversidad real de la población: personas indígenas, con discapacidad, mayores, jóvenes, de distintas corporalidades, expresiones de género y estilos de vida.
- Evitar el uso de estereotipos, caricaturas, imágenes infantilizantes o folklorizantes.
- Representar a las personas como sujetos de derechos, no como objetos de asistencia o caridad.

**REPRESENTACIONES  
VISUALES RESPETUOSAS**



## 5. Terminología apropiada

El personal del IEPC debe emplear términos correctos, actualizados y consensuados con los propios colectivos. Por ejemplo:

- “Persona con discapacidad” en lugar de “discapacitado” o “minusválido”.
- “Persona trans” o “persona no binaria” en lugar de expresiones patologizantes.
- “Pueblos originarios” o “naciones indígenas” en lugar de “indígenas” como sustantivo descontextualizado.
- Evitar términos como “normal”, “sano”, “minoría”, “invalidez”, entre otros, cuando impliquen juicio, exclusión o jerarquización.



Adoptar un enfoque integral de lenguaje inclusivo y accesible no solo mejora la eficacia comunicativa del IEPC, sino que fortalece su legitimidad como institución democrática, plural y garante de derechos. Este tipo de comunicación transforma la relación entre el Estado y la ciudadanía, habilitando espacios de reconocimiento mutuo y construcción colectiva.

## VI. GESTIÓN DE CRISIS COMUNICACIONAL

La gestión de crisis comunicacional en el IEPC debe comprenderse como una dimensión estratégica del ejercicio democrático, enfocada en preservar la legitimidad institucional, proteger los derechos de la ciudadanía y garantizar el acceso oportuno a información veraz, útil y culturalmente pertinente. Una crisis no es únicamente un evento inesperado, sino un momento de alta sensibilidad pública que pone a prueba la capacidad ética, técnica y humana de la institución para comunicar con responsabilidad.

Nota metodológica:

En este apartado se concentran algunas recomendaciones para responder ante situaciones de crisis comunicacional, dejando quedar claro que este tema amerita la construcción de un documento específico adaptado a las necesidades y estructura organizacional y funcional del IEPC.

### 1. Tipologías de crisis y escenarios sensibles

Las crisis que puede enfrentar el IEPC incluyen:

- **Electoral**: incidencias en jornada electoral, fallas logísticas, retrasos en resultados, pérdida de materiales.
- **Sociales**: manifestaciones, bloqueos, señalamientos públicos por decisiones institucionales.
- **Reputacionales**: circulación de información falsa, escándalos mediáticos, ataques a la integridad institucional.
- **Digitales**: hackeos, usurpación de identidad, filtración de datos, campañas de odio en redes.
- **Interculturales**: malinterpretación o rechazo de mensajes institucionales en contextos indígenas o rurales por falta de pertinencia cultural.

### Tipologías de Crisis y Escenarios Sensibles

|   |
|---|
| <p><b>Electoral</b></p> <p>Incidencias en jornada electoral, fallas logísticas, retrasos en resultados, pérdida de materiales.</p>                            |
| <p><b>Sociales</b></p> <p>Manifestaciones, bloqueos, señalamientos públicos por decisiones institucionales.</p>   |
| <p><b>Reputacionales</b></p> <p>Circulación de información falsa, escándalos mediáticos, ataques a la integridad institucional.</p>                           |
| <p><b>Digitales</b></p> <p>Hackeos, usurpación de identidad, filtración de datos, campañas de odio en redes.</p>  |
| <p><b>Interculturales</b></p> <p>Interpretación o rechazo de mensajes institucionales en contextos indígenas o rurales por falta de pertinencia cultural.</p> |

## 2. Enfoque ético y principios rectores en crisis

Toda respuesta comunicacional en contextos de crisis debe estar guiada por los siguientes principios:

- **Rapidez sin improvisación:** actuar de inmediato pero con información verificada.
- **Centralidad en la ciudadanía:** brindar tranquilidad, orientación y confianza pública.
- **Transparencia activa:** informar incluso en situaciones complejas, sin evasivas.
- **Unidad discursiva:** garantizar coherencia institucional en todas las voces y canales.
- **Perspectiva de derechos humanos:** evitar discursos que culpabilicen, discriminen o expongan a grupos vulnerables.

### Enfoque Ético y Principios Rectores de Crisis

|   |
|---|
| <p><b>Rapidez de improvisación</b><br/>Actuar de inmediato pero con información verificada.</p>                                   |
| <p><b>Centralidad en la ciudadanía</b><br/>Brindar tranquilidad, orientación y confianza pública.</p>                             |
| <p><b>Transparencia activa</b><br/>Informar incluso en situaciones complejas, sin evasivas.</p>                                   |
| <p><b>Unidad discursiva</b><br/>Garantizar coherencia institucional en todas las voces y canales.</p>                             |
| <p><b>Perspectiva de derechos humanos</b><br/>Evitar discursos que culpabilicen, discriminen o expongan a grupos vulnerables.</p> |

### 3. Protocolo institucional de actuación ante crisis

1. **Activación del Comité de Crisis:** Integrado de acuerdo a la estructura organizativa y funcional del IEPC.
2. **Elaboración de un mensaje inicial:** Breve, empático, con hechos confirmados, sin especulaciones y con compromiso de actualización.
3. **Selección estratégica de canales de difusión:** Combinación de redes, medios tradicionales, comunicados oficiales y, si aplica, medios comunitarios.
4. **Monitoreo activo de la conversación pública:** Uso de herramientas de escucha digital y observación de medios para detectar desinformación o reacciones clave.
5. **Evaluación post-crisis:** Análisis de aprendizajes, áreas de mejora y ajustes al protocolo.

#### Protocolo Institucional de Actuación ante Crisis

|   |
|---|
| <p><b>Activación del Comité de Crisis</b><br/>Integrado por: Presidencia del IEPC, Secretaría Ejecutiva, Comunicación Social, Dirección Jurídica y otras áreas clave.</p> |
| <p><b>Definición de vocería institucional única</b><br/>Para asegurar un solo mensaje y una misma postura.</p>  |
| <p><b>Elaboración de un mensaje inicial</b><br/>Breve, empático, con hechos confirmados, sin especulaciones y con compromiso de actualización.</p>                        |
| <p><b>Selección estratégica de canales de difusión</b><br/>Redes sociales, medios tradicionales, comunicados oficiales y medios comunitarios, si aplica.</p>              |
| <p><b>Monitoreo activo de la conversación pública</b><br/>Uso de escucha digital y observación de medios para detectar desinformación o reacciones clave.</p>             |
| <p><b>Evaluación post-crisis</b><br/>Análisis de aprendizajes, áreas de mejora y ajustes de protocolo.</p>  |

### 4. Prevención, cultura de anticipación y combate a la desinformación

Además de anticipar escenarios críticos y fortalecer la preparación institucional, es indispensable que el IEPC cuente con una estrategia clara para prevenir y contener la desinformación, que puede escalar rápidamente durante procesos electorales o contextos de tensión social.

La desinformación no solo desestabiliza el debate público: también socava la confianza ciudadana y dificulta el ejercicio informado de los derechos. Por ello, se propone una guía práctica, basada en estándares internacionales y adaptada al contexto institucional del IEPC:

### Fases clave para enfrentar la desinformación

| FASE                              | ACCIONES PRÁCTICAS   |
|-----------------------------------|--|
| <i>Anticipación</i>               | - Identificar temas sensibles y posibles focos de desinformación.<br>- Monitorear redes sociales, medios y territorios clave.                      |
| <i>Verificación activa</i>        | - Fortalecer un equipo interno de verificación de datos.<br>- Contrastar con fuentes oficiales y consultar a especialistas si es necesario.        |
| <i>Comunicación preventiva</i>    | - Difundir información clara, accesible y oportuna antes de que surjan rumores.<br>- Usar lenguaje directo y formatos adecuados para cada público. |
| <i>Respuesta inmediata</i>        | - Desmentir públicamente información falsa sin amplificar su narrativa.<br>- Usar vocerías legítimas con tono firme pero empático.                 |
| <i>Recuperación y aprendizaje</i> | - Evaluar el impacto de la desinformación.<br>- Documentar aprendizajes y ajustar protocolos para futuras crisis.                                  |

### Recomendaciones clave

- Evitar el silencio institucional. En crisis de información, no responder también comunica.
- No amplificar lo falso. Desmentir con prudencia, sin repetir el mensaje falso ni compartir capturas.
- Elegir bien los canales. Una desmentida en el canal equivocado puede no llegar al público afectado.
- Reforzar lo pedagógico. Aprovechar la desinformación como oportunidad para educar en ciudadanía crítica.

### 5. Comunicación con públicos vulnerables en crisis

En todo momento, pero especialmente en contextos de crisis, la comunicación del IEPC debe garantizar que ningún grupo quede sin información adecuada. Para ello:

- Priorizar formatos accesibles y multilingües.
- Difundir materiales en radios comunitarias y medios locales.
- Evitar tonos alarmistas, paternalistas o desmovilizadores.
- Incluir elementos de contención emocional, claridad operativa y reconocimiento a las preocupaciones ciudadanas.

#### COMUNICACIÓN CON PÚBLICOS VULNERABLES EN CRISIS



Una crisis bien gestionada puede fortalecer la credibilidad institucional. El IEPC, como garante de derechos y promotor de cultura democrática, tiene en la comunicación de crisis una oportunidad para demostrar integridad, sensibilidad y compromiso público.

## VII. REDES SOCIALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Las redes sociales y los medios de comunicación representan un eje transversal y estratégico de la comunicación institucional. No son meros canales de difusión, sino espacios de interacción social, construcción simbólica, generación de confianza pública y formación de opinión ciudadana. En este contexto, el IEPC tiene la responsabilidad de ocupar estos espacios con ética, claridad, pertinencia y vocación de servicio público.

### 1. Principios rectores para la comunicación digital y mediática

Toda presencia institucional del IEPC en redes sociales y medios debe estar guiada por:

- **Legalidad y transparencia:** Los contenidos deben observar estrictamente la normatividad electoral y de comunicación pública.
- **Objetividad e imparcialidad:** Se deben evitar juicios de valor, posturas partidistas o interpretaciones sesgadas.
- **Máxima publicidad:** Garantizar el acceso a la información de manera oportuna, comprensible y en formatos accesibles.
- **Dignidad y no discriminación:** Todo mensaje debe respetar la diversidad

### Principios Rectores para la Comunicación Digital y Mediática

#### Legalidad y transparencia

Los contenidos deben observar estrictamente la normatividad electoral y de comunicación pública.

#### Objetividad e imparcialidad

Evitar juicios de valor, posturas partidistas o interpretaciones sesgadas.

#### Máxima publicidad

Garantizar el acceso a la información de manera oportuna, comprensible y en formatos accesibles.

#### Dignidad y no discriminación

Respetar la diversidad cultural, lingüística, de género y de capacidades.

*Mi.*

### 1.1. Derechos digitales como marco orientador

En el entorno digital, la comunicación institucional no solo debe ser clara, veraz y oportuna, sino también respetuosa de los derechos digitales de la ciudadanía. Estos derechos constituyen un marco ético y jurídico emergente que exige a las instituciones públicas garantizar que el uso de redes y plataformas digitales no reproduzca exclusión, discriminación o prácticas invasivas.

A continuación, se presentan los derechos digitales más relevantes que deben guiar toda estrategia del IEPC en medios y redes:

| DERECHO DIGITAL                         | APLICACIÓN INSTITUCIONAL   |
|---|--|
| <i>Accesibilidad digital</i>            | Garantizar que todos los contenidos sean comprensibles y utilizables por personas con discapacidad, personas mayores o quienes enfrentan barreras tecnológicas.                                      |
| <i>Privacidad y protección de datos</i> | No recolectar, almacenar ni difundir información personal sin consentimiento claro. Implementar buenas prácticas de ciberseguridad.  |
| <i>Participación en línea</i>           | Facilitar espacios seguros y moderados donde la ciudadanía pueda opinar, comentar o denunciar sin temor a represalias o violencia digital.   |
| <i>Diversidad y pluralidad</i>          | Asegurar que todas las identidades, culturas y territorios estén representados en los contenidos digitales, sin sesgos ni estereotipos.  |
| <i>Libertad de expresión</i>            | Moderar con responsabilidad, evitando la censura injustificada pero actuando contra discursos de odio, discriminación o violencia.   |
| <i>Justicia digital</i>                 | Reconocer las brechas de acceso y uso que afectan a ciertos sectores (pueblos originarios, personas mayores, personas sin conectividad), y ajustar la estrategia comunicativa para no reproducirlas. |

### 2. Criterios editoriales y discursivos

- Usar un lenguaje claro, incluyente y accesible, evitando tecnicismos o ambigüedades.
- Adaptar los mensajes a las características del público meta.
- Priorizar contenidos que empoderen, informen y promuevan derechos.
- Alinear los mensajes con los valores institucionales y los principios éticos del IEPC.

#### CRITERIOS EDITORIALES Y DISCURSIVOS

-  Usar un lenguaje claro, incluyente y accesible, evitando tecnicismos o ambigüedades.
-  Adaptar los mensajes a las características del público meta.
-  Priorizar contenidos que empoderen, informen y promuevan derechos.
-  Alinear los mensajes con los valores institucionales y los principios éticos del IEPC.

**Alinear los mensajes con los valores institucionales y los principios éticos del IEPC**

*Handwritten signature in blue ink.*

### 3. Gestión editorial y roles institucionales

- La Unidad Técnica de Comunicación Social es responsable de la planificación estratégica, diseño, producción, difusión y monitoreo del contenido.
- Se evitará el uso de cuentas personales para comunicaciones oficiales.



### Getitorial editorial roles institucionales

### 4. Interacción con la ciudadanía y cultura digital institucional

- Establecer protocolos de atención a comentarios, consultas y reportes.
- Moderar con firmeza y respeto los discursos de odio, ataques personales o contenido discriminatorio.
- Fomentar espacios de diálogo ciudadano, consultas digitales, encuestas y participación colaborativa.
- Responder en un lenguaje empático, claro y con enfoque de derechos.



## 5. Inclusión y accesibilidad digital

- Publicar contenidos en lenguas originarias y formatos accesibles (pictogramas, subtítulos, lectura fácil, LSM).
- Incluir voces diversas en los contenidos visuales y narrativos.
- Promover campañas dirigidas específicamente a juventudes, personas mayores, comunidades indígenas y personas con discapacidad.



## 6. Protocolo ante desinformación y crisis digital

- Implementar sistemas de monitoreo para detectar contenidos falsos o manipulados.
- Responder con celeridad, verificabilidad y pedagogía institucional.
- Emitir desmentidos sin amplificar la narrativa dañina.



## 7. Relación con medios tradicionales y comunitarios

- Mantener vínculos activos con medios impresos, radiofónicos y televisivos, tanto comerciales como públicos y comunitarios.
- Facilitar el acceso a la información institucional mediante boletines, ruedas de prensa, entrevistas y materiales en formato accesible.
- Promover convenios y colaboraciones que fortalezcan la cobertura cívica y electoral desde enfoques de inclusión.



## 8. Evaluación, monitoreo y mejora continua

- Medir alcance, interacción, recepción y comprensión de los mensajes.
- Analizar reacciones cualitativas y cuantitativas para ajustar contenidos.
- Promover procesos de retroalimentación interna con el personal operativo y con públicos externos.
- Incluir indicadores de comunicación en la planeación institucional y en los informes de rendición de cuentas.



Una estrategia comunicacional efectiva en redes sociales y medios tradicionales no sólo mejora la difusión de información: refuerza la legitimidad institucional, amplía los márgenes de participación democrática y reduce las brechas históricas de acceso a derechos en Chiapas.

## VIII. CAPACITACIÓN DEL PERSONAL DEL IEPC

La capacitación del personal del Instituto de Elecciones y Participación Ciudadana (IEPC) en materia de comunicación responsable es un pilar esencial para consolidar una cultura institucional basada en la equidad, la inclusión, el profesionalismo y el respeto a los derechos humanos. Esta formación debe concebirse no como una acción puntual, sino como un proceso continuo, transformador y vinculado al fortalecimiento democrático.

### 1. Principios orientadores

La estrategia de capacitación debe sostenerse en los siguientes principios:

- **Universalidad:** todas las personas que integran el IEPC deben tener acceso a procesos formativos, sin distinción de jerarquía, área o régimen laboral.
- **Transversalidad:** la comunicación responsable debe permear todas las áreas institucionales, no solo las relacionadas directamente con la difusión informativa.
- **Pertinencia territorial y cultural:** las capacitaciones deben adaptarse a los contextos sociolingüísticos, geográficos y comunitarios del estado de Chiapas.
- **Enfoque práctico y reflexivo:** se debe promover el análisis crítico, la aplicación concreta de conocimientos y la apropiación ética del contenido.

### Principios Orientadores de la Capacitación del Personal del IEPC

|   |
|---|
| <p><b>Universalidad</b></p> <p>Todas las personas del IEPC deben acceder a la formación, sin distinción de jerarquía, área o régimen laboral.</p> |
| <p><b>Transversalidad</b></p> <p>La comunicación responsable debe permear todas las áreas institucionales.</p>                                    |
| <p><b>Pertinencia territorial y cultural</b></p> <p>Adaptar las capacitaciones a los contextos sociolingüísticos y comunitarios de Chiapas.</p>   |
| <p><b>Enfoque práctico y reflexivo</b></p> <p>Fomentar análisis crítico, aplicación concreta y apropiación ética del contenido.</p>               |

## 2. Objetivos estratégicos de la capacitación

- Sensibilizar al personal sobre los principios de equidad, inclusión, accesibilidad, interculturalidad y lenguaje ciudadano.
- Fortalecer competencias para el diseño y emisión de mensajes institucionales éticos, incluyentes, claros y accesibles.
- Homologar criterios discursivos, estéticos y operativos dentro del IEPC.
- Dotar de herramientas para la prevención, gestión y comunicación de crisis.
- Promover una visión crítica de los medios, las redes y la opinión pública.
- Desarrollar capacidades de escucha activa, atención ciudadana y gestión de la retroalimentación.

### Objetivos Estratégicos de la Capacitación del Personal del IEPC

|  |
|--|
| <p><b>Sensibilización</b></p> <p>Promover principios de equidad, inclusión, accesibilidad, interculturalidad y lenguaje ciudadano.</p> |
| <p><b>Fortalecimiento de competencias</b></p> <p>Diseñar y emitir mensajes éticos, incluyentes, claros y accesibles.</p>               |
| <p><b>Homologación de criterios</b></p> <p>Unificar criterios discursivos, estéticos y operativos en el IEPC.</p>                      |
| <p><b>Gestión de crisis</b></p> <p>Dotar de herramientas para prevenir, gestionar y comunicar situaciones críticas.</p>                |
| <p><b>Visión crítica</b></p> <p>Fomentar análisis crítico sobre medios, redes y opinión pública.</p>                                   |
| <p><b>Atención ciudadana</b></p> <p>Desarrollar capacidades de escucha activa y gestión de retroalimentación.</p>                      |

### 3. Público destinatario

El programa formativo debe contemplar distintos perfiles con enfoques diferenciados:

- **Autoridades electorales:** Consejerías electorales.
- **Personal directivo que tenga relación con el tema.**
- **Personal operativo:** lenguaje accesible, atención ciudadana, aplicación de lineamientos gráficos y discursivos.

### 4. Modalidades y metodologías

- **Talleres presenciales vivenciales:** para fomentar habilidades blandas y reflexión colectiva.
- **Cursos virtuales sincrónicos y asincrónicos:** adaptados a horarios y disponibilidad del personal.
- **Módulos de formación continua:** integrados en la inducción y actualización institucional.
- **Jornadas temáticas:** enfocadas en coyunturas electorales, nuevas normativas o contextos emergentes.
- **Guías, microsítios y recursos audiovisuales:** materiales de apoyo de uso cotidiano.

#### Modalidades y Metodologías de Capacitación

|   |
|---|
| <p><b>Talleres presenciales vivenciales</b><br/>Fomentan habilidades blandas y reflexión colectiva.</p>             |
| <p><b>Cursos virtuales sincrónicos y asincrónicos</b><br/>Adaptados a horarios y disponibilidad del personal.</p>   |
| <p><b>Módulos de formación continua</b><br/>Incluidos en la inducción y actualización institucional.</p>            |
| <p><b>Jornadas temáticas</b><br/>Enfocadas en coyunturas electorales, nuevas normativas o contextos emergentes.</p> |
| <p><b>Guías, microsítios y recursos audiovisuales</b><br/>Materiales de apoyo de uso cotidiano.</p>                 |

## 5. Contenidos clave sugeridos

- Fundamentos de la comunicación responsable.
- Derechos humanos, interculturalidad y accesibilidad.
- Lenguaje incluyente, claro y no discriminatorio.
- Comunicación en procesos electorales y contextos de tensión.
- Uso ético e institucional de redes sociales.
- Protocolos de crisis y combate a la desinformación.
- Representaciones visuales respetuosas e inclusivas.
- Gestión de la retroalimentación ciudadana.

### CONTENIDOS CLAVE SUGERIDOS



## 6. Evaluación, seguimiento y mejora continua

- Aplicación de diagnósticos iniciales para identificar brechas formativas.
- Diseño de evaluaciones de reacción, aprendizaje y aplicación.
- Seguimiento al cumplimiento de estándares comunicativos en piezas institucionales.

Una política de capacitación robusta y sistemática no solo mejora las capacidades del personal, sino que transforma la comunicación del IEPC en una herramienta de inclusión, pedagogía cívica y legitimidad democrática.

## IX. METODOLOGÍA PARA EL DISEÑO DE COMUNICACIÓN RESPONSABLE CON PÚBLICOS VULNERABLES

El diseño de campañas institucionales dirigidas a grupos en situación de vulnerabilidad requiere mucho más que una buena intención. Implica una ruta clara de trabajo que garantice empatía, conexión cultural y legitimidad comunicativa. En este sentido, el presente Manual propone adoptar el Modelo ICR (Identidad, Confianza y Representación) como guía metodológica para orientar la planeación, ejecución y evaluación de acciones comunicativas en el IEPC.

El Modelo ICR plantea una secuencia práctica de cuatro fases:

### 1. Reconocer los valores institucionales

¿Qué principios y valores éticos sustentan la comunicación del IEPC?

¿Qué identidad institucional queremos proyectar?

### 2. Identificar los valores sociales del público objetivo

¿Qué preocupa, moviliza o emociona a las personas con las que queremos comunicarnos? ¿Qué lenguajes culturales comparten?

### 3. Construir una narrativa conjunta basada en esos valores compartidos

¿Qué relato podemos construir desde el encuentro de esos valores? ¿Qué historia queremos contar como institución, y con quiénes?

### 4. Exponer esa narrativa en espacios estratégicos y culturalmente legítimos

¿Cómo y dónde debe ser difundido el mensaje para que tenga impacto y credibilidad? ¿Qué formatos, canales y portavoces son más pertinentes?

### Plantilla sugerida para el diseño de campañas con enfoque ICR

A continuación, se propone una plantilla básica que puede adaptarse para cada proyecto o unidad institucional:

| FASE  | PREGUNTAS ORIENTADORAS   | HERRAMIENTAS O ACCIONES SUGERIDAS                                     |
|---|--|---|
| 1. <i>Reconocer los valores institucionales</i> | ¿Qué valores guían nuestra labor institucional?<br>¿Cómo se reflejan en la comunicación? | Talleres internos, revisión de misión - visión, consulta con equipos. |
| 2. <i>Identificar los valores del público</i>   | ¿Qué valores, emociones o preocupaciones tienen nuestros públicos vulnerables?           | Entrevistas, grupos focales, mapeo de narrativas comunitarias.        |
| 3. <i>Construir relato compartido</i>           | ¿Qué mensaje refleja lo que somos y lo que esperan de nosotros?                          | Redacción colaborativa, pruebas de recepción, validación comunitaria. |
| 4. <i>Exponerlo estratégicamente</i>            | ¿Dónde, cómo y con qué formatos lo comunicamos para lograr impacto y legitimidad?        | Elección de medios adecuados, vocerías locales, formatos accesibles.  |

Aplicar esta metodología permite al IEPC no solo comunicar de forma más clara, sino también construir confianza, fortalecer el sentido de pertenencia democrática y demostrar respeto por la diversidad cultural y territorial del estado de Chiapas.

## X. COMUNICACIÓN ELECTORAL Y EL ODS 18: LA INFORMACIÓN COMO BIEN PÚBLICO GLOBAL

Diversas instituciones académicas, organismos multilaterales y actores de la sociedad civil han propuesto recientemente la incorporación de un **Objetivo de Desarrollo Sostenible 18 (ODS 18)**, centrado en reconocer a la **información veraz, accesible y plural como un bien público global**. Aunque este objetivo aún **no ha sido adoptado oficialmente por el sistema de Naciones Unidas**, su formulación ha ganado terreno en el debate internacional sobre democracia, participación y gobernanza digital.

En el contexto electoral, esta propuesta redefine las obligaciones institucionales, ubicando la comunicación no solo como un instrumento operativo, sino como un derecho habilitante fundamental para el ejercicio de la ciudadanía.



## 1. ¿Qué plantea el ODS 18 y por qué es relevante para la comunicación electoral?

El ODS 18 subraya que sin información confiable, oportuna, culturalmente pertinente y accesible, los demás derechos políticos y sociales son difíciles de ejercer en plenitud. Desde esta perspectiva, propone garantizar:

- Acceso equitativo a la información electoral.
- Protección activa frente a la desinformación y los discursos de odio.
- Promoción de la participación política libre, razonada e informada.

## 2. Implicaciones para el IEPC

El IEPC, como autoridad electoral y garante de derechos fundamentales, puede asumir el enfoque del ODS 18 como una hoja de ruta complementaria que refuerce sus prácticas actuales. Entre las acciones sugeridas destacan:

- Profundizar la transparencia informativa con pertinencia sociocultural.
- Producir materiales electorales en lenguas originarias y formatos accesibles.
- Implementar campañas de alfabetización mediática y lectura crítica de la información.
- Fortalecer protocolos de monitoreo, verificación y respuesta ante contenidos falsos o manipuladores.

## 3. Comunicación como derecho habilitante

La adopción de esta perspectiva implica concebir a la comunicación electoral como un derecho transversal que facilita el ejercicio del voto, la deliberación colectiva y el control democrático. Una ciudadanía bien informada está mejor equipada para:

- Tomar decisiones libres y conscientes.
- Identificar prácticas de manipulación o exclusión.
- Exigir rendición de cuentas a sus autoridades.

## 4. El papel de las autoridades electorales

El IEPC, al incorporar esta visión emergente, puede:

- Reforzar su papel pedagógico en la esfera pública.
- Liderar buenas prácticas de comunicación electoral desde una lógica de bien común.
- Promover alianzas con universidades, medios, comunidades y juventudes para la democratización del acceso a la información.

Aunque el ODS 18 aún no ha sido formalmente reconocido por la ONU, su inclusión en el horizonte institucional del IEPC permite anticiparse a los estándares del futuro y posicionarse como un referente nacional en la defensa de la información como un derecho humano y como patrimonio colectivo de la democracia.

## XI. APLICACIÓN DEL ENFOQUE: ALGUNAS EXPERIENCIAS DEL MODELO ICR EN CONTEXTOS INSTITUCIONALES

El enfoque de Comunicación Responsable que se plantea en este Manual ha sido probado en distintos escenarios institucionales y comunitarios, tanto en México como en otros países. En particular, el Modelo ICR (Identidad, Confianza y Representación) ha sido implementado en procesos de transformación comunicativa dentro de instituciones públicas, campañas de comunicación electoral y estrategias de vinculación social en contextos de alta diversidad y desigualdad.



A continuación, se documentan algunos casos relevantes:

### 1. Campañas de liderazgo local con base en valores (municipios de México)

En varios municipios del país, liderazgos locales y organizaciones sociales han adoptado los principios del Modelo ICR para diseñar materiales informativos dirigidos a mujeres indígenas, juventudes rurales y personas con discapacidad. Estas experiencias mostraron que cuando los mensajes son construidos desde el reconocimiento de los valores comunitarios (familia, cuidado, tradición, dignidad), la respuesta ciudadana mejora notablemente, aumentando la confianza, la participación y el sentido de pertenencia.

## 2. Experiencias internacionales: cooperación transatlántica

El Modelo ICR también ha sido presentado y discutido en espacios académicos e institucionales en Europa, donde se ha vinculado con debates sobre comunicación pública, ética institucional y cultura democrática. La exportación conceptual del modelo ha permitido identificar elementos universales como la necesidad de narrativas públicas auténticas, pero también ha subrayado la importancia de la contextualización cultural.

### Lecciones aprendidas

Estas experiencias refuerzan la pertinencia del enfoque aquí propuesto y demuestran que:

- Comunicar con valores compartidos genera confianza.
- Escuchar al público destinatario antes de construir el mensaje es una inversión ética y estratégica.
- La participación en la narrativa institucional fortalece la legitimidad.
- La Comunicación Responsable no es solo un marco teórico, sino una herramienta concreta para transformar la relación entre las instituciones y la ciudadanía.

Estas experiencias no deben verse como fórmulas replicables sin adaptación, sino como referentes vivos que muestran que otra comunicación institucional no solo es necesaria, sino posible. Incorporar el Modelo ICR en el trabajo cotidiano del IEPC representa una apuesta por transformar la manera en que se escucha, se comunica y se construye ciudadanía desde lo público.



## XII. CONSIDERACIONES FINALES

La comunicación responsable, tal como se plantea en este Manual, no es únicamente una técnica ni un conjunto de buenas intenciones. Es una práctica ética y política profundamente humana, que permite reconocer a las personas como sujetos de derechos, y a la comunicación institucional como una oportunidad para reconstruir confianza, generar sentido colectivo y fortalecer el vínculo entre el Estado y la ciudadanía.

La verdadera política es el arte de servir, comprender y transformar juntos. Esta mirada transforma la comunicación en una herramienta de reconocimiento, escucha y transformación democrática.

No se trata solo de comunicar mejor, sino de comunicar desde los valores, con verdad, respeto y participación. Esta propuesta sienta las bases de un nuevo pacto comunicativo entre las instituciones y los públicos históricamente excluidos. El IEPC de Chiapas tiene hoy la oportunidad de liderar esa transformación con decisión y visión democrática.



## BIBLIOGRAFÍA

- Barreda, M. (2011). La calidad de la democracia: Un análisis comparado de América Latina. *Revista Política y Gobierno*, 18(2), 265–295.  
<http://www.politicaygobierno.cide.edu/index.php/pyg/article/view/157>
- Burns, J. M. (1978). *Leadership*. Harper & Row.
- Cámara Madrid. (2024). El Nuevo ODS 18: Comunicación responsable para un desarrollo sostenible.  
<https://servicioempresariales.camaramadrid.es/ods-18-comunicacion-responsable/>
- Cantón, E. (2022, 22 de agosto). La confianza de los ciudadanos en las instituciones, bajo mínimos desde la crisis del 2008. *El Periódico de España*.  
<https://www.epe.es/es/politica/20220822/desconfianza-instituciones-riesgo-salud-democratica-crisis-2008-14312243>
- Centro de Estudios Políticos (CEP). (2023). Encuesta CEP N° 89 [Encuesta Junio– Julio].  
<https://www.cepchile.cl/encuesta/encuesta-cep-n-89/>
- Comisión Estatal de Derechos Humanos Nuevo León. Grupos en situación de Vulnerabilidad. 2024.  
[https://www.cedhnl.org.mx/imagenes/publicaciones/presentaciones/CEDHNL\\_VII\\_SeminarioDHS/ModuloI/Grupos-en-situacion-de-vulnerabilidad.pdf](https://www.cedhnl.org.mx/imagenes/publicaciones/presentaciones/CEDHNL_VII_SeminarioDHS/ModuloI/Grupos-en-situacion-de-vulnerabilidad.pdf)
- Díaz, A. (2014). La (in)satisfacción con el funcionamiento de la democracia en América Latina. *Iberoamericana*, 54, 169–173.
- Galli, C. (2013). *El malestar de la democracia*. Fondo de Cultura Económica.
- González, R., & Salvatierra, V. (2021, 28 de septiembre). Crisis de representatividad y vuelco a los independientes. LEAS.  
<https://leas.uai.cl/2021/09/28/crisis-de-representatividad-y-vuelco-a-los-independientes/>
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere*. Polity Press.
- Hofmeister, W. (2021). *Los partidos políticos y la democracia. Teoría y práctica en una visión global*. Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales.
- LISA Institute. (2025). Ataques de desinformación: qué son y cómo podemos evitarlos.  
<https://www.lisainstitute.com/blogs/blog/ataques-desinformacion-que-son-como-evitarlos>
- López Muñoz, M. (2021). *Conocimiento experto y democracia en España y la Unión Europea* [Tesis doctoral, Universidad Nacional de Educación a Distancia].  
[http://espacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:ED-Pg-UniEuroMlopezm/LOPEZ\\_MUNOZ\\_Manuel\\_Tesis.pdf](http://espacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:ED-Pg-UniEuroMlopezm/LOPEZ_MUNOZ_Manuel_Tesis.pdf)
- Lozano, C. (2023, 3 de agosto). Crisis de identidad en la política mexicana: alianzas que traicionan los principios de los partidos políticos. *El Heraldo*.  
<https://heraldodemexico.com.mx/opinion/2023/8/3crisis-de-identidad-en-la-politica-mexicana-alianzas-que-traicionan-los-principios-de-los-partidos-politicos-527478.html>
- Luz Martínez, T. (s.f.). *Uso ético y responsable de las redes sociales: Guía para el profesorado*. Cyan, Proyectos Editoriales.  
[https://www.somos-mas.es/wp-content/uploads/2020/02/3-uso\\_etico\\_responsable\\_redes.pdf](https://www.somos-mas.es/wp-content/uploads/2020/02/3-uso_etico_responsable_redes.pdf)
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and personality*. Harper & Row. Megías, A. (2020). Una década de crisis: los cambios en su naturaleza. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 169, 103–122.
- Organización de las Naciones Unidas. (s.f.). *Orientaciones para el empleo de un lenguaje inclusivo en cuanto al género en español*.  
<https://www.un.org/es/gender-inclusive-language/guidelines.shtml>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.

- Secretaría de la Función Pública. (2007). Lenguaje claro: Manual (3ra ed.).  
<https://www.economia.gob.mx/files/empleo/ManualLenguaje.pdf>
- Zollmann, A., & Couldry, N. (2016). The price of connection: 'Surveillance capitalism'. The Conversation.  
<https://theconversation.com/the-price-of-connection-surveillance-capitalism-64124>
- Zuart Garduño, A. N. (2024). Otra comunicación política es posible: La disrupción de la Comunicación Responsable y el Modelo ICR. Más Poder Local, 55, 138–145.  
<https://orcid.org/0000-0003-4915-1566>



*Handwritten signature*

**Comisión Provisional de  
Comunicación Institucional**

**Instituto de Elecciones y Participación Ciudadana**  
Periférico Sur Poniente 2185 Colonia Penipak  
Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. C.P. 29060