

Capítulo VI

*Difusión del
proceso electoral*

Capítulo VI

Difusión del proceso electoral

Para contribuir a la formación de una conciencia cívica para la democracia y crear confianza en la ciudadanía, de la libertad y secrecía del voto en el Estado de Chiapas, el Instituto Estatal Electoral no sólo trabajó a nivel operativo en cada una de las etapas y procedimientos del proceso electoral, sino que se dio a la tarea de diseñar e instrumentar una campaña adecuada y eficaz que transmitiera este mensaje a la comunidad.

Esta labor fue desempeñada por la Coordinación de Comunicación Social del Instituto quien desarrolló un programa de difusión aprobado por el Consejo General el 15 de enero en la primera sesión del año electoral. Dicho programa contempló una amplia difusión en todas las regiones del Estado de Chiapas a través de diversos medios de comunicación como: radio, televisión, prensa y medios alternativos.

La imagen que identificó al Instituto Estatal Electoral durante el Proceso Electoral 2004 fue resultado de la convocatoria emitida el 10 de febrero de ese mismo año, dicha convocatoria invitaba a la ciudadanía en general a participar en el diseño del eslogan e imagen para la promoción del voto, el cual fue seleccionado y aprobado por la Junta General Ejecutiva.



El Programa de Difusión del Proceso Electoral 2004 se dividió en:

- 1) **Campaña de Posicionamiento**; proyectada de enero a marzo, en la que se dieron a conocer las actividades previas a la jornada electoral del 3 de octubre.
- 2) **Campaña de Promoción del Voto**; impulsada de enero a septiembre, fundamental para invitar a los ciudadanos a ejercer su derecho a votar el 3 de octubre. Durante los meses de agosto y septiembre, se intensificó la difusión del eslogan **Pon tu huella en Chiapas!...VOTA** en los promocionales de radio y televisión para lograr una mayor concientización entre la ciudadanía.
- 3) **Campaña de Fotocredencialización**; programada de mayo a junio, en coordinación con el Instituto Federal Electoral, para orientar a los ciudadanos sobre la entrega de credenciales para votar con fotografía, si la tramitaron por corrección de datos, cambio de domicilio, reposición o por cumplir los 18 años de edad.

- 4) **Campaña de Agradecimiento;** realizada de octubre a diciembre, en la que a través de spots en radio y televisión, así como en cintillos en medios impresos, se reconoció la participación cívica de la ciudadanía.

6.1 Prensa

La prensa escrita fue considerada como uno de los canales informativos importantes para promover la participación ciudadana, porque a diferencia de los medios electrónicos presenta la ventaja de dar más detalles sobre los temas a tratar, además de constituirse con el tiempo en material bibliográfico.

Para promocionar en forma diaria el Proceso Electoral 2004, el Instituto Estatal Electoral convino el servicio de los diarios: *Diario de Chiapas*, *La Voz del Sureste*, *Heraldo de Chiapas*, *ES! Diario Popular* y *Expreso Chiapas*, en Tuxtla Gutiérrez; *El Orbe*, *Zona Libre* y *Diario del Sur*, en Tapachula; *Diario Las Casas* y *Carteles de San Cristóbal*, en San Cristóbal de Las Casas; y *Carteles de Comitán*, en Comitán de Domínguez.

Del 8 de enero al 29 de diciembre se difundieron: **82 comunicados de prensa**, mediante los cuales se dieron a conocer los acuerdos del Consejo General del Instituto Estatal Electoral y las actividades de relevancia correspondientes a las tres etapas del proceso electoral.

Los diarios estatales publicaron **1,486 notas informativas** relativas al desarrollo de los trabajos propios de la elección.

Como parte de la difusión de las actividades relativas a observadores electorales, la realización de la Consulta Infantil Chiapas 2004, el Programa de Resultados Preliminares (PREP), así como las campañas de Fotocredencialización y Agradecimiento, se publicaron **800 cintillos**.

6.2 Radio

La radio, desde su aparición ha formado parte importante de la sociedad como medio masivo de comunicación, convirtiéndose en el más popular; tiene fuerte penetración en todos los niveles sociales y cubre la mayor parte de la geografía chiapaneca.

Este medio electrónico fue una herramienta fundamental para promocionar cada una de las campañas contempladas dentro del Proyecto de Difusión 2004, en la población en general. Se grabaron un total de 13 spots radiofónicos para enfatizar la importancia de la participación de los ciudadanos en las actividades medulares del proceso electoral.

El mensaje del Instituto Estatal Electoral pudo llegar a todos los rincones de la geografía estatal gracias a la asistencia del Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión, la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) a través de Radio Lagarto y la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) mediante los tiempos de estado que otorga a los organismos electorales.

Emisoras de radio utilizadas para la difusión de las campañas publicitarias implementadas por el IEE a través de la Coordinación de Comunicación Social

SISTEMA CHIAPANECO DE RADIO Y TELEVISIÓN		
TUXTLA GUTIÉRREZ		XHTGU - FM
SAN CRISTÓBAL DE LAS CASAS		XERA - AM
OCOSINGO		XEOCH - AM
TECPATÁN		XETEC - AM
TONALÁ		XHNAL - FM
TAPACHULA		XHTCH - FM
PALENQUE		XEPLA - AM
SANTO DOMINGO, OCOSINGO		XHSDM - FM
LA TRINITARIA		XHCTN - FM
PICHUCALCO		XHTPIC - FM

COMISIÓN NACIONAL PARA EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS INDIOS		
COPAINALÁ		XECOPA - AM
LAS MARGARITAS		XEVFS - AM

INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO (IMER)		
CHIAPA DE CORZO		XECHZ - AM

EMISORAS POR LAS QUE RTC OTORGA TIEMPOS DE ESTADO		
TUXTLA GUTIÉRREZ	XEUE-AM, XEON-AM, XEIO-AM, XEVV-AM, XETUG-AM, XETG-AM, XERPR-AM, XELM-AM, XEUD-AM, XHREZ-FM, XHTGZ-FM, XHKR-FM, XHCQ-FM.	
ARRIAGA	XEMG-AM	
CACAOATÁN	XECAH-AM	
CINTALAPA	XEIN-AM	
COMITÁN DE DOMÍNGUEZ	XEMIT-AM, XEUI-AM, XEFRT-AM, XHCTS-FM	
HUIXTLA	XEMK-AM, XEKY-AM	
MAPASTEPEC	XHMAI-FM	
PICHUCALCO	XEOB-AM	
SAN CRISTÓBAL DE LAS CASAS	XEWAM-AM	
TAPACHULA	XEOE 510 AM, XEZZZ 590 AM, XETS 780 AM, XETAP 860 AM, XETAK 900 AM, XEKQ 980 AM, XETAC 1000 AM, XHHTS 90.7 FM, XHTAC 91.5 FM, XHTCH 102.7 FM, XHMX 97.9 FM	

Las comunidades rurales fueron territorio cubierto gracias al apoyo de las estaciones comunitarias del Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión y de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, que tradujeron a lenguas indígenas la información.

Además del invaluable apoyo otorgado por las dependencias y grupos radiofónicos ya mencionados, la Coordinación de Comunicación Social concertó espacios con otras emisoras para intensificar la difusión de la campaña de **Promoción al Voto**.

EMISORAS CONCERTADAS PARA INTENSIFICAR LA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA PROMOCIÓN AL VOTO		
TUXTLA GUTIÉRREZ	XHKR FM, XEIO AM, XETG AM	
TONALÁ	XEDBAM	
TAPACHULA	XHMX FM, XETS AM, XHTAC FM Y XETAC AM	
VILLAFLORES	XEVF AM	
COMITÁN	XEUIAM, XHCTS FM	
PICHUCALCO	XEOB AM	

Del 15 enero al 3 de octubre se difundieron los spots correspondientes a cada una de las campañas contempladas dentro del Programa de Difusión 2004, lográndose transmitir:

- 32, 750** impactos a través del Sistema Chiapaneco de Radio y televisión;
- 8, 093** impactos a través de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas;
- 756** impactos a través de Radio Lagarto;
- 26, 225** impactos con cargo a tiempos de estado;
- 9, 515** impactos en emisoras contratadas; y
- 1, 248** impactos a través de los noticieros más escuchados en el Estado.

Dentro de la barra informativa de las emisoras mencionadas se divulgaron **762 notas** referentes al avance de los trabajos previos a la jornada electoral, y se realizaron **35 entrevistas** a funcionarios electorales sobre temas como Inicio del Proceso Electoral 2004, Fotocredencialización, Capacitación Electoral, Desarrollo del Proceso Electoral, Observadores Electorales, Consulta Infantil Chiapas 2004 y Resultados de la Jornada Electoral.

6.3 Televisión

La televisión, medio que goza de gran popularidad en todos los sectores poblacionales y en públicos de diversa edad, actualmente llega a la mayoría de los hogares chiapanecos.

Las campañas de difusión del Proceso Electoral 2004 se posicionaron en televisoras que brindaron su apoyo para que a través de la transmisión de 9 spots se pudiera lograr una cobertura a nivel estatal.

Emisoras de televisión utilizadas para la difusión de las campañas publicitarias implementadas por el Instituto Estatal Electoral

SISTEMA CHIAPANECO DE RADIO Y TELEVISIÓN	
SAN CRISTÓBAL	XHSBB CANAL 9
TUXTLA GUTIÉRREZ	XHTTG CANAL 10
TAPACHULA	XHTAA CANAL 2
PALENQUE	XHOLQ CANAL 3
MALPASO	CANAL 7
COPAINALÁ	CANAL 7
PICHUCALCO	XHPCH CANAL 10
COMITÁN	XHITC CANAL 33
CINTALAPA	XHCLA CANAL 9
YAJALÓN	XHSBB CANAL 10
ALTAMIRANO	XHSBB CANAL 13
LACANJÁ CHANSAYAB	XHITC CANAL 10
MOTOZINTLA	XHITC CANAL 4
FRONTERA COMALAPA	XHITC CANAL 10
LA GRANDEZA	XHITC CANAL 10

EMISORAS EN LAS QUE RTC OTORGA LOS TIEMPOS DE ESTADO	
TUXTLA GUTIÉRREZ	XHDY CANAL 5, XHTTG CANAL 10
TAPACHULA	XHGK CANAL 4

En el mismo caso que la radio, también en la televisión se contrataron espacios para reforzar la difusión de la campaña de **Promoción al Voto**.

EMISORAS CONTRATADAS PARA REFORZAR LA CAMPAÑA PROMOCIÓN AL VOTO	
TELEVISORA	COBERTURA
TV AZTECA	TUXTLA, SAN CRISTÓBAL Y TAPACHULA
TELEvisa	TUXTLA Y TAPACHULA
COMUNICACIÓN DEL SURESTE (CANAL 5)	TUXTLA Y TAPACHULA
MVS MULTIVISIÓN	TUXTLA GUTIÉRREZ
MEGA CABLE	TUXTLA, SAN CRISTÓBAL, COMITÁN Y TAPACHULA.

Del 15 de enero y hasta el 3 de octubre, en los canales de televisión se emitieron **82,717** impactos de los spots realizados:

- 78,600** impactos a través del Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión;
- 1,575** impactos con cargo a tiempos de estado; y
- 2,542** impactos a través de emisoras contratadas.

Con el Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión, a través del Canal 10 en enlace estatal con sus 30 repetidoras, se produjo el programa institucional denominado **Participación Ciudadana**, con transmisión programada cada 15 días y una duración de 30 minutos, para promover la cultura político-democrática, los valores cívicos y las actividades relevantes del organismo electoral.

Para dar a conocer el desarrollo del Proceso Electoral, funcionarios electorales tuvieron **12 intervenciones**, vía entrevista, en los canales de televisión.

Como parte de la labor informativa de los medios televisivos, difundieron **258 notas** relacionadas con el desarrollo de las actividades electorales.

6.4 Salas de prensa

Con la finalidad de proporcionar la información necesaria a los representantes de los diversos medios de información locales, nacionales y extranjeros, se instalaron salas de prensa en las ciudades de Tapachula, San Cristóbal de Las Casas y Tuxtla Gutiérrez.

Cada sala contó con líneas telefónicas, fax, unidades de cómputo equipadas con servicio de internet, pantallas gigantes en las que se proyectaron los resultados del **Programa de Resultados Electorales Preliminares (PREP)**, así como material de oficina necesario para la realización de la actividad periodística.

Ante el Instituto Estatal Electoral se registraron **208 reporteros y corresponsales de 41 medios de comunicación**: prensa escrita, radio, televisión y agencias de noticias.

6.5 Publicidad alternativa

Considerando que existen ciudadanos que por la dinámica de sus actividades no tienen acceso a los medios impresos y en otros casos no disponen de la radio o la televisión para recibir los mensajes publicitarios que les son enviados, fue necesario hacer uso de medios alternativos de comunicación, como espectaculares, bardas y diversos objetos que son usados para fines publicitarios.



Se rotularon 115 bardas, se colocaron 9 lonas en estructuras de espectaculares y 280 lonas en puentes peatonales y edificios ubicados estratégicamente en toda la geografía chiapaneca.

Se imprimieron 25,500 playeras, 2,000 llaveros, 2,000 bolsas para mandado, 500 gorras y 7,000 calcomanías, material que fue distribuido a través de los 24 Consejos Distritales y 118 Consejos Municipales Electorales.

Como medio alterno eficaz para difundir las campañas del Programa de Difusión 2004 en aquellas regiones donde la recepción de las señales radiofónicas y televisivas son deficientes, se efectuó el perifoneo, contando con el apoyo de los órganos desconcentrados del Instituto Estatal Electoral para gestionar los espacios con comisariados ejidales en diversas localidades.



En el mismo caso que la radio, también en la televisión se contrataron espacios para reforzar la difusión de la campaña de **Promoción al Voto**.

EMISORAS CONTRATADAS PARA REFORZAR LA CAMPAÑA PROMOCIÓN AL VOTO	
TELEVISORA	COBERTURA
TV AZTECA	TUXTLA, SAN CRISTÓBAL Y TAPACHULA
TELEvisa	TUXTLA Y TAPACHULA
COMUNICACIÓN DEL SURESTE (CANAL 5)	TUXTLA Y TAPACHULA
MVS MULTIVISIÓN	TUXTLA GUTIÉRREZ
MEGA CABLE	TUXTLA, SAN CRISTÓBAL, COMITÁN Y TAPACHULA.

Del 15 de enero y hasta el 3 de octubre, en los canales de televisión se emitieron **82,717** impactos de los spots realizados:

- 78,600** impactos a través del Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión;
- 1,575** impactos con cargo a tiempos de estado; y
- 2,542** impactos a través de emisoras contratadas.

Con el Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión, a través del Canal 10 en enlace estatal con sus 30 repetidoras, se produjo el programa institucional denominado **Participación Ciudadana**, con transmisión programada cada 15 días y una duración de 30 minutos, para promover la cultura político-democrática, los valores cívicos y las actividades relevantes del organismo electoral.

Para dar a conocer el desarrollo del Proceso Electoral, funcionarios electorales tuvieron **12 intervenciones**, vía entrevista, en los canales de televisión.

Como parte de la labor informativa de los medios televisivos, difundieron **258 notas** relacionadas con el desarrollo de las actividades electorales.

6.4 Salas de prensa

Con la finalidad de proporcionar la información necesaria a los representantes de los diversos medios de información locales, nacionales y extranjeros, se instalaron salas de prensa en las ciudades de Tapachula, San Cristóbal de Las Casas y Tuxtla Gutiérrez.

Cada sala contó con líneas telefónicas, fax, unidades de cómputo equipadas con servicio de internet, pantallas gigantes en las que se proyectaron los resultados del **Programa de Resultados Electorales Preliminares (PREP)**, así como material de oficina necesario para la realización de la actividad periodística.

Ante el Instituto Estatal Electoral se registraron **208 reporteros y corresponsales de 41 medios de comunicación**: prensa escrita, radio, televisión y agencias de noticias.

6.5 Publicidad alternativa

Considerando que existen ciudadanos que por la dinámica de sus actividades no tienen acceso a los medios impresos y en otros casos no disponen de la radio o la televisión para recibir los mensajes publicitarios que les son enviados, fue necesario hacer uso de medios alternativos de comunicación, como espectaculares, bardas y diversos objetos que son usados para fines publicitarios.



Se rotularon 115 bardas, se colocaron 9 lonas en estructuras de espectaculares y 280 lonas en puentes peatonales y edificios ubicados estratégicamente en toda la geografía chiapaneca.

Se imprimieron 25,500 playeras, 2,000 llaveros, 2,000 bolsas para mandado, 500 gorras y 7,000 calcomanías, material que fue distribuido a través de los 24 Consejos Distritales y 118 Consejos Municipales Electorales.

Como medio alterno eficaz para difundir las campañas del Programa de Difusión 2004 en aquellas regiones donde la recepción de las señales radiofónicas y televisivas son deficientes, se efectuó el perifoneo, contando con el apoyo de los órganos desconcentrados del Instituto Estatal Electoral para gestionar los espacios con comisariados ejidales en diversas localidades.





6.6 Órgano de difusión oficial

Para difundir la cultura político-democrática, informar sobre los avances de las actividades correspondientes al Proceso Electoral 2004 y promover la participación ciudadana, se dio seguimiento a la publicación de la revista **IEE Xpresión**, como órgano de difusión oficial, creado en el año 2003.

Durante el año electoral 2004, dicho instrumento informativo se publicó mensualmente, con un tiraje de 3,000 ejemplares. Se convirtió en un medio importante para dar a conocer el desarrollo del Proceso Electoral y las diversas actividades emprendidas por el organismo electoral, distribuyéndose el tiraje a los Consejos Distritales y Municipales Electorales y a la población en general.

6.7 Página en internet: www.iee-chiapas.org.mx

La red de redes, como comúnmente se conoce a la internet, representa en nuestros días el medio de difusión más importante por las ventajas y beneficios que brinda, por sus alcances y la cobertura mundial con que cuenta. Con pocos recursos y no mucha inversión económica es posible difundir la información deseada en todo el mundo.

La implementación de la página en internet del Instituto pretende ser un medio ágil, de fácil y agradable consulta, en constante renovación y actualización, abierta a las opiniones y dispuesta a adaptarse a los cambios tecnológicos.

Desde esta perspectiva, el Instituto Estatal Electoral cuenta con un sitio propio para difundir la información histórica y actual de las actividades del órgano electoral en el que se puede encontrar desde el organigrama y estructura del Instituto hasta el desarrollo del último proceso electoral, así como lo relacionado con las actividades de educación cívica, biblioteca y archivo general, entre otros.

La navegación en la página es muy sencilla y es posible acceder a cualquier punto de la página, dado que la barra de navegación acompaña a los usuarios durante el recorrido de todas las secciones. Cuenta con la función de impresión, lo que garantiza que los usuarios puedan imprimir la información sin complicaciones y sin que se deforme; además, ofrece servicio de consulta de correo electrónico para los usuarios del Instituto y un sistema de consulta de la bibliografía y videoteca de la Biblioteca del Instituto. Incluye también un sistema de búsqueda interno a fin de poder localizar información referente y exclusiva de nuestra página.

Durante el proceso electoral y con la finalidad de facilitarle a la ciudadanía la información sobre la insaculación e integración de casillas y su ubicación, fue montado un sistema de búsqueda para que desde cualquier punto del Estado el ciudadano, pudiera verificar si había resultado sorteado como posible integrante de una mesa directiva de casilla; el interesado sólo tenía que ingresar al menú correspondiente, anotar su clave de elector y el número de la sección en la que reside, enseguida se desplegaba la relación de ciudadanos que habían sido seleccionados en esa sección.

De igual manera, la ciudadanía podía conocer la ubicación de la casilla en donde le correspondería sufragar el 3 de octubre; para ello sólo tenía que anotar el número de la sección que correspondía a su residencia.