

Comunicación institucional al alcance de todas y todos
Descripción de la campaña de comunicación “En Oaxaca Participamos Tod@s”

LIC. RITA BELL LÓPEZ VENCES¹
LIC. MARISOL VÁZQUEZ PIÑÓN²

Resumen:

En el Proceso Electoral de Oaxaca realizado en 2016, el Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Oaxaca (IEEPCO) diseñó una campaña de comunicación con una visión incluyente y con perspectiva de género, elementos que nunca antes habían sido considerados en el estado para fomentar la participación ciudadana. El presente artículo describe esta nueva estrategia de comunicación institucional y tiene como objetivo ser un referente sobre el enfoque que deben tener los organismos electorales para lograr un mejor acercamiento con la ciudadanía, incentivando una mayor participación en las urnas.

Palabras Clave:

Democracia local, comunicación institucional, campañas.

ABSTRACT:

The local electoral Process at Oaxaca held in 2016 had a new communication campaign with an inclusive vision and gender perspective, elements that never before been considered in the state to encourage citizen participation. This campaign was created for the local electoral institute (IEEPCO). This article describes this new strategy of institutional communication and aims to be a reference about the approach that electoral bodies should have in order to achieve a better rapprochement with citizens, which translates into greater participation in the ballot.

Key Words:

Local democracy, government communication, campaigns.

Introducción

La comunicación institucional es una herramienta fundamental para tener un mejor acercamiento con la ciudadanía. Los órganos electorales tienen la obligación de practicar en todo momento una política de máxima publicidad que dé a conocer a los electores información sobre el libre ejercicio de sus derechos político electoral. Como muchos autores ya lo han mencionado, ciudadanas y ciudadanos mejor informados y participativos son la base de un buen funcionamiento del sistema democrático (Merino, 2016).

1 Licenciada en Derecho y Ciencias Sociales y Maestranda en Derecho Constitucional por la Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca. Consejera Electoral del Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Oaxaca (IEEPCO), correo electrónico: rita.lopez@ieepco.mx

2 Licenciada en Ciencia Política y Administración Pública por la Universidad Nacional Autónoma de México. Secretaría Técnica de la Comisión de Comunicación del Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Oaxaca (IEEPCO), correo electrónico: vazquez.marisol1986@gmail.com

En el caso de los Organismos Públicos Locales Electorales, una de sus tareas fundamentales es la de incentivar la participación informada de la ciudadanía para que ésta acuda a las urnas y elija la opción política que más les convenza. La fortaleza de estas instituciones es su conocimiento en el contexto local de las entidades del país, por lo que pueden tomar decisiones más acertadas sobre cómo tener un mejor acercamiento con el electorado.

Es importante visibilizar los efectos que una buena campaña de comunicación impulsada por el órgano electoral puede llegar a tener como parte de su labor. Al ser las instituciones electorales las instancias encargadas de organizar las elecciones, en un sistema como el nuestro que se ha tornado complejo, debe ponerse al alcance de la ciudadanía toda la información necesaria a fin de fomentar confianza y su participación en el proceso de elección de los representantes, en los resultados y por consecuencia en la legitimidad de las personas que resulten electas, lo que se traduce en la gobernabilidad de una nación. Es por ello que resulta fundamental que estas instituciones realicen una labor profesional y que su actuar se base en todo momento en vigilar, respetar, promover y maximizar los derechos de la ciudadanía.

En ese sentido, el presente trabajo tiene el objetivo de plantear la estrategia, el diseño, difusión y resultados de la campaña de comunicación implementada por el Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Oaxaca (IEEPCO) en el Proceso electoral de 2016, cuya finalidad fue el de incentivar la participación de las y los electores y promover valores democráticos como la igualdad y la pluralidad. La campaña en comento representa una forma de comunicación acertada e incluyente, la cual consideramos puede ser replicada en otros estados para mejorar los canales de interacción con el electorado.

Esquemas como el que se presenta a continuación representa un avance en el cumplimiento de nuestras responsabilidades, que va más allá de velar por la autenticidad y efectividad del sufragio; sino además, es nuestro deber difundir la cultura democrática al reconocer la diversidad cultural del estado y fomentar la participación de todas y todos.

1. El Proceso Electoral Ordinario 2015-2016 en Oaxaca

El 5 de junio de 2016, la ciudadanía oaxaqueña tuvo la oportunidad de elegir al Gobernador del Estado, 42 diputadas y diputados del congreso local y 153 presidencias municipales con sus respectivos cabildos en los municipios que se rigen por el sistema de Partidos Políticos. Dicho proceso electoral se dio en un contexto de cambios relevantes, ya que fue la primera elección local en Oaxaca que se realizó con las modificaciones previstas por reforma constitucional en materia electoral, la cual contempló la creación del Sistema Nacional Electoral en el que los Organismos Públicos Locales Electorales (OPLE) y el Instituto Nacional Electoral (INE) son corresponsables en la organización de comicios locales. La reforma también avanzó en el reconocimiento de nuevos derechos político electorales tales como: las candidaturas independientes; el voto desde el extranjero y la paridad en las candidaturas.

El reto del Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Oaxaca (IEEPCO) para la organización de ese proceso no fue menor, era necesario garantizar a la ciudadanía que este nuevo organismo electoral velaría por el pleno ejercicio de los derechos políticos de las ciudadanas y ciudadanos, fomentando la cultura democrática en la entidad y cumpliendo así con las obligaciones encomendadas.

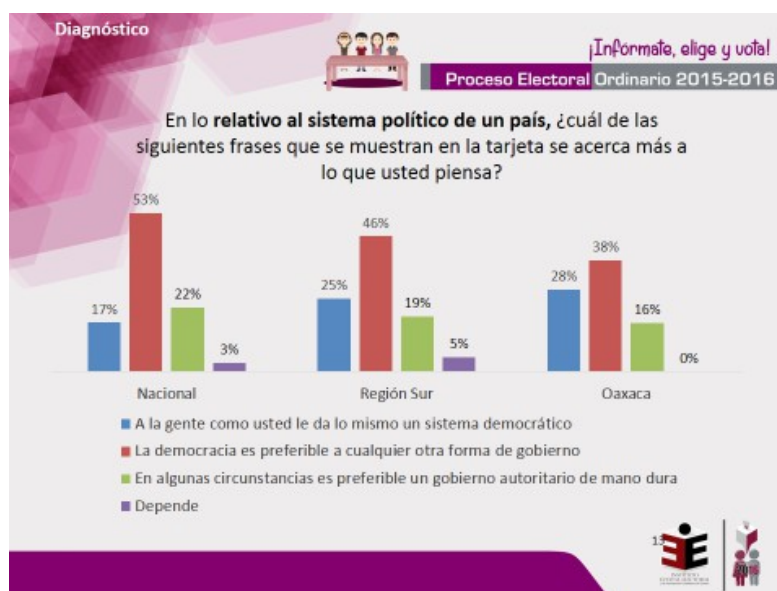
Por ello, para el proceso electoral ordinario, a través de su Coordinación de Comunicación, el IEEPCO implementó una campaña de comunicación institucional que tuvo un impacto importante en las y los oaxaqueños y marcó una forma de acercamiento de la institución con la ciudadanía. En los siguientes apartados se hace la descripción detallada de la misma.

2. Diagnóstico

La campaña de comunicación para el proceso electoral de 2016 en Oaxaca, fue planeada desde una visión local, para ello fue fundamental considerar y analizar el *Informe país sobre la calidad de la ciudadanía en México*, publicado en el año 2014 por el Instituto Nacional Electoral. El documento hace un diagnóstico nacional y regional sobre la cultura cívica de las y los mexicanos y se basa en los resultados de una encuesta nacional, la cual fue realizada en el año 2013. Este ejercicio es representativo de todo el país, así como de cinco regiones geográficas. Además el diseño metodológico permitió que diez estados y doce municipios fueran sobrerrepresentados en la muestra, entre éstos el estado de Oaxaca. (INE, 2014).

Como se ha referido esta información fue una herramienta estratégica, se hizo uso de los datos recabados en el estado de Oaxaca, se realizó un análisis de los mismos y posterior a ello se planeó cuál iba a ser el sentido de la comunicación institucional. El estudio permitió corroborar algunas de las percepciones que se tienen sobre la satisfacción de la ciudadanía con el sistema democrático y su autopercepción de la influencia que pueden llegar a tener las y los ciudadanos en la toma de decisiones, elementos considerados para el diseño de la estrategia.

Un primer dato relevante es que en Oaxaca, el apoyo a la democracia como mejor forma de gobierno es más bajo que a nivel nacional (53% vs 38%), además, aumenta el porcentaje de personas que señalan que le da igual la forma de gobierno que se tenga (17% vs 28%).



GRÁFICA 1 OPINIONES SOBRE EL SISTEMA POLÍTICO MÉXICO Y OAXACA

Fuente: INE. Instituto Nacional Electoral. Informe país sobre la calidad de la ciudadanía en México. Disponible en <https://goo.gl/7UFNVg> (consultada el 07 de junio de 2017).

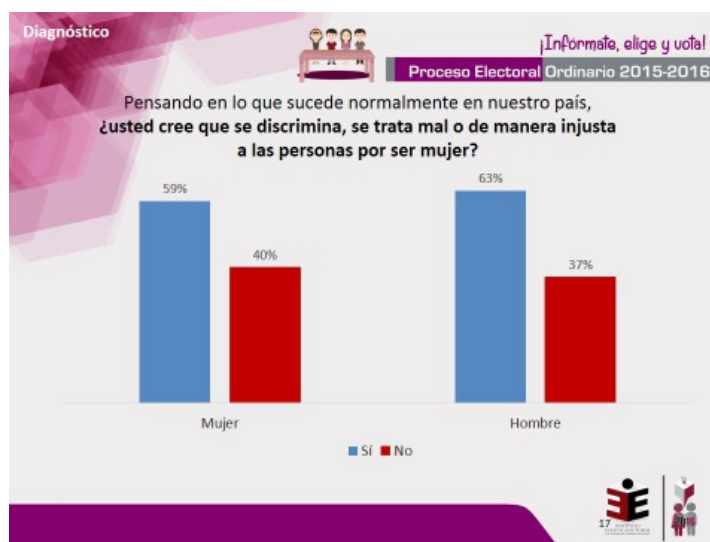
Otro dato que consideramos importante es que el 73% de oaxaqueñas y oaxaqueños dijo que en nuestro país se discrimina y se trata mal o de manera injusta a las personas por ser indígenas, porcentaje que cobra relevancia si consideramos la composición del estado, donde más de la mitad de la población se auto reconoce como indígena.



GRÁFICA 2 OPINIONES SOBRE DICRIMINACIÓN EN MÉXICO Y OAXACA

Fuente: ídem

Un dato adicional que deriva de dicho estudio, es que el 59% de las mujeres en Oaxaca y el 63% de los hombres, consideran que se discrimina, se trata mal o de manera injusta a las personas por ser mujer, lo cual aunado a la aplicación del principio de paridad que más adelante se detallará, definieron la importancia de visibilizar la inclusión y reconocimiento de las mujeres del estado en el proceso electoral de 2016, dentro de la mencionada campaña.

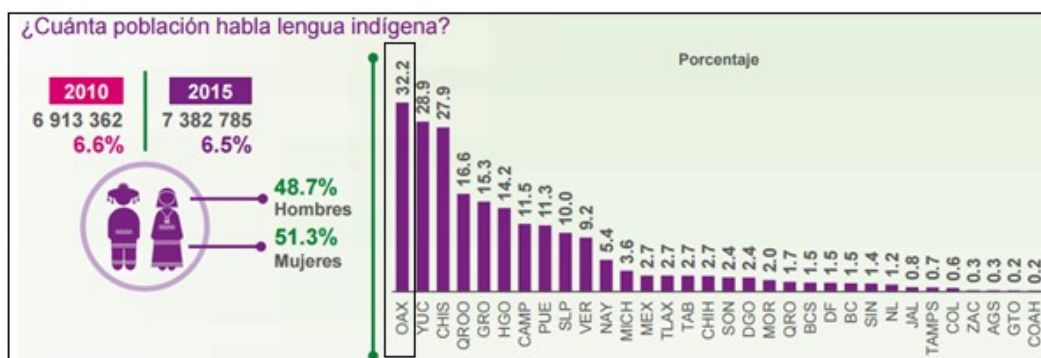


GRÁFICA 3 OPINIONES SOBRE DICRIMINACIÓN EN MÉXICO Y OAXACA
Fuente: ídem

Tomando en consideración estas estadísticas, el diagnóstico nos indicó que la campaña de comunicación institucional debía enfocarse en la inclusión y reconocimiento de las culturas indígenas así como de las mujeres, lo que previmos tendría un impacto en las opiniones hacía el sistema democrático, el cual reconoce a todos y todas las ciudadanas por igual. Por lo que visibilizar en esta campaña la gran diversidad cultural de nuestro estado, fue un elemento importante a considerar, partiendo de que el electorado debía sentirse identificado con los elementos, personas y lenguaje que se utilizarían en la misma.

3. Inclusión y reconocimiento de la diversidad cultural

Al contar con los datos provenientes del *Informe país sobre la calidad de la ciudadanía en México*, nos dimos a la tarea de profundizar aún más con la información específica que consideramos relevante para el diseño de la campaña y la estrategia a implementar, por ello se hizo un análisis de información proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, obteniendo los siguientes elementos: el 67.5% de la población en Oaxaca se auto reconoce como indígena (INEGI, 2015), además, de ser la entidad donde más personas hablan alguna lengua (32.2). Aunado a ello, uno de cada diez habitantes del estado refirió que no habla español.



GRÁFICA 4. POBLACIÓN QUE HABLA UNA LENGUA INDÍGENA EN MÉXICO
Fuente: INEGI. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Encuesta Intercensal 2015.
Disponible en <https://goo.gl/7UFNVg> (consultada el 07 de junio de 2017).

3.1 Campaña en lenguas indígenas

El IEEPCO consideró fundamental realizar spots de radio y televisión que fueron por primera vez traducidos a las tres lenguas que más se hablan en el estado: zapoteco (33.6), mixteco (22.1) y mixe (9.5); lo que contribuyó al reconocimiento e inclusión de las comunidades que forman parte de la entidad. Dicho material no reprodujo estereotipos de ningún tipo y se cuidó en todo momento que tanto los spots de radio y televisión fomentaran el respeto a la diversidad cultural de la entidad y su reconocimiento como parte importante del estado.

Durante el Proceso Electoral Ordinario 2016 se elaboraron 24 spots de televisión y 29 de radio, en total fueron producidos 53 materiales, los cuales fueron realizados en español, zapoteco, mixteco y mixe. En éstos se abordaron temas como: el voto desde el extranjero, promoción del voto, invitación a ver los debates entre los candidatos a gobernador, participar como observadores electorales, conocer los delitos electorales y finalmente uno de agradecimiento por su participación en las elecciones.

Todos estos materiales fueron transmitidos en los tiempos oficiales de radio y televisión con los que cuenta el instituto y que son otorgados por el INE, además, se encuentran disponibles en el canal de YouTube del IEEPCO para que pudieran ser reproducidos por la ciudadanía en cualquier momento.

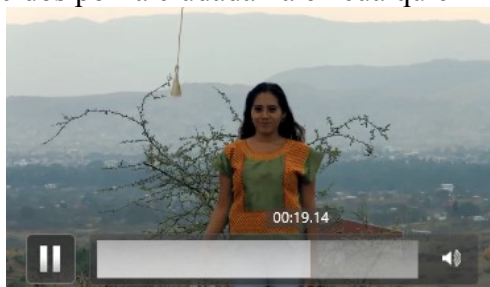


IMAGEN 1 SPOT DE TELEVISIÓN PROMOCIÓN DEL VOTO EN MIXE
IMAGEN 2 SPOT DE TELEVISIÓN PROMOCIÓN DEL VOTO EN ZAPOTECO

Fuente: IEEPCO. Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Oaxaca.
Disponible en <https://www.youtube.com/user/IEEPCO> (consultada el 07 de junio de 2017)

4. Participación de las mujeres

Como parte de la estrategia se utilizaron 2 slogan para dicho proceso: “En Oaxaca Participamos Tod@s” e “Infórmate, elije y vota”; a través del primero se buscó incentivar la inclusión de género en la elección y mediante el segundo, fomentar la cultura e importancia que tiene el voto informado. Ambos fueron acompañados del logotipo oficial del instituto y el logotipo del procesos electoral 2016, mismo que se componía con las figuras representativas de un hombre, una mujer y una urna. El sentido de la imagen es la de reconocer la participación en condiciones de igualdad de las mujeres como parte de la esfera política y de la toma de decisiones.



IMAGEN 3. LOGOTIPO DEL PROCESO ELECTORAL 2015-2016

Fuente: IEEPCO. Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Oaxaca.

Como se mencionó anteriormente, en dicho proceso se implementó por primera vez el principio de paridad en las candidaturas, lo cual fue muy relevante para las mujeres al generarse mecanismos efectivos que permitieran acceder a candidaturas en los puestos de representación popular, en igualdad de número que los hombres. Resultó fundamental difundir este derecho y promover la participación de las mujeres para que se postularan como candidatas y además asistieran a las urnas para ejercer sus derechos político-electorales.



IMAGEN 4. SPOT DE TELEVISIÓN PARIDAD
IMAGEN 5. SPOT DE TELEVISIÓN PARTICIPACIÓN DE MUJERES

Fuente: IEEPCO. Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Oaxaca.
Disponible en <https://www.youtube.com/user/IEEPCO> (consultada el 07 de junio de 2017).

Es importante mencionar que el IEEPCO no sólo tuvo una campaña de comunicación que diera a conocer el principio de paridad, sino que además tomó medidas importantes para garantizar la participación de mujeres en condiciones de igualdad con los hombres. Por ello el Consejo General del IEEPCO diseñó y aprobó los respectivos lineamientos de paridad y las tablas de competitividad (IEEPCO, 2016), y a partir de ello, se generó una guía denominada reglas de paridad de género a fin facilitar la información sobre la aplicación de este importante principio.

Además, se implementaron otras campañas para la prevención de violencia política y para la difusión del Protocolo para atender la violencia política contra las mujeres. Es decir, las campañas de comunicación en el tema estuvieron acompañadas siempre de otras acciones que reafirmaron el compromiso de la institución con el adelanto y empoderamiento de las mujeres en el ámbito político.

Ante ello, el uso de lenguaje incluyente fue una herramienta clave que se utilizó en todos los materiales que se produjeron así como en los Acuerdos y Sesiones del Consejo General. En todo momento se habló de candidatas y candidatos a los puestos, diputadas y diputados, presidentas y presidentes municipales. En cuanto a las candidaturas a la gubernatura del estado, desafortunadamente en Oaxaca en el Proceso Electoral 2016 no hubo candidatas mujeres para este cargo, sin embargo, en las etapas previas a que ello fuera un hecho, se habló de la figura en ambos géneros.

5. Resultados de la campaña

Una vez que concluyó la jornada electoral, pudimos corroborar cuál había sido el resultado del proceso y encontramos datos que nos parece importante compartir en los temas de participación ciudadana y la participación de las mujeres del estado.

5.1 Participación ciudadana histórica

En dichas elecciones, Oaxaca registró una participación ciudadana histórica. La votación total emitida en el estado fue de 1, 639,020 oaxaqueñas y oaxaqueños que participaron para elegir a sus autoridades y representantes, es decir, el 58.99% de electores en el estado ejerció su derecho al voto.

La participación aumentó 2.09% respecto a la elección de 2009 - 2010, y 8.03% en comparación a la elección de 2003-2004. De las 12 entidades que tuvieron elecciones en 2016, Oaxaca fue la segunda con mayor porcentaje de ciudadanos y ciudadanas que acudieron a las urnas. Consideramos que parte importante de estos resultados derivaron de la campaña de comunicación institucional que fue realizada con las características ya mencionadas.



GRÁFICA 5. PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN PROCESOS ELECTORALES, OAXACA.

Fuente: Elaboración propia con información del Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Oaxaca.

5.2 Mayor número de presidentas municipales

En el proceso electoral de 2016, se registró un avance histórico y la participación de las mujeres como tomadoras de decisiones, 38 fueron electas como Presidentas Municipales en los municipios que se rigen por partidos políticos y 20 más resultaron electas en los municipios que se rigen por sistemas normativos internos (SNI), nunca antes en Oaxaca habíamos tenido estos datos que resultan históricos y que tendrán sin duda un impacto en las comunidades y en la sociedad oaxaqueña.

Este fenómeno puede ser explicable por las nuevas reglas electorales, sin embargo también tuvimos más mujeres electas en los municipios que se rigen por SNI donde no se aplica el principio de paridad.

Todos los cabildos de partidos políticos se integraron de manera paritaria y además, en las comunidades de sistemas normativos se logró que por primera vez al menos una mujer fuera parte del cabildo, esto como resultado de las acciones realizadas directamente por el instituto quien además de las campañas de comunicación llevó a cabo talleres de sensibilización en las comunidades que no permitían la participación de las mujeres en las asambleas, espacios donde se eligen a las autoridades.

Es necesario reconocer que aún hay retos importantes que superar para lograr la igualdad en la representación política de las mujeres en Oaxaca pero que sin duda hubo un avance importante en las elecciones de 2016.



GRÁFICA 6. RESULTADOS PRESIDENTAS MUNICIPALES PARTIDOS POLÍTICOS 2016

Fuente: Elaboración propia con información del Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Oaxaca.

6. Herramientas adicionales

Resulta trascendente decir que un proceso electoral implica el trabajo no sólo de las instituciones electorales, para poder tener mejores resultados es indispensable que los OPLE busquen el apoyo y colaboración de otras instituciones que se sumen a la labor de informar y convencer a la ciudadanía de que su participación es muy importante.

En este sentido, el siguiente apartado describe uno de los convenios más importantes que el IEEPCO firmó con instituciones que apoyaron de manera importante a promover información relevante para la ciudadanía.

6.1 Convenio de colaboración CORTV

El IEEPCO firmó diferentes convenios de colaboración con diversas instituciones con la finalidad de trabajar en conjunto en las actividades del Proceso Electoral (universidades, instituciones gubernamentales, etc.). Entre ellos, destaca el convenio signado con la Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión (CORTV), esta cadena es pública y tuvo una participación fundamental en las elecciones en comento. La televisora contribuyó de manera importante a la difusión de información electoral de interés para la ciudadanía oaxaqueña en todas las etapas del proceso y colaboró al ser facilitador de las instalaciones para que los dos debates entre candidatos a gobernador se realizarán en dicha sede, la cual tiene la mayor capacidad de transmisión en el estado.

Es importante destacar que nunca antes se habían realizado debates entre candidatos a la gubernatura. En las elecciones de 2016, fue la primera vez que fueron posibles estos

ejercicios democráticos que permiten a la ciudadanía conocer las propuestas, programas y posturas de las y los candidatos. En los dos debates realizados participaron los siete aspirantes que fueron parte de la contienda electoral, quienes reconocieron el actuar profesional y sobre todo la imparcialidad que se observó por parte de CORTV y del IEEPCO en la organización y desarrollo de los mismos.

Consideramos relevante sugerir que se tengan alianzas con instituciones que puedan abonar al desarrollo democrático de las entidades, en este sentido resulta trascendente considerar el impacto que tienen las televisoras públicas, cuya tarea es brindar información y contenidos de calidad a la ciudadanía para que tome decisiones basadas en elementos que le permitan discernir entre las opciones políticas.

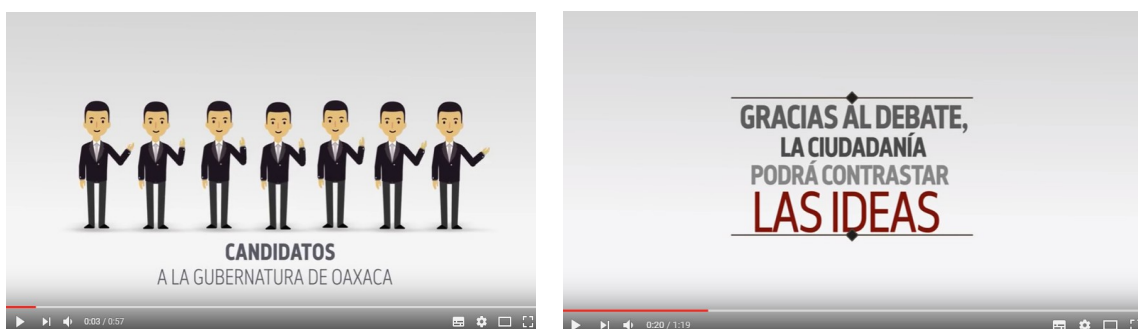


IMAGEN 6. SPOTS DE TELEVISIÓN DEBATES ENTRE CANDIDATOS A GOBERNADOR

Fuente: IEEPCO. Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Oaxaca.
Disponible en <https://www.youtube.com/user/IEEPCO> (consultada el 07 de junio de 2017).

6.2 Observatorio Electoral de Género

Igualmente el IEEPCO apuntaló la instalación del Observatorio Electoral de Género conformado por 9 instituciones estatales y nacionales las cuales dieron seguimiento y acompañaron los trabajos realizados por este Instituto durante el proceso electoral y cuya labor fue de gran importancia para la difusión de los distintos materiales de nuestra campaña.

Conclusión

Desarrollar campañas de comunicación institucionales que promuevan los valores democráticos es una de las obligaciones que deben tener los Organismos Públicos Electorales. No reproducir estereotipos de género, hacer uso del lenguaje incluyente, reconocer la pluralidad de nuestro país son elementos que deben tomarse en cuenta ya que tendrán un impacto en la participación de la ciudadanía y abonarán a nuestra cultura democrática.

Que los órganos electorales realicen un trabajo profesional tiene un impacto no sólo en el buen desarrollo de los comicios sino en la aceptación de resultados, la legitimidad de las personas electas y por tanto en la rendición de cuentas, en este sentido resulta relevante que se consideren las acciones realizadas por el Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Oaxaca en las elecciones de 2016, con la implementación de la campaña “En Oaxaca Participamos Tod@s”.

Partir del contexto local, el reconocimiento a la diversidad cultural, la importancia de la participación política de las mujeres para esta elección a partir del principio de paridad de género, nos llevó a incorporar como herramientas clave la perspectiva de género y un lenguaje incluyente en los materiales que fueron realizados y en el éxito de la campaña.

Así como las y los candidatos buscan estrategias que diseñen campañas novedosas que atraigan a la ciudadanía y las y los convenzan de votarlos, las instituciones electorales deben hacer uso de herramientas que les permitan hacer un diagnóstico de cómo acercarse a los ciudadanos e incentivarlos a informarse y votar. Mejores campañas tendrán un mayor impacto en el electorado.

En cada proceso electoral resulta más complicado que las y los votantes se convenzan de que la democracia es la mejor forma de gobierno ya que garantiza la participación de todas y todos en igual de condiciones y hace que las diferencias se resuelvan por la vía institucional, los OPLE así como el INE, tenemos la difícil tarea de recordar a la ciudadanía el importante papel que juega en el sistema democrático ya que sin su participación este régimen de gobierno no tendría razón de ser.

Bibliografía

IEEPCO. Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Oaxaca. Listas de competitividad que serán utilizadas para revisar que los partidos políticos y coaliciones objetivamente hubieren asegurado condiciones de igualdad en la postulación de candidatas y candidatos en distritos y municipios con los porcentajes de votación más bajos en el proceso electoral anterior. Disponible en:

http://www.ieepco.org.mx/archivos/images/biblioteca_digital/PDFs/2016/02_ACUERDO_LISTAS_DE_COMPETITIVIDAD.pdf (consultada el 09 de junio de 2017).

IEEPCO. Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Oaxaca. Disponible en: <https://www.youtube.com/user/IEEPCO> (consultada el 07 de junio de 2017).

INE. Instituto Nacional Electoral. Informe país sobre la calidad de la ciudadanía en México. Disponible en:

http://portalanterior.ine.mx/archivos2/s/DECEYEC/EducacionCivica/Resumen_ejecutivo_Informe_Pais_act_15102014.pdf (consultada el 07 de junio de 2017).

INEGI. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Encuesta Intercensal 2015. Disponible en: <https://goo.gl/7UFNVg> (consultada el 07 de junio de 2017).

Merino, Mauricio (2016). La participación ciudadana en la democracia, INE, México.