



Política de Comunicación

Del Sistema Estatal Anticorrupción
del Estado de Puebla

Unidad de Vinculación, Políticas Públicas y Riesgos en Materia Anticorrupción.

4 oriente #719, Puebla, Puebla Col. Centro Tel: 222 947 2130 ext: 1002 y 1007

E-mail: giovani.mancino@seseap.puebla.gob.mx | angel.marquez@seseap.puebla.gob.mx

Directorio

Comité Coordinador

Eira Zago Castro	Presidenta del Comité Coordinador Estatal
Francisco Fidel Teomitzi Sánchez	Encargado de Despacho de la Auditoría Superior Del Estado
Luis Francisco Fierro Sosa	Fiscal Especializado de Combate a la Corrupción
Juan Carlos Moreno Valle Abdala	Secretario de la Función Pública
Isadora Rubí Joven	Representante del Consejo de la Judicatura del Estado de Puebla
Rita Elena Balderas Huesca	Comisionada Presidente del Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales del Estado de Puebla
Edgar Sánchez Farfán	Magistrado Presidente de la Sala Especializada en Materia de Responsabilidades Administrativas del Tribunal de Justicia Administrativa del Poder Judicial del Estado de Puebla

Secretaría Ejecutiva

Janeth Bustamante Abdala	Encargada de despacho de la Secretaría Técnica de la Secretaría Ejecutiva del Sistema Estatal Anticorrupción
--------------------------	--

Tabla de contenido

Directorio	03
Siglas y acrónimos	07
Introducción	09
Justificación	10
Fundamento legal	11
Alcance	12
Objetivos de la política	13
Alineación de la política de comunicación	13
Alineación a Política Nacional Anticorrupción	13
Alineación a la Política Estatal Anticorrupción (PEAPUEBLA)	13
Principios y restricciones de la Política de Comunicación	14
Comunicación institucional	15
De la comunicación interna	15
De la comunicación externa	16
De los criterios de los contenidos	16
Estrategia de comunicación	17
Macroproceso de operación	18
Del Plan Anual de Comunicación	19
De las Estrategias de Comunicación de los entes del Comité Coordinador	19
De los enlaces de comunicación institucional de los entes públicos del CCE	20
Del Enlace Institucional de la Secretaría Ejecutiva del Sistema Estatal Anticorrupción	20

Comunicación de coyuntura	21
Gestión de crisis	21
<i>Comité de crisis</i>	21
De la Persona vocera	22
<i>Del procedimiento de la gestión de crisis</i>	23
Del Informe Anual del Plan de Comunicación	24

Siglas y acrónimos

Término	Definición
ASE	Auditoría Superior del Estado de Puebla
CCE	Comité Coordinador del Sistema Anticorrupción del Estado de Puebla
Consejo de la Judicatura	Consejo de la Judicatura del Poder Judicial del Estado de Puebla
ENCIG	Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental
ENCIPC	Encuesta Ciudadana de Percepción sobre la Corrupción en el Estado de Puebla
ENCUCI	Encuesta Nacional de Cultura Cívica
Fiscalía Especializada, FECC	Fiscalía Especializada de Combate a la Corrupción del Estado de Puebla
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
ITAIPUE	Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales del Estado de Puebla
PEAPUEBLA	Política Estatal Anticorrupción del Estado de Puebla
PNA	Política Nacional Anticorrupción
SEA	Sistema Estatal Anticorrupción de Puebla
SESEA	Secretaría Ejecutiva del Sistema Estatal Anticorrupción de Puebla
SESNA	Secretaría Ejecutiva del Sistema Nacional Anticorrupción
SFP	Secretaría de la Función Pública del Estado de Puebla
SNA	Sistema Nacional Anticorrupción
Tribunal de Justicia Administrativa	Tribunal de Justicia Administrativa del Poder Judicial del Estado de Puebla

Introducción

La Política de Comunicación es un mecanismo de coordinación que tiene como propósito establecer los principios, objetivos, estrategias de creación y difusión de productos informativos institucionales para el Sistema Estatal Anticorrupción de Puebla (SEA). Pretende optimizar los recursos capitalizando la creatividad, la objetividad, la imparcialidad y la congruencia de la información que se genere.

La Política de Comunicación establecerá los procedimientos que contribuyan a una interacción comunicativa con la ciudadanía, para informar oportuna y verazmente el quehacer del SEA y brindar herramientas de trabajo con la finalidad de mejorar vínculos.

La Política de Comunicación se encuentra alineada al Eje 5 de la PEAPUEBLA: *Prevenir la corrupción a través de la promoción de la cultura de la legalidad y la integridad*; en específico a la prioridad número 48, ya que se busca la homologación de los mensajes transmitidos a la sociedad, a través de los canales de comunicación de los integrantes del Sistema, así como promocionar la cultura de la legalidad y la integridad y el combate a la corrupción.

La presente Política de Comunicación, se basa en dos de los derechos de la comunicación social dentro de las instituciones públicas, el primero es el derecho de los ciudadanos a recibir información y el segundo, el derecho de las instituciones a difundir las acciones que llevan a cabo, tomando en cuenta que comunicar no solo es contar lo que se hace, sino también cómo se hace, por qué se hace y para qué se hace.

Justificación

La comunicación organizacional es “un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos”¹. Actualmente, el Sistema Estatal Anticorrupción del Estado de Puebla cuenta con un porcentaje de conocimiento bajo por parte de la población. Como lo indican los resultados de la Encuesta Ciudadana de Percepción sobre la Corrupción en el Estado de Puebla 2021 (ENCIPC 2021), ante la pregunta ¿Qué tan familiarizada/o estás con el Sistema Estatal Anticorrupción? **el 42.6% de las personas encuestadas mencionaron “Nada Familiarizado”, mientras que el 35.2% contestó “No tan familiarizado”**. Así mismo, en los resultados de la Encuesta Ciudadana de Percepción sobre la Corrupción en el Estado de Puebla 2023 (ENCIPC 2023) en cuanto a la pregunta **“cuando piensas en combate a la corrupción ¿qué institución te viene a la mente?” el 55.52 % de las personas encuestadas contestaron que la Fiscalía Especializada**, seguido por la SESEA con 17.04%, la SFP con un 14.91% y un **11.47% contestó que no reconocía a ninguna de las instituciones que integran al SEA. Por otro lado**, con respecto a la pregunta **“¿A qué institución acudirías para denunciar un acto de corrupción?”**, el 15.32% contestó no saber dónde denunciar.

Por otro lado, de la Encuesta Nacional de Cultura Cívica (ENCUCI 2020), se obtiene que el 58.1% de la población de la región a la que Puebla pertenece (Región Centro Sur Mesoamérica: Guerrero, Oaxaca, Puebla, Tlaxcala, Veracruz), mencionó estar muy interesado o preocupado por los asuntos del país, de los cuales el 58.6% de los hombres y 53% de las mujeres opinó que la corrupción es uno de los problemas más importantes que afronta nuestro país. Por otro lado, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental (ENCIG 2021), en el estado de Puebla el 70.6% de la población de 18 años y más refirió que la inseguridad y delincuencia es el problema más importante que aqueja al estado poblano, seguido de **la corrupción con 52.6%**. De esta misma encuesta, se obtiene que el 86.1% de la población mayor de 18 años percibe que los actos de corrupción son frecuentes o muy frecuentes en Puebla.

Por lo anterior, es importante dar a conocer los trabajos que el SEA realiza para prevenir y combatir la corrupción y hacer llegar información útil del sistema y del tema anticorrupción a la población para influir en esa percepción negativa.

La Política de Comunicación del SEA permitirá que sus integrantes presenten una comunicación homologada de los trabajos que se llevan a cabo en conjunto, independientemente de las campañas individuales que cada uno realice para la difusión de sus actividades diarias. Todo esto con la finalidad de posicionar al SEA en la sociedad, así como generar una percepción positiva del mismo. La unificación de la comunicación garantizará que los mensajes emitidos por los diferentes integrantes del CCE sean coherentes y estén alineados con los valores y objetivos del SEA.

El planteamiento de una política de comunicación atiende la necesidad de fortalecer el conocimiento y la percepción que, tanto instituciones públicas como la sociedad en general, tienen sobre el SEA.

1 **Fernández Collado, La Comunicación en las Organizaciones**, (México: Ed. Trillas, C. 1997), 21.

Fundamento legal

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Artículo 134, párrafo octavo. - La propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan como tales, los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

Ley General de Comunicación Social.

Artículo 3.- Son sujetos obligados al cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley los Poderes públicos, los órganos a los que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos dota de autonomía, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente público de los tres órdenes de Gobierno.

Artículo 5.- En el ejercicio del gasto público en materia de Comunicación Social, los Entes Públicos deberán observar con los siguientes principios rectores: a) La eficacia, en uso de los recursos públicos; b) La eficiencia, de los recursos públicos destinados a la contratación o gasto de Comunicación Social; c) La economía y racionalidad presupuestaria, que comprende la administración prudente de los recursos destinados a la Comunicación Social; d) La transparencia y máxima publicidad, garantizándose el acceso a toda información relacionada con la contratación y manejo de recursos públicos destinados a la Comunicación Social de los Entes Públicos, conforme a lo dispuesto en la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública y otras disposiciones jurídicas aplicables; e) La honradez, que comprende el manejo de recursos públicos conforme a las leyes y otras disposiciones jurídicas aplicables, que justifique la contratación sujetándose a criterios de calidad cumpliendo los propósitos de la Comunicación Social; f) La objetividad e imparcialidad, que implica que la Comunicación Social en los procesos electorales no debe estar dirigida a influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos, precandidatos y candidatos; g) La institucionalidad, en virtud de sus fines informativos, educativos o de orientación social; h) La necesidad, de comunicar los asuntos públicos a la sociedad para su información y/o atención.

Artículo 8.- Fracción I. Las Campañas de Comunicación Social, deberán: Promover la difusión y conocimiento de los valores, principios y derechos constitucionales.

Artículo 9.- No se podrán difundir Campañas de Comunicación Social, cuyos contenidos:

- I. Tengan por finalidad destacar, de manera personalizada, nombres, imágenes, voces o símbolos de cualquier servidor público.
- II. Incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los valores, principios y derechos constitucionales.
- III. Inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico.
- IV. Induzcan a la confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier organización política o social.

Artículo 23.- Los Entes Públicos deben elaborar una estrategia anual de Comunicación Social para efectos de la difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales o servicios que prestan.

Política Nacional Anticorrupción

Prioridad 43: Homologar criterios a escala nacional para la realización de campañas de comunicación sobre la corrupción, sus costos, implicaciones y elementos disponibles para su combate.

Ley del Sistema Estatal Anticorrupción.

Artículo 8.- El Comité Coordinador Estatal es la instancia responsable de establecer mecanismos de coordinación entre los integrantes del Sistema Estatal y tendrá bajo su encargo el diseño, promoción y evaluación de políticas públicas de combate a la corrupción.

Artículo 25.- La Secretaría Ejecutiva tiene por objeto fungir como órgano de apoyo técnico del Comité Coordinador Estatal, a efecto de proveerle la asistencia técnica, así como los insumos necesarios para el desempeño de sus atribuciones, conforme a lo dispuesto por la presente Ley.

Plan de Trabajo Anual del CCE 2023

ACUERDO 1.S.O.C.C.2023/03/23-03 adoptado en la Primera Sesión Ordinaria del Comité Coordinador del Sistema Estatal Anticorrupción celebrada el 23 de marzo de 2023, donde se aprueba el Plan de Trabajo Anual. Proyecto PF25. Política de Comunicación del Sistema Estatal Anticorrupción. Objetivo general: establecer los principios, objetivos, estrategias y procesos de creación y difusión de productos informativos institucionales para el Sistema Estatal Anticorrupción del Estado de Puebla.

Alcance

La presente Política de Comunicación tiene el objeto de establecer los procedimientos para la coordinación, planeación, diseño, seguimiento, supervisión y publicación de las estrategias y planes de comunicación que se desarrollan por parte de los integrantes del CCE en materia de promoción, fomento de la cultura de la integridad en el servicio público, así como la rendición de cuentas, transparencia, fiscalización y control de los recursos públicos, con base en lo dispuesto en el artículo 2 fracción VII de la Ley del Sistema Estatal Anticorrupción.

Así mismo, la Política de Comunicación busca atender y tener un impacto en la población en general, en las personas que forman parte del servicio público, las personas legisladoras, las organizaciones de la sociedad civil, organismos internacionales, universidades, entre otros.

Participan en el cumplimiento de esta política los entes públicos con representatividad en el CCE, de acuerdo a lo establecido en el artículo 10 de la Ley del Sistema Estatal Anticorrupción:

- i) Comité Estatal de Participación Ciudadana;
- ii) Auditoría Superior del Estado de Puebla;
- iii) Fiscalía Especializada de Combate a la Corrupción del Estado de Puebla;
- iv) Secretaría de la Función Pública del Estado de Puebla;
- v) Consejo de la Judicatura;
- vi) Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales del Estado de Puebla; y
- vii) Sala Especializada en Materia de Responsabilidades Administrativas del Tribunal de Justicia Administrativa del Poder Judicial del Estado de Puebla.

Los criterios que se detallan a continuación son emitidos por consenso de las instancias integrantes del CCE, las cuales disponen que será la SESEA la figura considerada para la coordinación y seguimiento de esta política conforme en lo dispuesto en la Ley del Sistema Anticorrupción del Estado de Puebla.

Objetivos de la política

Objetivo general

Establecer las bases que guiarán la difusión y comunicación del SEA, con el objetivo de contar con los criterios y marcos de actuación a partir de los cuales se fortalecerá la relación del SEA con el público interesado y la sociedad en general.

Objetivos específicos

- a) Consolidar la imagen del SEA como un espacio de coordinación entre las instituciones competentes en materia anticorrupción del estado de Puebla.
- b) Comunicar de forma oportuna, clara, veraz y transparente las atribuciones, actividades y el quehacer del SEA, así como de los integrantes.
- c) Afianzar en la sociedad una percepción positiva del SEA y generar confianza en las instituciones que lo conforman, informando su contribución en el combate a la corrupción en el estado.
- d) Difundir información relevante y de utilidad para la ciudadanía, personas servidoras públicas, entes públicos e integrantes del SEA.
- e) Estandarizar la imagen institucional del SEA, con el objetivo de que todo mensaje anticorrupción sea difundido por todos los entes que lo integran.

Alineación de la política de comunicación

Alineación a la Política Nacional Anticorrupción

Eje 4. Involucrar a la sociedad y el sector privado

Prioridad 35. Fortalecer el papel de los Comités de Participación Ciudadana (CPC) en los procesos de comunicación y promoción de la cultura de la integridad y el combate a la corrupción, con especial énfasis en los sectores social y empresarial.

Prioridad 39. Homologar criterios a escala nacional para la realización de campañas de comunicación sobre la corrupción, sus costos, implicaciones y elementos disponibles para su combate.

Alineación a la Política Estatal Anticorrupción (PEAPUEBLA)

Eje 5. Prevenir la corrupción a través de la promoción de la cultura de la legalidad y la integridad.

- **Prioridad 44:** Fortalecer el papel de la sociedad civil organizada en los procesos de comunicación y promoción de la cultura de la integridad y el combate a la corrupción, con especial énfasis en los sectores social y empresarial.
 - ▶ **Estrategia 44.1:** Generar esquemas de colaboración para promover la cultura de la integridad en el sector social y público.

- ▶ **Línea de acción 44.1.1:** Promover la cultura de la integridad y la legalidad y el combate a la corrupción mediante espacios de interlocución con la sociedad civil organizada y el sector empresarial que actúan en el sector educativo.
- **Prioridad 48:** Homologar criterios a escala estatal para la realización de campañas de comunicación sobre la corrupción, sus costos, implicaciones y elementos disponibles para su combate; así como fomentar la socialización y adopción de valores relevantes en la sociedad y el sector privado para el control de la corrupción.
 - ▶ **Estrategia 48.1:** Establecer una agenda de comunicación por la integridad en los medios públicos.
 - ▶ **Línea de acción 48.1.1:** Desarrollar los criterios de las campañas de comunicación sobre la cultura de la legalidad y de la integridad, la corrupción, sus costos, implicaciones y elementos disponibles para su combate.
 - ▶ **Línea de acción 48.1.2:** impulsar el desarrollo de espacios de diálogo y contenido para la cultura de la legalidad y de la integridad en medios públicos.
 - ▶ **Línea de acción 48.1.3:** promoción de seminarios sobre periodismo de investigación vinculados a la anticorrupción.
 - ▶ **Estrategia 48.2:** establecer un mecanismo coordinado para los espacios de encuentro, diálogo y participación en las acciones de comunicación anticorrupción.
 - ▶ **Línea de acción 48.2.1:** crear espacios de colaboración a partir de medios de comunicación públicos para la difusión de acciones anticorrupción.
 - ▶ **Línea de acción 48.2.2:** establecer los criterios y bases generales para los mecanismos de participación, diálogo y participación en las acciones de comunicación anticorrupción.

Principios y restricciones de la Política de Comunicación

Las labores de comunicación del SEA se encuentran sustentadas en principios rectores que guiarán la elaboración, desarrollo y publicación de toda información que, por cualquier razón, deba hacerse de conocimiento público, dentro y fuera del SEA, dichos principios son los siguientes:

1. **Claridad y coherencia.** Los mensajes deben ser claros y fácilmente comprensibles para el público objetivo; así mismo, deben estar alineados y tener una relación lógica con los valores y objetivos del SEA, con el fin de la campaña de comunicación y con la población objetivo. Deben transmitir un mensaje claro y unificado sobre la posición del SEA.
2. **Credibilidad y veracidad de la información.** Los mensajes por parte del SEA deben tener sentido de la realidad y estar respaldados por acciones concretas que demuestren su quehacer en cuanto a la prevención y lucha contra la corrupción, cultura de la integridad, rendición de cuentas, transparencia, fiscalización y control de los recursos públicos.
3. **Eficacia y eficiencia.** El contenido debe estar definido y se desarrollarán estrategias y medios que aseguren que el mensaje llegue al público objetivo y a todas las audiencias relevantes, buscando siempre la optimización de recursos.
4. **Igualdad y no discriminación.** El contenido debe ser inclusivo y promover la igualdad entre mujeres y hombres, la erradicación de roles y estereotipos de género, mediante comunicación con perspectiva de género, incluyente y plural; de igual manera, debe contribuir a la eliminación de cualquier forma de discriminación motivada por el origen étnico, nacionalidad, género, edad, discapacidad, condición social, salud, religión, opinión, preferencia sexual, estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas.

5. **Objetividad e imparcialidad.** Los mensajes del SEA deberán tener congruencia con los principios de igualdad y no discriminación, eficiencia y eficacia, así como de respeto al pluralismo, la diversidad de opiniones y la libertad de expresión.

Así mismo, no se podrán difundir mensajes o campañas que incluyan o promuevan el siguiente contenido:

1. Información que destaque de manera personalizada nombres, imágenes, voces o símbolos de cualquier servidor público, con excepción de lo dispuesto en el artículo 14 de la Ley Federal de Comunicación Social.
2. Mensajes discriminatorios, sexistas o excluyentes, contrarios a los principios de esta Política, la vida privada y los derechos constitucionales.
3. Incitación de forma directa o indirecta al odio, la violencia, la provocación o fomento de un delito o perturbación del orden público.
4. Que refleje el apoyo mediante símbolos, ideas, expresiones, o imágenes a cualquier organización política o social.

Comunicación institucional

La comunicación institucional engloba las actividades orientadas al desarrollo de la comunicación en términos de imagen y mensajes al interior y al exterior de las oficinas de los miembros del SEA.

A través de los medios oficiales de comunicación de los entes públicos que integran el SEA, se difundirán los mensajes y contenidos contemplados en el Plan Anual de Comunicación del SEA.

Dichos medios deberán considerar el lenguaje incluyente² con el objetivo de eliminar cualquier barrera en la comunicación.

Por su carácter y población objetivo se contará con medios de comunicación interna y externa.

De la comunicación interna

La comunicación interna tendrá el propósito de difundir y comunicar los mensajes, acciones, eventos, foros, cursos, concursos, programas y campañas a todas las personas servidoras públicas que laboran en los entes que integran el Sistema Estatal Anticorrupción, con el propósito de que se mantengan informados del quehacer del SEA y de los entes que lo integran en materia de cultura de la integridad en el servicio público, rendición de cuentas, transparencia, anticorrupción, entre otras.

Se consideran medios oficiales internos, los siguientes:

- **Correo electrónico institucional:** los correos oficiales proporcionados por la propia institución para la recepción y envío de información de carácter oficial.
- **Pizarra informativa:** pizarrón donde se colocará información de carácter social con temas anti-corrupción. Dicha pizarra deberá de estar en un espacio público y de fácil acceso para cualquier servidor público.
- **Otros:** medios que cada uno de los integrantes del CCE contemple.

2 Para consultar la Guía de Lenguaje Incluyente para la Administración Pública del Estado de Puebla se puede visitar el siguiente enlace: <https://www.concytep.gob.mx/wp-content/uploads/2021/11/Guia-de-Lenguaje-Incluyente-para-la-Administracion-Publica-del-Estado-de-Puebla-2-1.pdf>

De la comunicación externa.

Tiene el propósito de difundir información a la ciudadanía y entes públicos fuera del Sistema Estatal Anticorrupción sobre los mensajes, acciones, campañas y programas, así como el quehacer del SEA y de sus integrantes.

Se consideran canales externos:

- **Comunicados de prensa:** es un mensaje escrito que difunde información de interés a los medios de comunicación con el objetivo de hacer visible una noticia o logro del SEA.
- **Boletines digitales:** a diferencia de los comunicados de prensa, serán boletines informativos que se colocan en las páginas digitales oficiales de los integrantes del CCE.
- **Página web:** la página de internet para la difusión será la del Sistema Estatal Anticorrupción (<https://seapuebla.org.mx/>), así como las páginas oficiales de cada ente público con representación en el CCE.
- **Revista #PueblaSinCorrupción:** a través de esta se difundirán noticias, artículos, reseñas e información estadística de carácter informativo y con valor cultural y académico en torno al problema de la corrupción.
- **Redes sociales:** cada miembro del CCE utilizará sus redes sociales oficiales para difundir la información y contenidos considerados por el SEA en su Plan Anual o campañas de comunicación. Dichas redes sociales pueden ser las siguientes:
 - Facebook
 - Twitter
 - Instagram
 - TikTok
 - Alguna otra que se agregue
- **Pagados** (cuando apliquen): medios de comunicación local como radio, televisión y prensa, carteles y folletos dirigidos a la audiencia externa, tiempos oficiales en radio y televisión nacionales, cuando se disponga de ellos.

De los criterios de los contenidos:

Los temas publicados serán sobre la transparencia, el acceso a la información, el gobierno abierto, la participación ciudadana, la prevención, detección, control, sanción y disuasión de actos de corrupción, así como cualquier otro tema relacionado con la anticorrupción. De igual manera, se contemplarán los siguientes criterios:

- Generar contenidos de calidad y con información actualizada.
- Publicar material completo.
- Cuidar la calidad de gráficos, videos, imágenes y fotografías, entre otros.
- Dentro de la estrategia de comunicación en redes sociales, incluir *hashtag* y frases previamente acordadas en el Plan Anual o Campañas de comunicación propias del SEA.
- En el caso de medios visuales, siempre deberá incluirse el logotipo del Sistema Estatal Anticorrupción, acompañado de la frase previamente acordada en el Plan Anual o Campañas de comunicación propias del SEA.

En todos los casos, se cuidarán y respetarán los lineamientos establecidos en el manual de imagen institucional del Sistema Estatal Anticorrupción, así como en los principios de esta Política.

Estrategia de comunicación

Una de las principales formas de medir la corrupción es la percepción de las personas con respecto al fenómeno, por lo que resulta clave que la ciudadanía cuente con información veraz y oportuna acerca de este fenómeno. Con el fin de difundir información relevante relacionada con el Sistema Estatal Anticorrupción, así como actividades afines a su misión y visión, se elaboran diversas estrategias de comunicación para explicar y transmitir a la sociedad y personas servidoras públicas de manera más sencilla conceptos relacionados con la corrupción, cultura de la integridad, instrumentos de política pública como la PEAPUEBLA, así como el quehacer de las instituciones y principales logros como integrantes del SEA, esto con el objetivo de hacer conciencia sobre el combate a la corrupción y brindar herramientas a la ciudadanía para participar y convertirse en aliada en la lucha anticorrupción.

Para lograrlo, es necesario el desarrollo de un Plan Anual de Comunicación del Sistema Estatal Anticorrupción (Plan Anual de Comunicación, en adelante), en el cual participarán todos los entes públicos integrantes del SEA y donde la SESEA será la encargada de su integración, coordinación y seguimiento.

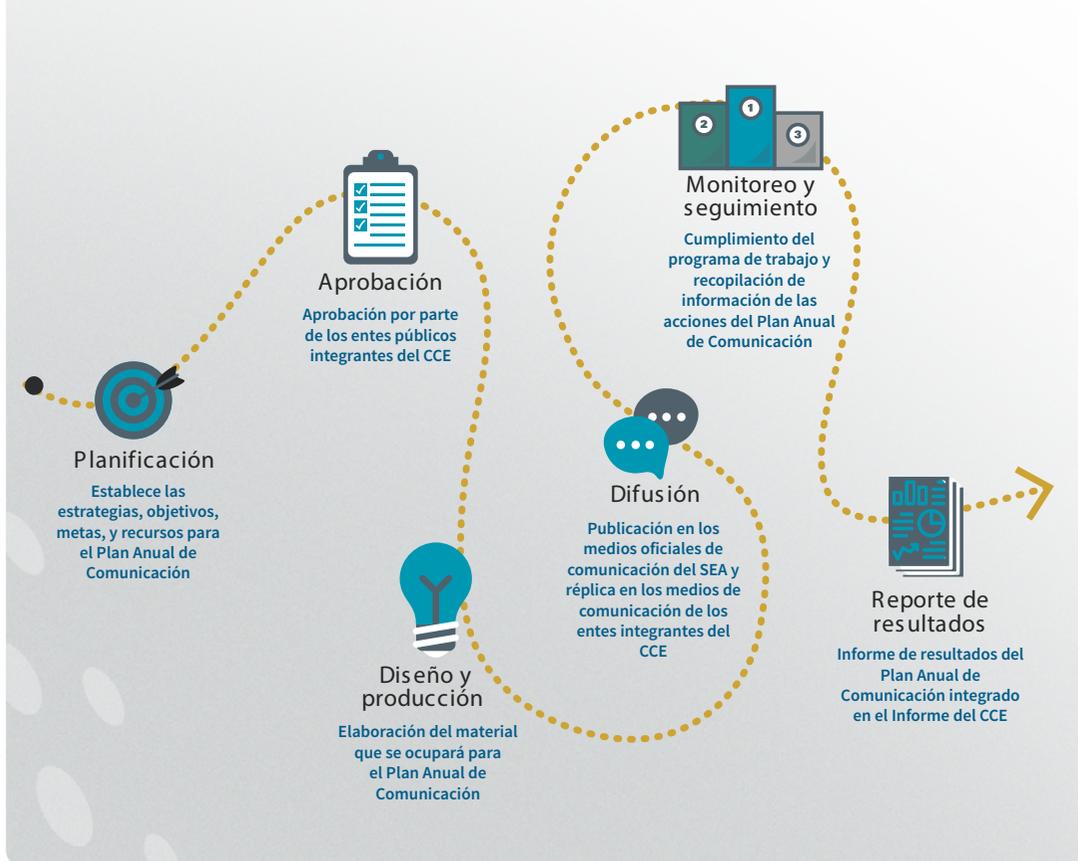
Así mismo, la SESEA solicitará al Comité Coordinador la aprobación del Plan Anual de Comunicación en el cual se incluirán las Estrategias de Comunicación correspondientes a cada ejercicio fiscal, estableciendo con claridad sus metas y acciones principales a lo largo del año.

Los entes públicos que integran el CCE nombrarán un enlace institucional que se coordinará con la SESEA para la integración del Plan Anual de Comunicación, así como el desarrollo, seguimiento y publicación de los contenidos de comunicación derivados del mismo.

Cada uno de los miembros del CCE difundirá las campañas y eventos en materia anticorrupción de otros entes del SEA en sus canales de difusión.

Macroproceso de operación

Plan Anual de Comunicación



Del Plan Anual de Comunicación

La SESEA realizará mesas de trabajo durante el último trimestre del año con los enlaces institucionales del CCE, con la finalidad de integrar el Plan Anual de Comunicación del SEA.

En las mesas de trabajo se desarrollará y definirá lo siguiente:

- **Nombre o tema** de la Estrategia de Comunicación.
- **Objetivo principal**, el cual definirá el rumbo de la Estrategia de Comunicación que se desarrollará.
- **Público objetivo** al que se dirige la Estrategia de Comunicación para alcanzar el objetivo principal.
- **Premisa o argumento principal** que se desea transmitir a la audiencia, enfocada al objetivo principal de la Estrategia de Comunicación.
- **Imagen principal** de la Estrategia de Comunicación.
- **Recursos** para el desarrollo e implementación de la Estrategia de Comunicación.
- **Canales de comunicación** que se utilizarán para transmitir los mensajes al público objetivo.
- **Plan de trabajo** para la Estrategia de Comunicación, el cual incluye plazos de entrega y de publicación, la creación de materiales de comunicación, el desarrollo de eventos y actividades.

La Estrategia de Comunicación del Plan Anual de Comunicación deberá considerar lo siguiente:

- Creatividad, buscar las ideas más innovadoras y actuales de acuerdo al público meta.
- Claridad, expresarse de un modo sencillo, adaptado al público al que se dirige, con un lenguaje de fácil comprensión para el público en general.
- Proximidad, hacer sentir al público parte de la Estrategia de Comunicación.
- Motivar a la acción, crear un cambio en la sociedad.

De las Estrategias de Comunicación de los entes del Comité Coordinador

Adicionalmente, en el Plan Anual de Comunicación del SEA, se incluirán aquellas Estrategias de Comunicación de los entes que conforman el CCE, que contribuyan al objetivo principal del Plan Anual de Comunicación del SEA y deberán contar con los siguientes criterios mínimos:

- Nombre de la estrategia de comunicación
- Objetivo principal
- Alineación con la PEAPUEBLA
- Población objetivo
- Periodo de inicio y vigencia de la estrategia de comunicación
- Medios de difusión

Los entes públicos que cuenten con estrategias de comunicación que cumplan con las características arriba mencionadas deberán remitirlas (vía correo electrónico) al enlace institucional de la Secretaría Ejecutiva a través de su enlace de institucional.

Del enlace institucional de los entes públicos del CCE

Con el objeto de coordinar las acciones de comunicación a implementar, los integrantes del CCE deberán nombrar un enlace institucional de nivel directivo quien será el vínculo con la SESEA.

Dicha persona servidora pública deberá tener contacto con el titular de la institución integrante del CCE, contar con capacidad para tomar decisiones, injerencia o interlocución con todas las unidades administrativas, así como completa disposición para atender los asuntos relacionados a la Política de Comunicación.

Los enlaces institucionales tendrán injerencia y participación en el desarrollo del Plan Anual de Comunicación del SEA y tendrán las siguientes atribuciones y responsabilidades:

1. Contribuir al desarrollo del objetivo y mensaje principal, la planeación de actividades y contenidos, así como el público objetivo al que va dirigido del Plan Anual de Comunicación del SEA.
2. Presentar la Estrategia de Comunicación del ente público que representa (en caso de contar con una), en relación directa con sus propias atribuciones y facultades, que contribuya al logro de las metas y objetivos del Plan Anual de Comunicación.
3. Elaborar y desarrollar materiales de comunicación para transmitir los mensajes clave del Plan Anual de Comunicación como folletos, carteles, videos y publicaciones en redes sociales. Los materiales deben ser claros, atractivos y comprensibles para las audiencias identificadas.
4. Realizar eventos y actividades que permitan a las audiencias conocer al SEA, las Políticas Nacional y Estatal Anticorrupción, procedimientos de denuncia y prevención de la corrupción, transparencia, acceso a la información, entre otros. Los eventos pueden incluir charlas, talleres, seminarios y conferencias, entre otros.
5. Difundir y comunicar en los medios oficiales del ente que representa los mensajes y contenidos aprobados para el Plan Anual de Comunicación del SEA.
6. Brindar información sobre el alcance y los resultados obtenidos de la promoción y difusión de los contenidos derivados del Plan Anual de Comunicación del SEA para ser incluida dentro del informe anual del CCE.
7. Proponer medidas para evaluar el alcance e impacto de la Política de Comunicación, así como para el monitoreo continuo de su implementación. Esto incluye acciones de mejora en función de los resultados obtenidos y las necesidades identificadas.

Del enlace institucional de la Secretaría Ejecutiva del Sistema Estatal Anticorrupción

La Secretaría Ejecutiva contará con un enlace institucional de nivel directivo quien será el vínculo entre los entes públicos con representatividad en el CCE y la Secretaría Ejecutiva.

Dicha persona servidora pública deberá tener línea de mando superior y contacto con la persona titular de la Secretaría Técnica de la SESEA y contar con capacidad para tomar decisiones, injerencia o interlocución con todas las unidades administrativas de la SESEA.

El enlace institucional de la SESEA es responsable de integrar el Plan Anual de Comunicación del SEA y tendrá las siguientes atribuciones:

1. Coordinar la elaboración del proyecto de Plan Anual de Comunicación del SEA con los enlaces Institucionales de los integrantes del CCE.
2. Presentar con la persona titular de la Secretaría Técnica de la SESEA el proyecto final para someterlo a aprobación del CCE, en la primera sesión ordinaria de cada año.
3. Monitorear y dar seguimiento a la implementación de la Política de Comunicación y el Plan Anual de Comunicación del SEA.

4. Apoyar y asesorar, en el ámbito de su competencia, a los enlaces Institucionales en materia de comunicación, imagen institucional, así como contenidos y medios digitales para el correcto desarrollo del Plan Anual de Comunicación del SEA.
5. Monitorear el desarrollo de la Estrategia de Comunicación aprobada en el Plan Anual de Comunicación del SEA, así como los tiempos específicos para su desarrollo.

Comunicación de coyuntura

Alude a las acciones de comunicación que deberá realizar el SEA ante un suceso emergente en su entorno, en el cual se puede ver involucrado.

Esta circunstancia o suceso se clasificará de acuerdo a su grado de emergencia, por lo que se establecen niveles de semaforización en función de su grado de gravedad, como sigue:

Verde (leve). - Incidentes que se encuentran limitados al ámbito local, sin efectos sobre la seguridad, el entorno o la gestión del SEA, pero generan interés por los medios de comunicación, ciudadanía, asociaciones, o entidades locales.

Amarillo (moderado). – Incidentes que se limitan al ámbito local con efectos (no graves) en la seguridad, el entorno o la gestión del SEA y generan interés por los medios de comunicación, ciudadanía, asociaciones, o entidades locales.

Rojo (grave). – Incidentes que pueden suponer grandes consecuencias sobre la seguridad, el entorno y la gestión del SEA superando el ámbito local, convirtiéndolo en asunto de gran interés por los medios de comunicación, ciudadanía, asociaciones, entidades y autoridades nacionales e internacionales.

Los sucesos semaforizados en rojo (grave) pueden considerar riesgos inherentes en el SEA, por lo que es indispensable consolidar directrices para solventar dichas situaciones y sean dirigidas de forma adecuada a través de una gestión de crisis para asumir y ejecutar de manera rápida, eficiente y efectiva, acciones de prevención, reducción y contingencia sobre las posibles consecuencias de este suceso.

Gestión de crisis

Se considera crisis a un factor que modifique de manera importante el desarrollo diario de las actividades del SEA, riesgo de opinión pública que afecte la imagen o que pueden tener repercusiones legales. Pueden ser de carácter interno o externo.

La gestión de crisis pretende evitar los daños que puedan surgir de una situación adversa y anticipar soluciones.

Es indispensable para la atención de crisis designar un comité para la elaboración e implementación de mecanismos normativos, para una correcta detección, actuación y seguimiento a los sucesos considerados como crisis por el SEA.

Comité de crisis

Se integra por los titulares de los entes públicos que integran el CCE del Sistema Estatal Anticorrupción, los cuales tendrán las siguientes atribuciones:

- Identificar probabilidad de ocurrencia y el impacto de la crisis,
- Diseñar, establecer y aprobar los procedimientos para atender una situación de crisis.
- Proveer de los insumos técnicos para establecer la postura institucional.
- Sugerir acciones de mejora a los procedimientos de la gestión de crisis en caso de ser necesario.

Para el caso de las licencias, suplencia o ausencias se seguirá la línea de mando dispuesta por los estatutos orgánicos o reglamentos interiores de las entidades correspondientes que integran el SEA.

De la persona vocera

La persona vocera será la persona titular de la Secretaría Técnica de la Secretaría Ejecutiva del Sistema Estatal Anticorrupción, la cual realizará las siguientes funciones:

- Proporcionar información solicitada por los medios de comunicación, los miembros del CCE u otros interesados sobre el suceso que provocó la crisis.
- Gestionar las relaciones con medios de comunicación y públicos objetivos.
- Comunicar de manera clara la postura institucional frente a la crisis.

Para el caso de las licencias, suplencias o ausencias se seguirá la línea de mando dispuesta por el artículo 34 del Estatuto Orgánico de la SESEA.

Del procedimiento de la gestión de crisis

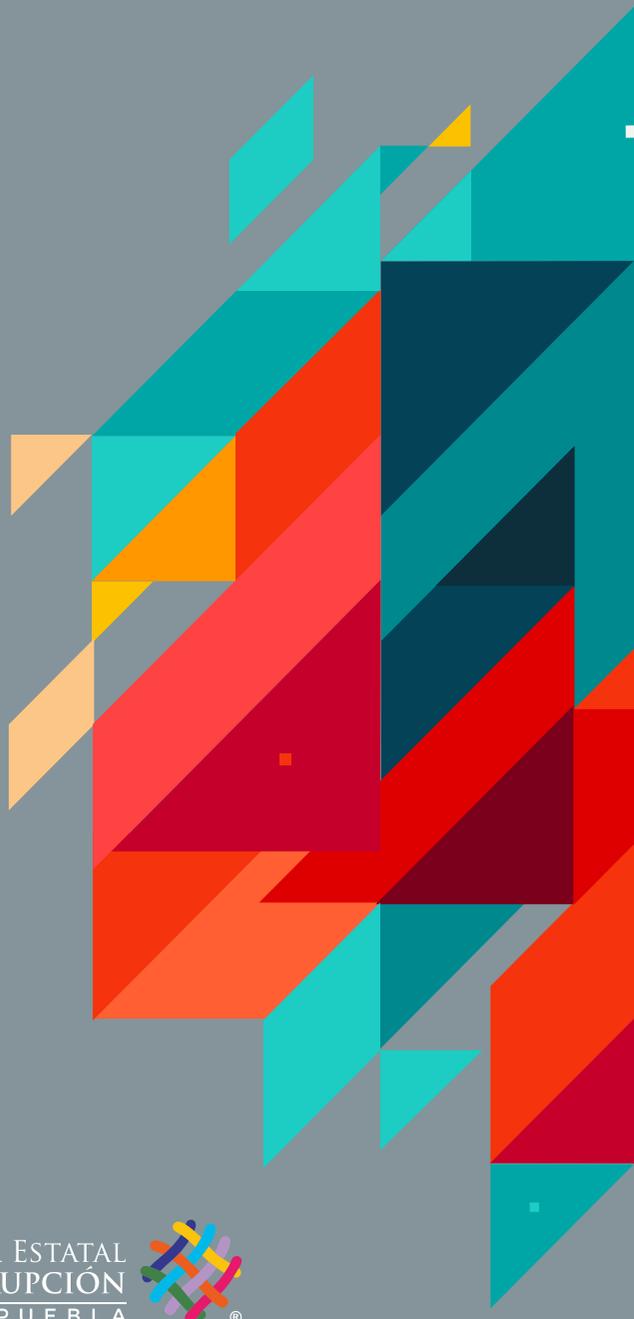
No	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	CRITERIO DE VALIDACIÓN
1	Identifica el riesgo de ocurrencia de una crisis en medios de comunicación e informa a la persona titular de la Secretaría Técnica de la Secretaría Ejecutiva del Sistema Estatal Anticorrupción	Enlace institucional de la SESEA	Monitoreo de medios Monitoreo de redes sociales
2	Convoca a Comité de Crisis para calificar la probabilidad y el impacto de la crisis	Persona titular de la Secretaría Técnica de la SESEA	Reunión de trabajo
3	<p>Determina la estrategia para gestionar la crisis</p> <p>Prevenir: establecer acciones para evitar la ocurrencia de la crisis</p> <p>Mitigar: establecer acciones para disminuir el impacto de la crisis en términos de credibilidad, económicos e institucionales</p> <p>Aceptar: determinar que, debido a la baja probabilidad de ocurrencia, se mantenga solo el monitoreo de la probable crisis</p> <p>Rechazar: compartir los efectos de la crisis con fuentes externas</p>	Comité de Crisis	Documentos internos del SEA
4	Determina el público, el mensaje y los medios por los que se establecerá la postura institucional frente a la crisis	Comité de Crisis	Documentos internos del SEA
5	Emite postura institucional frente a la crisis	Titular de la SESEA	Boletín, rueda de prensa, posicionamiento, réplica en medios de comunicación, publicación en medios de comunicación o en redes sociales
6	Realiza seguimiento al desarrollo de la crisis	Comité de Crisis	Informe de monitoreo de medios y monitoreo de redes sociales

Este procedimiento podrá ser modificado para su actualización o mejora, a solicitud del Comité de crisis.

Del informe anual del Plan de Comunicación

La presentación de los resultados obtenidos de la implementación de la Política de Comunicación, a través del Plan Anual de Comunicación, se incluirá en el Informe Anual del CCE.

Dicho informe servirá como insumo para medir el alcance e impacto de la Política de Comunicación del SEA, la cual podrá ser sujeta a acciones de mejora o actualización, en caso de ser necesario, a solicitud expresa del CCE después de la presentación de los resultados.



SISTEMA ESTATAL
ANTICORRUPCIÓN
PUEBLA



**Política de Comunicación del Sistema Estatal
Anticorrupción del Estado de Puebla**