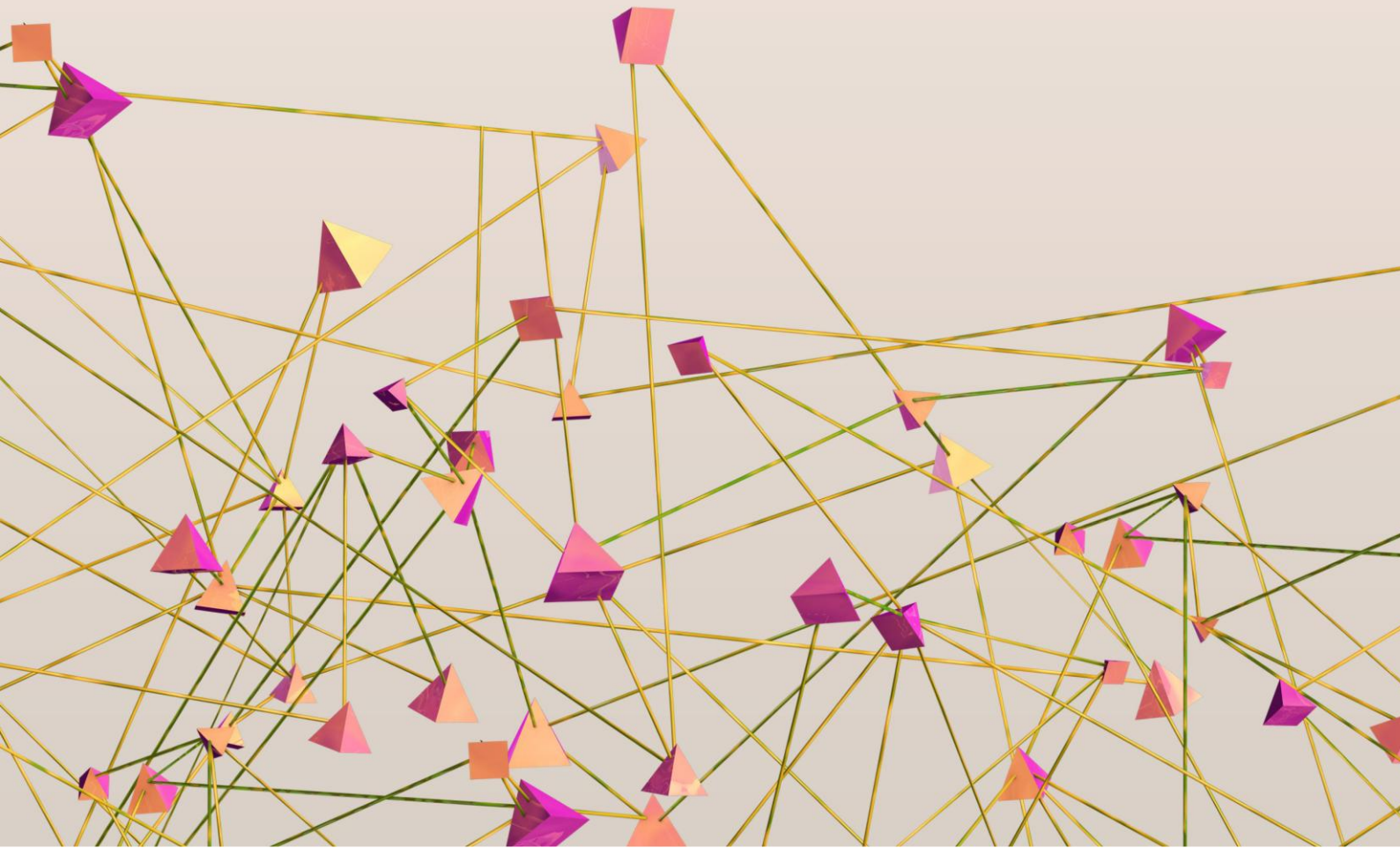




PLAN ANUAL 2026 DE COMUNICACIÓN



PLAN ANUAL DE COMUNICACIÓN DEL SISTEMA ESTATAL ANTICORRUPCIÓN 2026

1. PRESENTACIÓN

El fortalecimiento del Sistema Estatal Anticorrupción del Estado de Puebla ha evidenciado que la efectividad de la política pública anticorrupción no depende exclusivamente del diseño normativo ni de la operación de mecanismos de control, fiscalización y sanción, sino de la capacidad institucional para articular coherentemente la planeación, la implementación, la evaluación y la comunicación. En este sentido, la comunicación institucional deja de concebirse como una función accesoria de difusión para consolidarse como un mecanismo estructural de alineación programática, gobernanza y rendición de cuentas.

El Plan Anual de Comunicación del Sistema Estatal Anticorrupción 2026 (PAC 2026) se formula como resultado de la evolución de los instrumentos de planeación del Sistema y de la consolidación de una arquitectura de política pública orientada a resultados. Su diseño se sustenta en la maduración progresiva de la Política Estatal Anticorrupción (PEAPUEBLA), el Programa Especial Anticorrupción, el Modelo de Seguimiento y Evaluación (MOSE) y el Programa de Trabajo Anual 2026 (PTA 2026), los cuales han permitido transitar de enfoques predominantemente declarativos a esquemas operativos con objetivos definidos, proyectos estratégicos identificables y productos verificables.

En este contexto, la comunicación estratégica anticorrupción se concibe como una función transversal de la política pública, orientada a reducir asimetrías de información, traducir complejidad técnica, fortalecer la coherencia interinstitucional y generar condiciones para la apropiación social de la política anticorrupción. Su propósito no es amplificar mensajes, sino ordenar el sentido público de la acción gubernamental, alineando narrativas, actores y expectativas con los objetivos y resultados del Sistema.

A diferencia de ejercicios previos, el PAC 2026 incorpora de manera explícita un enfoque de articulación directa entre comunicación y planeación programática, estructurando la estrategia comunicacional en correspondencia con los proyectos estratégicos del Programa de Trabajo Anual 2026. Este enfoque parte del principio de que la comunicación efectiva no puede diseñarse de forma paralela o independiente a la lógica de intervención de la política pública, sino que debe derivarse de sus objetivos específicos, líneas de acción, productos y resultados esperados.

La estructuración del PAC 2026 por ejes vinculados a proyectos del PTA 2026 responde a una lógica de coherencia vertical y horizontal: vertical, al alinear la comunicación con los instrumentos rectores de la política anticorrupción; y horizontal, al facilitar la coordinación entre los integrantes del Sistema Estatal Anticorrupción mediante marcos narrativos compartidos, mensajes consistentes y productos comunicacionales interoperables. De esta forma, la comunicación

opera como un dispositivo de integración del Sistema, y no únicamente como un canal de visibilización.

Desde una perspectiva de comunicación política institucional, el PAC 2026 asume que la legitimidad del combate a la corrupción se construye a partir de la demostración pública de resultados, la explicación de procesos, la visibilización de mecanismos de evaluación y la generación de evidencia comprensible para públicos no especializados. En consecuencia, la estrategia comunicacional prioriza enfoques pedagógicos, preventivos y de rendición de cuentas, desplazando narrativas punitivas o declarativas que no generan cambios sostenidos en la percepción ni en el comportamiento social.

Asimismo, el PAC 2026 se integra como un componente funcional del ciclo de política pública del Sistema Estatal Anticorrupción, al vincularse de manera directa con los procesos de seguimiento y evaluación derivados del MOSE y de instrumentos como la Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental (ENCIG) y la Encuesta Ciudadana sobre la Percepción de la Corrupción en Puebla (ENCIPC). Esta vinculación permite que la comunicación no solo difunda resultados, sino que retroalimente la planeación y ajuste de las intervenciones a partir de evidencia empírica y percepción ciudadana.

En síntesis, el Plan Anual de Comunicación 2026 consolida un enfoque en el que la comunicación estratégica anticorrupción opera como infraestructura institucional de gobernanza, alineada a los proyectos del PTA 2026 y orientada a fortalecer la coherencia del Sistema, la comprensión pública de la política anticorrupción y la construcción de confianza institucional basada en resultados verificables. Más que un instrumento operativo de difusión, el PAC 2026 constituye una herramienta de política pública, integrada al proceso de planeación estratégica del Sistema Estatal Anticorrupción del Estado de Puebla.

2. MARCO NORMATIVO Y DE REFERENCIA

El presente Plan Anual de Comunicación se fundamenta y alinea con el siguiente marco jurídico e institucional, que establece los principios, límites y directrices para la comunicación social en el ámbito público.

Normativa Federal de Comunicación Social

- **Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.**
 - **Artículo 134, párrafo octavo:** Establece que la propaganda de los entes públicos debe tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. **Queda prohibida** la inclusión de nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de servidores públicos.
- **Ley General de Comunicación Social.**
 - **Artículo 3:** Designa como sujetos obligados a todos los Poderes públicos, órganos autónomos, dependencias y entidades de la administración pública de los tres órdenes de gobierno.
 - **Artículo 5:** Define los **principios rectores** que deben observar los Entes Públicos en el ejercicio del gasto en comunicación social:
 - Eficacia, eficiencia, economía y racionalidad presupuestaria.
 - Transparencia y máxima publicidad.

- Honradez, objetividad e imparcialidad (especialmente en procesos electorales).
- Institucionalidad, necesidad, congruencia y **veracidad** de la información.
- **Artículo 8, Fracción I:** Señala que las Campañas de Comunicación Social deben promover la difusión y conocimiento de los valores, principios y derechos constitucionales.
- **Artículo 9:** Prohíbe las campañas cuyos contenidos:
 - Destaquen de manera personalizada a servidores públicos.
 - Sean discriminatorios, sexistas o contrarios a valores constitucionales.
 - Inciten a la violencia o a comportamientos ilícitos.
 - Induzcan a confusión con símbolos de organizaciones políticas o sociales.
- **Artículo 23:** Obliga a los Entes Públicos a elaborar una **estrategia anual de Comunicación Social** para difundir programas, actividades y servicios gubernamentales.

Política Nacional y Marco Estatal Anticorrupción

- **Política Nacional Anticorrupción.**
 - **Prioridad 43:** Establece la necesidad de homologar criterios a escala nacional para las campañas de comunicación sobre la corrupción, sus costos, implicaciones y mecanismos para combatirla.
- **Ley del Sistema Estatal Anticorrupción del Estado de Puebla.**
 - **Artículo 8:** Asigna al **Comité Coordinador Estatal** la responsabilidad de diseñar, promover y evaluar políticas públicas de combate a la corrupción.
 - **Artículo 25:** Establece que la **Secretaría Ejecutiva del Sistema Estatal Anticorrupción (SESEA)** funge como órgano de apoyo técnico del Comité Coordinador.
- **Política de Comunicación del Sistema Estatal Anticorrupción.**
 - Estipula el desarrollo de un **Plan Anual de Comunicación** en el que participen todos los entes integrantes del Sistema Estatal Anticorrupción (SEA).
 - Designa a la **SESEA** como responsable de su integración, coordinación, seguimiento y sometimiento a aprobación ante el Comité Coordinador.

3. OBJETIVO GENERAL DEL PAC 2026

Construir confianza institucional basada en resultados verificables, mediante una comunicación estratégica, pedagógica y participativa que traduzca la política anticorrupción en narrativas comprensibles, socialmente relevantes y territorialmente significativas, alineadas a los proyectos del PTA 2026.

4. EJES ESTRATÉGICOS DE COMUNICACIÓN 2026

Eje 1. Gobernanza, Resultados y Confianza Institucional

Objetivo comunicacional:

Visibilizar la coordinación institucional y la toma de decisiones basada en evidencia.

Narrativa clave:

“La anticorrupción funciona cuando se coordina, se evalúa y se explica.”

Acciones principales:

- Series informativas sobre gobernanza del SEA.
- Visualización pública del ATA y del Informe de Gasto Anticorrupción.
- Difusión pedagógica de resultados de evaluación (MOSE, ENCIPC).

Eje 2. Comunicación Estratégica

Objetivo comunicacional:

Consolidar un ecosistema de comunicación multicanal, coherente y evaluable.

Productos clave:

- Revista / plataforma editorial **#PueblaSinCorrupción**.
- Podcast y formatos de audio “Ecos contra la Corrupción”.
- Contenidos digitales segmentados (redes, micrositios, videos cortos).

Eje 3. Cultura de Integridad y Cambio Social

Objetivo comunicacional:

Promover la integridad como práctica cotidiana y corresponsabilidad social.

Narrativa clave:

“La integridad se aprende, se vive y se comparte.”

Acciones principales:

- Campañas territoriales y comunitarias.
- Testimonios, narrativas personales y experiencias éticas.
- Activación de alianzas con OSC, juventudes y academia.

Eje 4. Aprendizaje, Capacidades y Prevención

Objetivo comunicacional:

Traducir la capacitación y la prevención en mensajes claros y útiles.

Acciones principales:

- Difusión de trayectorias formativas y certificaciones.
- Comunicación de pilotos de simplificación con enfoque anticorrupción.
- Casos prácticos y buenas prácticas replicables.

5. EVENTOS ESTRATÉGICOS 2026

5.1 Mundial Anticorrupción 2026

Rol comunicacional: Campaña marco transversal del año.

Mensajes: Juego limpio, reglas claras, corresponsabilidad.

Públicos prioritarios: Niñez, juventudes, comunidad educativa y deportiva.

5.2 Transparencia 360

Rol comunicacional: Ejercicio pedagógico intensivo de trazabilidad anticorrupción.

Productos:

- Series visuales y narrativas explicativas.

- Contenidos reutilizables para capacitación y redes.

5.3 9D – Conmemoración del día Internacional Contra la Corrupción

Rol comunicacional: Activación cultural, simbólica y territorial.

Formatos:

- Intervenciones artísticas.
- Narrativas testimoniales.
- Feria pública de la integridad.

6. PÚBLICOS PRIORITARIOS

- Ciudadanía en general (segmentada territorialmente).
- Personas servidoras públicas.
- Niñas, niños y juventudes.
- Academia y comunidades educativas.
- Organizaciones de la sociedad civil.
- Medios de comunicación.

7. CANALES Y HERRAMIENTAS

- Plataformas digitales y redes sociales institucionales.
- Publicaciones editoriales y audiovisuales.
- Eventos presenciales y territoriales.
- Radio y medios públicos.
- Repositorio digital compartido del SEA.

8. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

Indicadores clave:

- Alcance y cercanía multicanal.
- Comprensión ciudadana de la política anticorrupción.
- Uso de contenidos pedagógicos.
- Vinculación con resultados a partir del informe del Comité Coordinador del Sistema Estatal Anticorrupción.

Productos de seguimiento:

- Informe anual de comunicación al Comité Coordinador.

9. PRINCIPIOS TRANSVERSALES

- Institucionalidad y neutralidad.
- Lenguaje claro y enfoque pedagógico.
- Inclusión, accesibilidad y perspectiva de derechos.
- Coherencia entre discurso, acción y resultados.
- Evaluación continua y mejora adaptativa.

10. CAMPAÑAS ESPECÍFICAS

10.1 Consejo de la Judicatura Enero-Abril

Estrategia 1

Nombre: Justicia para Todos

Acciones: Difusión de videos y postales digitales en redes sociales del Poder Judicial del Estado.

Tema: Informar sobre servicios y trámites judiciales para prevenir engaños, intermediaciones indebidas y posibles actos de corrupción.

Estrategia 2

Nombre: Campaña de prevención del delito.

Acciones: Difusión de videos en redes sociales del Poder Judicial del Estado con testimonios reales de personas sentenciadas por haber cometido delitos bajo los efectos de sustancias como el alcohol y las drogas.

Tema: Concientizar sobre riesgos de la comisión de delitos asociados a conductas como del consumo de alcohol y drogas y su derivación en procesos penales.

Estrategia 3

Nombre: Campaña de valores institucionales y cultura de la legalidad.

Acciones: Difusión de videos y postales digitales en redes sociales del Poder Judicial del Estado

Tema: Promover valores de legalidad, integridad, imparcialidad y responsabilidad en el servicio público y la sociedad.

10.2 Por una Puebla participativa contra la corrupción (Comité Estatal de Participación Ciudadana) Enero-Noviembre

- **Acciones:**
 - Difundir y fomentar entre los sectores público, privado y social, así como a la ciudadanía en general la función del Comité Estatal de Participación Ciudadana.
- **Temas:**
 - Cultura de la legalidad y cultura de la integridad.
 - Modelo de Integridad, empresas íntegras y el modelo de integridad institucional, ética y valores.
 - Participación ciudadana y fortalecimiento de capacidades y competencias de las personas servidoras públicas para un mejor desempeño institucional.

10.3 Estrategia de difusión para la presentación de la Declaración de Modificación de Situación Patrimonial y de Intereses en la Administración Pública Estatal. (Secretaría Anticorrupción y Buen Gobierno) Febrero-Mayo

- **Acciones:** Promover la presentación oportuna de la Declaración de Situación Patrimonial y de Intereses por parte de las personas servidoras públicas. Ello con la finalidad de fortalecer la transparencia, la rendición de cuentas y el combate a la corrupción.

10.4 Sumando por la Transparencia y la Rendición de Cuentas (Secretaría Anticorrupción y Buen Gobierno) Febrero-Diciembre

- **Acciones:** Generar una serie de insumos gráficos para redes sociales con información sobre el quehacer de Transparencia para Puebla y sus Municipios.

10.5 Promoción de la Bioética Social y el Humanismo mexicano (Secretaría Anticorrupción y Buen Gobierno) Marzo-Diciembre

- **Acciones:** Fomentar la incorporación de la Bioética Social y el Humanismo en el actuar de todas las personas servidoras públicas.

11. GESTIÓN DE CRISIS

La gestión de crisis en materia de comunicación del Sistema Estatal Anticorrupción del Estado de Puebla se regirá conforme a lo establecido en la Política de Comunicación del Sistema Estatal Anticorrupción, privilegiando los principios de institucionalidad, coordinación interinstitucional, oportunidad, veracidad y responsabilidad en el manejo de la información pública.

En este sentido, el Sistema contará con mecanismos de activación de comunicación estratégica ante escenarios de riesgo reputacional, contingencias institucionales o eventos coyunturales de alto impacto público, los cuales podrán implicar la reprogramación, ajuste o suspensión temporal de acciones y productos contemplados en el presente Plan Anual de Comunicación, incluido su calendario de actividades.

La atención de situaciones de crisis comunicacional tendrá como objetivo central preservar la credibilidad institucional del Sistema, garantizar la coherencia de los mensajes públicos y evitar la dispersión de narrativas contradictorias, mediante la coordinación con los enlaces institucionales de comunicación y, en su caso, con las áreas competentes del Comité Coordinador.

12. CRONOGRAMA

Primer semestre

- Justicia Participativa
- Bioética Social y Humanismo mexicano
- Declaración Patrimonial
- Por una Puebla para Todos
- Rally Anticorrupción Regional
- Día Internacional de la Mujer
- Presentación #PueblaSinCorrupción
- Subcomité Especial Anticorrupción del COPLADEP
- Integridad que genera valor
- Muévete con Integridad

- Integridad desde la raíz
- Exposición “Otra Mirada Contra la Corrupción”
- Transparencia 360°
- Presentación de la Plataforma de Indicadores
- Mundial Anticorrupción

Segundo semestre

- Bioética Social y Humanismo mexicano
- Sumando por la Transparencia y Rendición de Cuentas
- Justicia Participativa
- Por una Puebla para Todos

- Muévete con Integridad
- Rally Mundial Anticorrupción
- Ética en primera persona
- Honestidad que genera valor
- Aprendizaje Anticorrupción
- Subcomité Especial Anticorrupción del COPLADEP
- Presentación #PueblaSinCorrupción
- Informe Anual del Comité Coordinador
- Conmemoración del Día Internacional contra la Corrupción (9D).