

**Número: 492**

- **Participa en las Jornadas “Nueva Comunicación de la Administración Pública” organizadas por el Fondo de Cultura Económica**
- **El INE es un ejemplo de la centralidad de la comunicación en la elección: María José Canel**



En 2018 el Instituto Nacional Electoral (INE) enfrentó no sólo la elección más grande y compleja técnicamente, sino también el mayor reto comunicacional de la democracia en México en un contexto de desconfianza social, por lo que el éxito de la comunicación institucional se centró en la anticipación, prevención y en la inoculación de los riesgos, afirmó el Consejero Presidente, Lorenzo Córdova Vianello.

Al participar en las jornadas “Nueva Comunicación de la Administración Pública”, organizadas por el Fondo de Cultura Económica (FCE), junto con el Coordinador Nacional de Comunicación Social, Rubén Álvarez Mendiola y el Director Ejecutivo de Capacitación Electoral y Educación Cívica, Roberto Heycher Cardiel, el Consejero Presidente subrayó que el INE no podía organizar la elección más grande de la historia con los mismos parámetros comunicacionales.

“La dinámica de comunicación del proceso electoral obligaba al INE a anticiparse, ante el desafío logístico, operativo y político que suponía la elección presidencial 2018, por lo que tenía que desplegar una vocación pedagógica inédita para explicar procedimientos técnicos de la manera más sencilla, para ir construyendo la confianza de la ciudadanía en la elección y para combatir la desinformación con información”, agregó.

En la mesa: “La Comunicación de la Administración Pública en Tiempos Electorales”, a propósito de la presentación del libro “La Comunicación de la Administración Pública. Para gobernar con la sociedad” de la autora María José Canel, Lorenzo Córdova recalcó que el desafío comunicacional del INE en la elección del 2018 estuvo basado en cuatro ejes estratégicos:

Construir la narrativa de los comicios; asimilar el cambio generacional y de las dinámicas comunicacionales, “tener que explicar el ABC de la elección en los nuevos medios digitales, adecuar el lenguaje y la forma de comunicar para ser empático con gran parte de la población”; combatir las noticias falsas, y aprovechar la estructura territorial del INE el día de la Jornada Electoral.

Ante el director del FCE, José Carreño Carlón, la escritora y experta en comunicación de gobierno y sector público, María José Canel y Claudio Flores Thomas, Vicepresidente y Socio de LEXIA Insights Solutions, Lorenzo Córdova apuntó que de manera paralela, “el INE tomó decisiones jurídicas trascendentales, para mejorar las condiciones del arbitraje electoral y de la equidad en la contienda”.

El éxito de la comunicación institucional del INE en esta elección, “se centró en la anticipación, en la prevención, en la inoculación de los riesgos que la comunicación política puede tener para una autoridad electoral durante un proceso tan complejo y tan grande como el que tuvimos”, afirmó.

***Más de 5 mil contenidos propios***



En su intervención el Coordinador Nacional de Comunicación Social del INE, Rubén Álvarez Mendiola, dijo que la autoridad electoral asumió la comunicación como una función sustantiva para llevar a buen puerto la elección.

Subrayó que el INE entendió la importancia de informar a la ciudadanía para generar confianza en el Proceso Electoral 2017-2018. Los debates, agregó, fueron un claro ejercicio de comunicación que llegó a más de 20 millones de ciudadanos.

“El INE tuvo una relación con cerca de 80 medios de comunicación digitales nativos que verificaron la elección, incluso, generó 5 mil 862 contenidos informativos, para el proceso electoral”, señaló y enfatizó que el lema “voto libre” tuvo un gran significado y permeó entre la ciudadanía.

### ***Fundamental incluir a la sociedad***



El Director Ejecutivo de Capacitación Electoral y Educación Cívica del INE, Roberto Cardiel estableció que el proceso de comunicación en la administración pública es un paso muy importante para incluir a la sociedad en la toma de decisiones públicas.

Subrayó que los retos de la comunicación de la administración pública están permeados por lo que los distintos públicos quieren saber, “no solamente lo que las autoridades quieren decir, sino aquello que la gente necesita saber”.

En suma, dijo, para gobernar con la sociedad, la comunicación es muy importante y así lo hizo el INE durante el pasado proceso electoral, cuando “por primera vez el Instituto Nacional Electoral asumió la labor de comunicación de lo que permanentemente desarrolla, como una labor fundamentalmente sustantiva” y donde la narrativa de la cadena de confianza fue una pieza clave.

Enseguida, Claudio Flores subrayó que gobernar es comunicar y se gobierna comunicando, por lo que reconoció en el INE un ejemplo de la centralidad de la comunicación en la elección, pues se concentró en construir su narrativa, “en hablar por y para el ciudadano”.

En suma afirmó, “tuvimos una autoridad valerosa para atreverse hacer muchas cosas, y entre ellas ponerse como tarea hacer de ésta que fue la elección más grande en la historia de nuestro país, hacerla también la elección mejor comunicada, mejor explicada, la más informada y la más vigilada”.

La investigadora María José Canel coincidió en señalar que el INE es un ejemplo de la centralidad de la comunicación en la elección, “es un caso práctico de la comunicación de la administración pública planteada como yo me atrevo a sugerir en el libro”, puntualizó.

Destacó la importancia de la comunicación de la administración pública para preservar, garantizar y enriquecer la legitimidad de ejercicio, una vez que se llega al poder.

En el proceso electoral 2018, apuntó, estaba retada la legitimidad de origen y ese era el desafío para el INE, pues “es la institución a la que le corresponde garantizar la legitimidad de origen e hizo una demostración de cómo su legitimidad y su supervivencia dependían de la comunicación”.

📄 Comunicados de Prensa, Destacada, Elecciones 2017, Elecciones 2018

< Avanzan a la etapa de entrevista 12 aspirantes a consejerías del OPLE Tlaxcala

> Intervención del Consejero Presidente del Instituto Nacional Electoral, Lorenzo Córdova Vianello, en la mesa: La Comunicación de la Administración Pública en Tiempos Electorales