

PLAN ANUAL DE COMUNICACIÓN 2025

Sistema Estatal
Anticorrupción

PRESENTACIÓN.

El Plan Anual de Comunicación del Sistema Estatal Anticorrupción de Puebla es el documento que regirá el quehacer del Sistema Anticorrupción en materia de comunicación durante el año 2025. De conformidad con lo establecido en la Política de Comunicación del Sistema Estatal Anticorrupción, la Secretaría Ejecutiva ha integrado y dará seguimiento al Plan Anual de Comunicación, apoyada por los enlaces institucionales de los entes públicos que integran el Sistema.

El propósito del Plan Anual de Comunicación es desarrollar y ejecutar la estrategia de comunicación del SEA, así como compilar las estrategias de comunicación desarrolladas por los integrantes del Comité Coordinador para fortalecer la imagen institucional y posicionar al Sistema Estatal Anticorrupción como un referente en el estado de Puebla a través de difusión, lo cual permitirá que la sociedad conozca del quehacer del Sistema, las acciones emprendidas en materia de combate corrupción, la transparencia y la rendición de cuentas.

La estrategia de comunicación del Sistema articula a las siete entidades del Comité Coordinador y es respaldada por la Secretaría Ejecutiva. Se caracteriza por su naturaleza colaborativa, lo que facilitará un mayor alcance de las acciones del presente plan de comunicación. Esto permitirá convertirla en una red de resonancia que aproveche los medios de cada integrante del Sistema. Asimismo, al contar con una figura ciudadana, se añade un componente de credibilidad a las campañas de comunicación, potenciando su impacto y recepción entre el público objetivo.

El presente Plan Anual de Comunicación se centra en una estrategia principal que marca la pauta de las actividades de comunicación del Sistema Estatal Anticorrupción para el año 2025. Esta estrategia incluye criterios fundamentales que definen su dirección. Además, se incorporan las estrategias individuales de los miembros del SEA que contribuyen al logro del objetivo principal del Plan Anual de Comunicación.

MARCO NORMATIVO

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; i) La congruencia, entre el contenido del mensaje, el objetivo de comunicación y la población objetivo, y j) La veracidad de la información que se difunde.

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, y

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.

- **Política de Comunicación del Sistema Estatal Anticorrupción**

Estrategia de comunicación. - 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. Asimismo, 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.

SISTEMA ESTATAL ANTICORRUPCIÓN DEL ESTADO DE PUEBLA

Comité Coordinador del Sistema Estatal Anticorrupción

- Comité Estatal de Participación Ciudadana
- Auditoría Superior del Estado de Puebla
- Fiscalía Especializada en Combate a la Corrupción del Estado de Puebla
- Secretaría Anticorrupción y Buen Gobierno del Estado
- Consejo de la Judicatura del Poder Judicial del Estado de Puebla
- Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales del Estado de Puebla
- Sala Especializada en Materia de Responsabilidades Administrativas del Tribunal de Justicia Administrativa del Poder Judicial del Estado de Puebla

Apoyo Técnico

- Secretaría Ejecutiva del Sistema Estatal Anticorrupción

ESTRATEGIAS GENERALES

ESTRATEGIA 1 CONSOLIDACIÓN DE CANALES DE COMUNICACIÓN

Objetivo General: Reducir la percepción de corrupción en Puebla para diciembre 2025.

Públicos Prioritarios:

- Habitantes mayores de 18 años residentes en zonas urbanas del Estado de Puebla.

1.1 Revista #PueblaSinCorrupción

- **Frecuencia:** 3 ediciones anuales (marzo, agosto, diciembre).
- **Distribución:**
 - 800 ejemplares impresos distribuidos en dependencias gubernamentales, universidades y cámaras empresariales.
 - Versión digital en PDF interactivo con enlaces a plataformas de denuncia.
- **Contenido:**
 - Artículos en materia anticorrupción.
 - Entrevistas a líderes anticorrupción.
 - Infografía de integrantes del CCE.
- **Accesibilidad:** Versión auditiva para personas con discapacidad visual.

1.2 Podcast "Ecos Contra la Corrupción"

- **Formato:** Episodios quincenales de 60 minutos.
- **Plataformas:** Transmisión en vivo por SICOM (radio y redes sociales) + Spotify y YouTube.
- **Temas:**
 - Casos de éxito.
 - Diálogos con expertos y ciudadanos destacados.
 - Análisis de leyes y reformas anticorrupción.
- **Innovación:** Dos episodios especiales en lenguas indígenas (náhuatl y totonaco).

1.3 Redes Sociales

- **Estrategia Digital:**
 - **Contenido Viral:** Videos cortos en TikTok/Reels con testimonios reales.

Ejemplo: "¿Qué harías si ves actos corrupción?" (Simulaciones interactivas).

- **Hashtags Anuales:** #PueblaTransparente, #DenunciaYActúa, #HéroesContraLaCorrupción.
 - **Colaboraciones:** organizaciones locales para amplificar mensajes.
 - Difusión de la Encuesta Ciudadana sobre la Percepción de la Corrupción en Puebla edición (ENCIPC 2025).
 - **Monitoreo:** medir engagement y ajustar estrategias.
-

ESTRATEGIA 2 FOMENTO DE LA CULTURA DE LA INTEGRIDAD

Objetivo General: Reducir la percepción de corrupción en Puebla para diciembre 2025.

Públicos Prioritarios:

- **Ciudadanía en general**

2.1 "Muévete Contra la Corrupción"

- **Acciones Clave:**
 - **Llamado visual a actuar contra la corrupción.**
- **Indicadores:**
 - 500,000 personas alcanzadas.

2.2 "Otra Mirada a la Corrupción"

- **Acciones Clave:**
 - **Concurso Universitario:**
 - Categorías: Cortometrajes, carteles digitales y ensayos.
 - Premios: 1º, 2º y 3er lugar
 - **Talleres Educativos:**
 - sesiones en universidades. **Exposición Itinerante:**
 - Obras ganadoras exhibidas en plazas cívicas.
 - **Indicadores:**
 - 20 obras participantes.
 - 1000 asistentes a exposiciones.
-

ESTRATEGIA 3 CAMPAÑAS DE LOS INTEGRANTES DEL COMITÉ COORDINADOR

3.1 #JusticiaParaTodos Poder Judicial del Estado (Consejo de la Judicatura)

- **Acciones:**
 - **Micrositio Web:** Plataforma con tutoriales sobre mediación y justicia alternativa.
 - **Charlas Comunitarias:** 20 sesiones en colonias marginadas con jueces y mediadores.
 - Promover a través de redes sociales (X, Facebook e Instagram) los servicios que ofrece en Poder Judicial.
- **Temas.**
 - **Defensoría Pública:** Orientación y representación legal.
 - **Centros de Justicia Alternativa:** Resolución de controversias sin necesidad de juicios largos y costosos.
 - **Presentación de Quejas y Denuncias o presuntas faltas administrativas cometidas por servidores judiciales:** El objetivo es fortalecer la transparencia y confianza en el Poder Judicial.
 - **Dirección de Derechos Humanos y Género:** Servicios especializados de CECOFAM, funcionamiento y beneficios del Programa 24/7 y como parte del derecho al acceso a la justicia, promover el servicio gratuito de personas hablantes de lenguas indígenas.
- **Aliados:** Organizaciones civiles y líderes sociales.

3.2 "Sabías Qué" (Instituto de Transparencia)

- **Acciones:**
 - Fomentar el conocimiento ciudadano y su participación activa en los temas de transparencia, rendición de cuentas.
 - Difusión en Redes Sociales, Correos masivos, mediante la creación de diseños, infografías, banners y aplicativos.
 - Un video corto mensual a través de cual se expliquen las ilustraciones de infografía con datos y estadísticas (30 a 60 segundos).
 - Una capacitación mensual a Sujetos Obligados en materia de ética y rendición de cuentas.

3.3 Publicaciones Cruzadas en Redes Sociales (Secretaría Anticorrupción y Buen Gobierno).

- **Acciones:**
 - Publicaciones cruzadas en redes sociales, donde todos los entes integrantes del Comité Coordinador replicarán un tema específico a fin de lograr un mayor alcance e impacto.
 - **Temas de la Secretaría Anticorrupción y Buen Gobierno.**
 - Declaración patrimonial
 - Principios y valores éticos
 - Quejas y denuncias
 - Sistema Estatal Anticorrupción
 - Igualdad sustantiva

3.4 Más integridad, menos corrupción (CEPC)

- **Acciones:**
 - Promover y fortalecer los valores de honestidad, transparencia, responsabilidad y justicia en la comunidad estudiantil de nivel medio y superior, y ciudadanía en general.
 - Producción de carteles independientes.
 - Concurso de carteles con premiación a carteles ganadores.
 - Para ampliar su difusión se instalarán exposiciones de los mejores carteles en instituciones educativas, oficina de atención al público en general y publicaciones en redes sociales.
 - Promoción de una cultura ética, íntegra e inclusiva con vocación de servicio, dirigida a la ciudadanía y a los servidores públicos en medios tradicionales y digitales.
 - Difusión mediante radio y televisión del CEPC, sus funciones y la importancia de la cultura de la legalidad, y la no corrupción.

4. COLABORACIÓN INTERINSTITUCIONAL

- **Comité de Comunicación:**
 - Reuniones bimestrales para alinear mensajes y compartir recursos.
 - Repositorio digital con bancos de imágenes, plantillas y estadísticas.
- **Campañas Cruzadas:**
 - Establecimiento de un mecanismo para la comunicación de los mensajes a difundir mediante las redes sociales

5. EVALUACIÓN Y MONITOREO

- **Herramientas:**

- **Dashboard Digital:** Métricas en tiempo real (alcance, engagement).
- **Indicadores Clave:**
 - 5% de incremento en el conocimiento del SEA.
- **Informe Anual:** Presentado al Comité Coordinador.

6. INCLUSIÓN Y ACCESIBILIDAD

- **Materiales Inclusivos:**
 - Subtítulos y lenguaje de señas en videos estratégicos.
- **Enfoque de igualdad:**
 - Spots de radio en emisoras locales del Sistema de Información y Comunicación del Estado (SICOM) con mensajes anticorrupción.

7. GESTIÓN DE CRISIS

- De conformidad con la Política de Comunicación del Sistema Estatal Anticorrupción del Estado de Puebla.

8. ANEXOS

1. **Calendario Anual:**
 - **Mayo-Junio:** Lanzamiento de "Muévete Contra la Corrupción".
 - **Agosto-Octubre:** Concurso universitario y talleres.
 - **Octubre-Diciembre:** Exposiciones itinerantes.
 - **Octubre-Diciembre:** Evaluación e informe final.
2. **Plantillas de Contenido:**
 - Guion estándar para podcast.
 - Diseños pre aprobados para redes sociales.
 - Diseño de plantillas comunes de comunicación en el Sistema Estatal Anticorrupción
3. **Directorio de Enlaces Institucionales:** Contactos de comunicación de cada ente.