El Sol de Toluca



Karina Vaquera

Falla la comunicación social del IEEM

Conectar con la ciudadanía debería ser una característica permanente de los institutos electorales, pues estos órganos nacieron de la necesidad de ciudadanizar la organización de las elecciones; sin embargo, debemos reconocer que la distancia con la población suele aumentar.

Hoy las convocatorias que lanza el Instituto Electoral del Estado de México (IEEM) no encuentran el eco esperado, por ejemplo, la que emitimos para contratar a 150 personas que harán el monitoreo de propaganda electoral, de partidos políticos y gubernamental en medios alternos.

El registro para los y las aspirantes fue del 14 al 21 de noviembre. El total de participantes ascendió a mil 180, entre prerregistros pendientes y registros finalizados. Cifra que resulta menor a la luz de la dimensión del Estado de México, pues la lista nominal mexiquense asciende a 13 millones 377 mil 608 ciudadanos y ciudadanas.

En la estadística por municipio, en 96 de las 125 localidades mexiquenses se apuntaron menos de 10 ciudadanos o ciudadanas para ser monitoristas de propaganda electoral.

Destacan 11 municipios donde la convocatoria del IEEM no llegó o no despertó interés, ya que el registro se quedó en ceros, los cuales fueron Almoloya del Río, Santa Cruz Atizapán, Chapultepec, Ixtapan del Oro, Juchitepec, Malinalco, Otzoloapan, Temascalcingo, Texcaltitlán, Zacazonapan, y San José del Rincón.

Los monitoristas que finalmente sean contratados deben realizar su trabajo, de manera preferente, en el distrito que corresponda a su domicilio y su actividad se considera otra forma de participación ciudadana, pues serán los ojos del IEEM para garantizar una cobertura en todas las regiones del estado. Ellos y ellas recorrerán las distintas vialidades y calles de la entidad para detectar propaganda en espectaculares, bardas, transporte público y en salas de cine, ente otros sitios.

Ante estos datos debemos ser autocríticos sobre las causas, entre las cuales a nivel macro estarían las recientes controversias en las cuales se ha involucrado el INE, sin embargo, también debemos advertir que una falla puede estar en nuestra estrategia de comunicación social para conectar y estar con la ciudadanía.

Hoy en día, las distintas áreas del instituto electoral están realizando sus tareas para la organización de los comicios del 6 de junio, cuando se elegirán a los 125 ayuntamientos y 75 diputaciones locales, por lo cual se requiere de una mayor asertividad y creatividad del área de comunicación social para traducir todas estas acciones en estrategias, contenidos y mensajes que logren impactar de manera positiva en la ciudadanía.

Incrementar la confianza de la ciudadanía hacia los institutos electorales es trabajo de todos y todas quienes integramos un órgano electoral, pero mantener la conexión con la sociedad es obligación permanente de nuestras áreas de comunicación social.

Consejera del IEEM
Mail: karina.vaquera@ieem.org.mx