
REGLAMENTO DE LAS DIRECCIONES DE COMUNICACIÓN NACIONAL Y ESTATALES DEL PARTIDO DE LA REVOLUCIÓN DEMOCRÁTICA

TÍTULO PRIMERO DISPOSICIONES GENERALES

Capítulo Único Objeto y definiciones

Artículo 1. Las disposiciones del presente Reglamento son de observancia obligatoria para todas las personas afiliadas al Partido de la Revolución Democrática, así como para todas las Direcciones de Comunicación del Partido Nacional y Estatales, sus órganos e instancias.

Artículo 2. El presente Reglamento tiene por objeto regular la organización, estructura orgánica y funcionamiento de las Direcciones de Comunicación del Partido Nacional y Estatales del Partido, acordes a las funciones y actividades que le son conferidas en el Título Noveno, Capítulo III del Estatuto del Partido de la Revolución Democrática, sin perjuicio de cualesquiera otras que le sean asignadas por dicho Estatuto.

Artículo 3. Para los efectos del presente Reglamento, se entiende por:

Comunicación: actividades de información, difusión y propaganda que fortalecen el mensaje ideológico, político, parlamentario y de gobierno del Partido de la Revolución Democrática.

Comunicación institucional: Construye y mantiene la comunicación del Partido entre los públicos externos en términos de posicionar nuestras propuestas.

Comunicación orgánica: Establece sinergia entre los públicos internos del Partido en términos de difusión de los objetivos estratégicos del instituto, con miras a armonizar sus acciones comunicativas.

Comunicación política: Espacio legítimo en el que tres actores –clase política, medios de comunicación y opinión pública-, intercambian discursos contradictorios sobre política. Es el tipo de comunicación destinada a influir en el proceso de construcción de la agenda pública nacional. A través de esta herramienta posicionamos nuestra agenda institucional política y electoralmente. Tiene por objeto convencer a un público objetivo sobre la importancia de las decisiones adoptadas por el Partido para así consolidar su

posición de autoridad e influir en la toma de decisiones tanto de la agenda pública nacional, como en la definición de políticas públicas en México.

Este tipo de comunicación implementa técnicas persuasivas e informativas que permiten lograr los objetivos del Partido, e implica la producción discursiva que mantiene una coherencia interna con la narrativa propuesta por la planeación estratégica.

Para la elaboración de sus productos comunicacionales, integra el uso de técnicas de investigación de las audiencias y de herramientas de mercadotecnia política estableciendo claramente cuál es la lexis de comunicación, entendiendo ésta como un enunciado básico que expresa brevemente la promesa básica del Partido, para la producción de mensajes, identidad gráfica, impresos, discursos, spots, etc.

Convocatorias: Invitaciones tanto a eventos (conferencias, talleres, homenajes, etc.) como a procesos institucionales del Partido (consejos nacionales y estatales, afiliación, etc.)

Documentos Básicos: Declaración de Principios, Programa, Estatuto, Línea Política y Reglamentos del Partido.

Estrategia: Lineamientos de acción para lograr los objetivos planteados, señala los elementos a considerar para consolidar la identidad e imagen para la proyección del Partido.

Manual de Organización: Es el documento que contiene la información sobre las atribuciones, funciones y estructura de las áreas que integran la Dirección de Comunicación, los niveles jerárquicos y sus grados de autoridad y responsabilidad.

Manual de Procedimientos: Es el documento que en forma metódica y sistemática señala los pasos y operaciones que deben seguirse para la realización de las funciones de la Dirección de Comunicación, tomando en cuenta las diferentes áreas que intervienen, precisando su responsabilidad y participación, así como los formularios, autorizaciones o documentos a utilizar para la elaboración de contenidos comunicacionales.

Página web: Es un documento electrónico o herramienta electrónica capaz de contener texto, sonido, vídeo, programas, enlaces, imágenes y muchas otras cosas, y que puede ser accedida mediante un navegador web, la cual contiene información digital del Partido que forma parte de un sitio web.

Planeación estratégica: Herramienta de análisis necesaria para la implementación de nuestro diagnóstico, así como para la previsión de escenarios lo que dará pauta a la organización de tareas y definición de estrategias que cada plataforma de comunicación utilizará a partir del análisis de los segmentos específicos de los distintos públicos objetivo. El plan estratégico de campaña utilizará herramientas de referenciación, análisis de fuerzas y diagnósticos (FODA), y se implementará mediante tácticas específicas, entendidas como las acciones concretas y tangibles que se ponen en marcha para que la estrategia funcione, definiendo qué acciones van a

realizarse, quién es el responsable de ejecutarlas, cuándo las ejecuta y con qué recursos cuenta.

Gabinete de manejo de crisis: Área de las Direcciones de Comunicación del Partido Nacional y Estatales, que en coordinación con la instancia involucrada en una crisis, realizará un análisis de la validez, severidad, alcance y responsabilidad de la misma, para así establecer el impacto y nivel de afectación en el corto, mediano y largo plazo, para desarrollar escenarios y diseñar una estrategia que permita ejecutar acciones encaminadas a contener y controlar la crisis.

Red Social: Una red social es una estructura social compuesta por un conjunto de usuarios en la plataforma de Internet; (tales como individuos u organizaciones) que están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, amistad, parentesco, etc.). En ellas las personas interactúan a través de perfiles creados por ellos mismos, en los que comparten sus fotos, historias, eventos o pensamientos, en este caso para consolidar la identidad e imagen para la proyección del Partido.

Lexis: Se refiere a la coherencia entre la comunicación y la práctica política del partido a Nivel Nacional y Estatal

Media Training: Entrenamiento en medios de comunicación para que los titulares de los órganos de dirección o liderazgos del partido traten con los medios de comunicación masiva. Media es un entrenamiento específico para desarrollar mejores habilidades a la hora de afrontar a los medios de comunicación de todo tipo. Forma parte del amplio universo de la oratoria contemporánea, y permite tender puentes para amplificar mensajes, clarificar conceptos, intervenir en situaciones de crisis o potenciar la imagen, entre otros aspectos.

Media Coachig: El entrenamiento de voceros ante los medios de comunicación en general. para construir respuestas poderosas y acertadas, acorde a las estrategias de contestación ante una crisis, y con esto maximizar el mensaje que se desea transmitir a la ciudadanía a través de los medios de comunicación masiva.

Artículo 4. La comunicación implementada al interior del Partido fortalecerá los principios de conducta que animan la actuación de las personas afiliadas al mismo, y que se basan en los siguientes valores:

- El respeto a la línea política y programática del Partido.
- La plena libertad de pensamiento de las personas afiliadas al Partido.
- El respeto al pensamiento de los demás integrantes de la sociedad y del Partido.
- La convicción de continuar en la lucha político-electoral y de trabajar en el marco de la Constitución y leyes que de ella emanen.
- El trabajo y esfuerzo político se desarrolla mediante métodos pacíficos y de respeto a los derechos de la ciudadanía.

-
- El rechazo a toda forma de discriminación.
 - La defensa de la igualdad social, jurídica, y por una vida digna para todas y todos los mexicanos.
 - La defensa de una República representativa, democrática, laica y de pleno ejercicio de derechos y obligaciones para todas y todos los mexicanos.
 - La defensa de un Estado de Derecho, democrático y de bienestar para todas y todos.
 - La defensa en la progresividad de los derechos humanos.
 - La lucha contra la corrupción y la impunidad.
 - La defensa de la transparencia.

Artículo 5. La Dirección de Comunicación Nacional o Estatal es un área técnica especializada y profesionalizada en la materia, que conducirá sus acciones en concordancia con la línea programática establecida en los documentos básicos del Partido. Normará su actuación con base en el presente Reglamento, disposiciones legales aplicables, así como en los acuerdos emitidos por la Dirección Nacional del Partido, respetando la planeación estratégica que de ella emane, con la finalidad de implementar recursos informativos persuasivos que influyan en la toma de decisiones de la ciudadanía mexicana.

Diseñará el posicionamiento e imagen del Partido, difundirá los puntos de vista, actividades, posiciones, denuncias, programas, acciones y propuestas del Partido en los ámbitos nacional, estatal y municipal. Esta Dirección también será la responsable de implementar las políticas internas de comunicación institucional para homologar nuestra lexis en todos nuestros órganos directivos, así como de representación legislativa y de gobierno.

TÍTULO SEGUNDO

ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LAS DIRECCIONES DE COMUNICACIÓN NACIONAL Y ESTATALES

Capítulo Primero

Disposiciones generales

Artículo 6. La Dirección de Comunicación Nacional o Estatal garantizará en todo momento el derecho a la información de las personas afiliadas al Partido, así como la difusión de las convocatorias y procesos internos del mismo. Se conducirá con eficiencia, racionalidad y disciplina presupuestal, debiendo formular sus proyectos de presupuesto anual y calendario de gasto, con base en la normatividad interna vigente.

Artículo 7. Las Direcciones de Comunicación Nacional o Estatales, a través de su titular, elaborarán anualmente su Programa Operativo en concordancia con el Plan de Trabajo de la Dirección Nacional del Partido o en su caso la Dirección Estatal del Partido, ajustándose al presupuesto que tenga asignado por la Coordinación del Patrimonio y Recursos Financieros Nacional o Estatal, mismo que deberá ser congruente con los programas de las demás áreas del Partido.

Artículo 8. Las Direcciones de Comunicación Nacional o Estatales deberán coordinarse con todas las áreas de la Dirección Nacional o en su caso la Dirección Estatal del Partido, los órganos internos del Partido, así como con las áreas de Comunicación en los espacios de representación legislativa y de gobierno emanados de nuestras filas partidistas.

Artículo 9. Las Direcciones de Comunicación Nacional o Estatales contarán con los recursos humanos y materiales que resulten necesarios para el eficiente y eficaz desempeño de sus funciones, de acuerdo al presupuesto asignado a dicha área.

Artículo 10. Las Direcciones de Comunicación Nacional o Estatales elaborarán en el ámbito de su competencia, la planeación estratégica, manual de organización y procedimientos, circulares, comunicados, y productos comunicacionales que resulten necesarios, así como su actualización o modificación, mismos que contarán con el visto bueno de la Dirección Nacional o en su caso la Dirección Estatal del Partido.

La Dirección de Comunicación Nacional o Estatal contarán con un gabinete de manejo de crisis, que en coordinación con la instancia involucrada en una crisis, realizará un análisis de la validez, severidad, alcance y responsabilidad de la misma, para así establecer el impacto y nivel de afectación en el corto, mediano y largo plazo, para desarrollar escenarios y diseñar una estrategia que permita ejecutar acciones encaminadas a contener y controlar la crisis.

Artículo 11. Las personas titulares de las Direcciones de Comunicación Nacional o Estatales serán designadas de manera colegiada por la Dirección Nacional o Estatal según sea el caso.

Artículo 12. Para ser titular de la Dirección de Comunicación Nacional o Estatal se requerirá:

- a) Ser mayor de edad.
- b) Estar afiliado (a) al Partido de la Revolución Democrática y haber acreditado los cursos que imparte el Instituto de Formación Política del Partido.
- c) Acreditar estudios relacionados con el área de Comunicación, o tener mínimo tres años de experiencia de trabajo en medios de comunicación.
- d) No haber sido sancionados por el Órgano de Justicia Intrapartidaria.

Capítulo Segundo

Atribuciones de la Direcciones de Comunicación Nacional o Estatales

Artículo 13. Las Direcciones de Comunicación Nacional o Estatales son las responsables de la administración de la prerrogativa de radio y televisión, del diseño y distribución de la propaganda, de la difusión de los contenidos mediáticos y la relación con los medios de comunicación en el ámbito de sus atribuciones, por lo que deberán presentar un proyecto anual de gasto para estas actividades, previendo en todo momento los procesos electorales que correspondan.

Artículo 14. Es la encargada de organizar la comunicación interna, por lo que deberá establecer los mecanismos para que las personas afiliadas reciban la información adecuada y que éstas puedan establecer comunicación con las Direcciones de Comunicación Nacional o Estatales, para ello, éstas deberán contar de manera obligatoria con un sitio web y al menos una red social oficial.

Artículo 15. Las Direcciones de Comunicación Nacional y Estatales deberán mantener una coordinación permanente Dirección Nacional o Estatal según sea el caso. a fin de coadyuvar en la difusión de información y actividades estatales que así se requieran.

Artículo 16. Coadyuvar en la capacitación de las personas afiliadas, órganos, gobiernos o legisladores del Partido, y sus respectivos equipos, para que el mensaje y difusión cumplan con el Estatuto, línea política y demás disposiciones legales y políticas del Partido. Para efecto de la capacitación que se brindará a las personas funcionarias y candidatas partidistas, se implementarán estrategias de media training, para dotarles de las habilidades necesarias en el manejo adecuado de la relación con los medios de comunicación masiva.

Asimismo, se dará seguimiento continuo a través de estrategias de media coaching, para construir respuestas poderosas y acertadas, acorde a las estrategias de contestación ante una crisis, y maximizar el mensaje que se desea transmitir a la ciudadanía a través de los medios de comunicación. Se proporcionará la preparación necesaria para maximizar el mensaje transmitido y mantener el control durante una situación hostil.

Artículo 17. Corresponde a las Direcciones de Comunicación Nacional o Estatales el despacho de los siguientes asuntos:

- i. Diseñar e implementar la estrategia de comunicación política del partido.
- ii. Definir y coordinar la imagen institucional del Partido mediante mecanismos de comunicación integral; utilizando las nuevas tecnologías de la información, las Direcciones de Comunicación Nacional o Estatal elaboraran mensajes transmedia (video, prensa, radio, recursos digitales) adaptados a

-
- cada una de las plataformas a utilizarse para garantizar una adecuada transmisión de nuestro mensaje.
- iii. Generar una campaña de comunicación política que implemente técnicas persuasivas e informativas que permitan:
 - Reforzar la pertenencia y afinidad de las personas que se identifican con el Partido.
 - Atraer a personas afines a nuestro proyecto de transformación democrática en México, que defiende las libertades y los triunfos ya obtenidos en materia de derechos humanos.
 - Contrarrestar ataques y campañas negras dirigidas en nuestra contra.
 - Implementar acciones destinadas a cuestionar y evidenciar errores e incongruencias de los adversarios.
 - Implementar capacitaciones de media training y media coaching para las y los funcionarios partidistas.
 - iv. Instrumentar acciones dentro del ámbito de su competencia para generar presencia institucional y posicionamiento estratégico del Partido en el ámbito legislativo y de gobierno.
 - v. Planear a través del Gabinete de Manejo de Crisis, estrategias de comunicación en función de posibles escenarios favorables y adversos al Partido.
 - vi. Promover y difundir los eventos de relevancia del Partido.
 - vii. Cubrir las giras de trabajo y los eventos de los integrantes de las Direcciones Nacional y Estatales del Partido, según sea el caso.
 - viii. Mantener informados a los miembros de las Direcciones Nacional y Estatales, titulares de órganos y áreas del Partido, respecto de los sucesos políticos y sociales más relevantes en el ámbito nacional.
 - ix. Establecer una relación cercana, honesta y efectiva con los periodistas y sus medios.
 - x. Realizar las mediciones necesarias para elaborar sistemáticamente análisis de la penetración y aceptación de las políticas públicas y propuestas legislativas realizadas por el Partido; así como la evaluación para saber si nuestros postulados se mantienen presentes en el conocimiento de la ciudadanía.
 - xi. Las personas titulares de las Direcciones de Comunicación Nacional o Estatales serán responsables del adecuado ejercicio del presupuesto que hubiere sido autorizado para su área. El ejercicio del presupuesto deberá ajustarse a los criterios de racionalidad, eficiencia y disciplina presupuestal del Partido.
 - xii. Las demás que le confieran la Dirección Nacional o la Dirección Estatal del Partido, el Reglamento y otras disposiciones jurídicas aplicables.

Artículo 18. Para el cumplimiento de sus funciones, las Direcciones de Comunicación Nacional o Estatales contará al menos con la siguiente estructura:

- a) Coordinación de comunicación política. Es la encargada de crear y difundir información relevante y actividades institucionales a los medios de comunicación. Dará seguimiento de reacciones en los medios de

comunicación tradicionales y digitales; elaborará y distribuirá diariamente síntesis informativas y de análisis a los miembros de la Dirección Nacional, y Estatales.

Organizar reuniones y conferencias de prensa con medios; monitoreo en medios de comunicación, escritos y electrónicos; proporcionar asesoría y elaborar fichas temáticas para las entrevistas de funcionarios del Partido con los medios; atender a la fuente periodística; coordinar la comunicación institucional, al exterior; cubrir e informar sobre giras de trabajo, reuniones y demás eventos de la Dirección Nacional o Estatal; elaborar y distribuir comunicados de prensa; y las demás atribuciones que le sean conferidas por las personas titulares de las Direcciones de Comunicación Nacional o Estatales.

- b)** Gabinete de manejo de crisis. Será la responsable de constituirse en un cuarto de guerra, para definir las estrategias a seguir para el adecuado manejo de crisis. En coordinación con la instancia involucrada en una crisis, realizará un análisis de la validez, severidad, alcance y responsabilidad de la misma, de tal manera que se establezca el impacto y nivel de afectación en el corto, mediano y largo plazo, para desarrollar escenarios y diseñar una estrategia que permita ejecutar acciones encaminadas a contener y controlar la crisis.
- c)** Área de diseño gráfico, fotografía y video. Son las áreas encargadas de la producción del material audiovisual con las cuales este instituto político se comunica con la militancia y la ciudadanía, a través de los distintos medios de comunicación por medio de imágenes, carteles, folletos, fotografía, audio y video.
- d)** Área de comunicación digital. Es el área encargada de difundir en medios digitales la información y actividades institucionales a través de plataformas, redes sociales y nuevas tecnologías. Tendrá un responsable de manejar y actualizar, la página web oficial del Partido, dotando de información relevante de la institución política a la ciudadanía y hacerla partícipe de las múltiples actividades que desarrolla el Partido al mismo tiempo de informar de los procedimientos legales y sobre todo de transparentar todas sus actividades a la ciudadanía.

Certificar y mantener la certificación de las páginas y redes sociales oficiales del Partido, así como dar alojamiento a las páginas web oficiales de las Direcciones Estatales en microsítios de la página web oficial del mismo, con la finalidad de incorporarlas al patrimonio del Partido de la Revolución Democrática. Establecer estrategias de media training, para dotar de las habilidades necesarias en el manejo de una relación adecuada con los medios de comunicación masiva. Asimismo, se dará seguimiento continuo a través de estrategias de media coaching.

La administración de las diferentes cuentas de redes sociales con las que cuenta el Partido, dependerán de la o el titular del área de Comunicación.

- e)** Área de capacitación. Se debe crear un equipo especializado en Comunicación que capacite a las Direcciones Estatales de Comunicación, o las áreas de Comunicación de instancias de gobierno o legislativas, a fin de homologar los objetivos comunicacionales del Partido.

-
- f) Área de propaganda y publicaciones. Es la responsable de la edición, diseño y cuidado editorial de las impresiones del Partido, ya sean libros, folletos, dípticos, trípticos, volantes o carteles que soliciten las diversas áreas de la Dirección Nacional del Partido, así como sus órganos.
- g) Jefatura de Oficina. Es el área responsable de coordinar y supervisar la ejecución y cumplimiento de los lineamientos establecidos por las Direcciones de Comunicación Nacional o Estatales; entre sus funciones estarán las de dar seguimiento a los casos que demandan soluciones urgentes; desahogar la correspondencia recibida turnándola a los titulares de las áreas correspondientes; coordinar las actividades de quienes sean asignados para realizar tareas de difusión en campo; propiciar la comunicación y coordinación entre las áreas que conforman las Direcciones de Comunicación Nacional o Estatales, a fin de que las solicitudes sean cumplidas oportunamente; y las demás que le sean encomendadas por la persona titular de la Dirección Nacional de Comunicación. La o el secretario técnico será nombrado por el titular de la Dirección Nacional de Comunicación.
- h) Enlace de Transparencia. La Dirección Nacional de Comunicación y las estatales nombrarán a un enlace de transparencia para dar cumplimiento a la normativa en materia de Transparencia establecida en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Ley General de Partidos Políticos, la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública, la Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados, la Ley General de Archivos, el presente reglamento y las demás leyes aplicables al caso.
- i) Área Jurídica. Es el área responsable de generar e interponer los recursos de queja ante el Órgano de Justicia Intrapartidaria contra quienes incumplan el presente Reglamento, y que, en el ejercicio de sus labores como parte de la Dirección Nacional de Comunicación del Partido, procedan de manera que atente contra la línea política y programática partidista. De igual forma procederá contra quienes secuestren información propiedad del Partido, ya sea física o digital, así como las claves de acceso o el manejo de las cuentas digitales del Partido, toda vez que éstas son patrimonio del Partido de la Revolución Democrática.

Capítulo Tercero

De los informes a presentar ante los Órganos de Dirección

Artículo 19. Las Direcciones de Comunicación Nacional o Estatales presentarán ante la Dirección Nacional o Estatal informes trimestrales, mediante los cuales informarán sobre los avances y estrategias a cargo de cada área.

Asimismo, tendrán la obligación de presentar ante la Dirección Nacional y Estatal un informe anual en el cual se incluyan todas aquellas actividades realizadas.

Artículo 20. El informe anual a que se refiere el artículo anterior, deberá contener una evaluación cualitativa y cuantitativa respecto del impacto obtenido por la estrategia de comunicación implementada en medios de comunicación masiva y redes sociales, a efecto de evaluar la eficacia obtenida por Direcciones de Comunicación Nacional o Estatales del Partido.

Capítulo Cuarto **De las acciones jurídicas**

Artículo 21 Las Direcciones de Comunicación Nacional o Estatales del Partido interpondrán los recursos correspondientes a través del Órgano de Justicia Intrapartidaria y las denuncias legales a que haya lugar a través de su área jurídica, contra quienes incumplan el presente Reglamento, y que, en el ejercicio de sus labores como parte de las Direcciones Nacional o Estatales del Partido, procedan de manera que atente contra la línea política y programática partidista. De igual forma se procederá contra quienes secuestren información propiedad del Partido, ya sea física o digital, así como las claves de acceso o el manejo de las cuentas digitales del Partido, toda vez que éstas son patrimonio del Partido de la Revolución Democrática.

TRANSITORIOS

PRIMERO. El presente Reglamento entrará en vigor a partir del día siguiente de su aprobación.

SEGUNDO. Una vez aprobado el presente Reglamento por el 17° Pleno Extraordinario del IX Consejo Nacional, deberá publicarse en la página web oficial del Partido.

TERCERO. Lo no previsto en el presente Reglamento, será resuelto por la Dirección Nacional acorde con la normatividad interna aplicable, y a lo establecido en los documentos básicos del Partido de la Revolución Democrática.

CUARTO. El presente reglamento sólo podrá ser modificado en todo o en sus partes por el Consejo Nacional del Partido de la Revolución Democrática.

QUINTO. Notifíquese al Instituto Nacional Electoral conforme a lo establecido en el artículo 36 numeral 2 de la Ley General de Partidos Políticos vigente.