

# MARCO RECTOR DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DIFUSIÓN EN PLATAFORMAS DIGITALES

---

De la Comisión Nacional para la Mejora Continua de la Educación

## **DIRECTORIO**

### **JUNTA DIRECTIVA**

Silvia Valle Tépatl

**Presidenta**

María del Coral González Rendón

**Comisionada**

Etelvina Sandoval Flores

**Comisionada**

Florentino Castro López

**Comisionado**

Oscar Daniel del Río Serrano

**Comisionado**

Armando de Luna Ávila

**Secretaría Ejecutiva**

Laura Jéssica Cortázar Morán

**Órgano Interno de Control**

### **TITULARES DE ÁREA**

Francisco Miranda López

**Evaluación Diagnóstica**

Gabriela Begonia Naranjo Flores

**Apoyo y Seguimiento a la Mejora  
Continua e Innovación Educativa**

Susana Justo Garza

**Vinculación e Integralidad  
del Aprendizaje**

Miguel Ángel de Jesús López Reyes

**Administración y Finanzas**

# Índice

<b>I. Introducción</b>	<b>4</b>
<b>2. Marco normativo</b>	<b>7</b>
2.1 Normativa en materia de comunicación social y difusión	<b>9</b>
<b>3. Marco rector de comunicación social y difusión en plataformas digitales</b>	<b>12</b>
3.1 Definición	<b>12</b>
3.2 Ejes rectores	<b>12</b>
3.3 Implementación del marco rector	<b>13</b>
3.3.1 Estrategia de comunicación social	<b>15</b>
3.3.2 Estrategia de difusión en plataformas digitales	<b>16</b>
3.4 Elementos clave	<b>16</b>
<b>4. De la interpretación del marco rector</b>	<b>18</b>

## I. Introducción

La comunicación social y la difusión constituyen herramientas estratégicas que deben ser utilizadas para informar a la sociedad sobre el cumplimiento y trascendencia de los objetivos y acciones realizadas por esta institución.

La Comisión Nacional para la Mejora Continua de la Educación (Mejoredu), por medio del Marco rector de comunicación social y difusión en plataformas digitales, establece el diseño y desarrollo de un esquema versátil para transmitir información para construir y fortalecer estrategias de comunicación y difusión que funcionen como vínculo entre el valor público de los productos que genera Mejoredu y las diferentes audiencias a quienes van dirigidos, mediante plataformas digitales y medios tradicionales de comunicación, además de las publicaciones institucionales.\*

El presente documento incluye los ejes rectores que deberán seguirse para dar a conocer a los diversos actores del Sistema Educativo Nacional, y a otros públicos, la razón de ser de Mejoredu, sus objetivos, metas y el camino recorrido hacia la mejora continua de la educación en el país. También se busca contribuir al reconocimiento social de la institución, a partir de sus aportaciones en favor de la educación.

La Comisión pretende democratizar la información desarrollada desde sus diferentes áreas sustantivas en materia de lineamientos, criterios, sugerencias y programas para la mejora continua de la educación, y apoyar en la generación de conocimiento mediante las investigaciones, evaluaciones e indicadores educativos.

El presente documento se desarrolla a partir de las atribuciones, objetivos estratégicos, misión, visión y valores institucionales de Mejoredu, reconociendo la necesidad de acercar el valor público de la Comisión a la sociedad en general; tiene sus bases en lo

---

\* Es importante referir que las publicaciones, como uno de los canales de difusión de la información generada por la Comisión, son parte de la difusión institucional y disponen de su propia política, a saber, la Política editorial de la Comisión Nacional para la Mejora Continua de la Educación, aprobada por la Junta Directiva en sesión ordinaria del 24 de junio de 2020.

establecido en el marco normativo que rige la comunicación social del gobierno federal, así como en los elementos organizacionales y programáticos de Mejoredu.

En este marco rector se incluyen los principios y ejes de acción que se deberán seguir en el desarrollo de los procesos generales que, en esta materia, realiza Mejoredu: por una parte, comunicación social por medios tradicionales, y el área de difusión, mediante la gestión de plataformas digitales internas y la emisión de mensajes en redes sociales.

Es importante establecer que, para dar cumplimiento a estos procesos, Mejoredu dispone de dos equipos de trabajo dentro de su estructura organizacional:

a) Dirección de Difusión de Productos Institucionales, adscrita al Área de Apoyo y Seguimiento a la Mejora Continua e Innovación Educativa, cuyas funciones son:

- Generar la imagen institucional de Mejoredu.
- Elaborar e implementar estrategias de difusión en redes sociales.
- Desarrollar contenido para la difusión de productos institucionales.
- Gestionar y monitorear las redes sociales institucionales.
- Administrar Intranet y la página de internet institucionales.

b) Subdirección de Comunicación, adscrita a la Secretaría Ejecutiva, con las siguientes funciones:

- Elaborar e implementar estrategias de comunicación social en medios tradicionales (periódicos, revistas, noticiarios de radio y televisión, programas de opinión)
- Establecer relaciones públicas con líderes de opinión.
- Cubrir informativamente los eventos públicos de Mejoredu.
- Redactar y enviar comunicados institucionales.
- Gestionar y atender peticiones de entrevistas exclusivas con los representantes de los medios de información.
- Elaborar la síntesis informativa institucional, así como diversos reportes informativos.

- Analizar la información publicada sobre la Comisión y sus funcionarios.
- Generar contenidos para comunicación interna.
- Formar voceros.
- Diseñar y gestionar la difusión de campañas de propaganda institucional en tiempos oficiales.

## 2. Marco normativo

En cumplimiento de los artículos 28, fracción VII, y 35, fracciones V y VII, de la Ley Reglamentaria del Artículo 3° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de Mejora Continua de la Educación, la Junta Directiva de Mejoredu (en adelante referida sólo como Junta Directiva) acordó emitir el Marco rector de comunicación y difusión en plataformas digitales que busca construir y fortalecer estrategias de comunicación y difusión que funcionen como puente entre el valor público de los productos que genera Mejoredu y las diferentes audiencias a quienes van dirigidos.

De acuerdo con el Decreto por el que se expide la Ley Reglamentaria del Artículo 3° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de Mejora Continua de la Educación, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 30 de septiembre de 2019, Mejoredu es un organismo público descentralizado, no sectorizado, con autonomía técnica, operativa, presupuestaria, de decisión y de gestión, con personalidad jurídica y patrimonio propio.

En su artículo 28 del mismo decreto se establece que, además de coordinar el Sistema Nacional de Mejora Continua de la Educación, la Comisión tiene las siguientes atribuciones:

- "I. Realizar estudios, investigaciones especializadas y evaluaciones diagnósticas, formativas e integrales del Sistema Educativo Nacional.
- "II. Determinar indicadores de resultados de la mejora continua de la educación.
- "III. Establecer los criterios que deben cumplir las instancias evaluadoras para los procesos valorativos, cualitativos, continuos y formativos de la mejora continua de la educación.
- "IV. Emitir lineamientos relacionados con el desarrollo del magisterio, el desempeño escolar y los resultados de aprendizaje, así como de la mejora de las escuelas, organización y profesionalización de la gestión escolar.

- "V. Proponer mecanismos de coordinación entre las autoridades educativas federal y de las entidades federativas para la atención de las necesidades de las personas en la materia.
- "VI. Sugerir elementos que contribuyan a la mejora de los objetivos de la educación inicial, de los planes y programas de estudio de educación básica y media superior, así como para la educación inclusiva y de adultos.
- "VII. Generar y difundir información que contribuya a la mejora continua del Sistema Educativo Nacional.
- "VIII. Las demás que se establezcan en otras disposiciones legales."

El presente documento se genera en atención al apartado VII del artículo mencionado.

La citada ley destaca además que, en el ejercicio de sus atribuciones, la Comisión se regirá por los principios de independencia, transparencia, rendición de cuentas, objetividad, pertinencia, diversidad e inclusión.

De acuerdo con su Programa Institucional 2020-2024 (Mejoredu, 2020), Mejoredu ha definido como su misión "Impulsar la mejora continua de la educación básica, media superior, inclusiva y de adultos para contribuir al desarrollo integral de las niñas, niños, adolescentes, jóvenes y adultos en sus diversos contextos sociales con un enfoque de inclusión, equidad y excelencia".

Por su parte, la visión de Mejoredu, a mediano plazo, es la de ser "una institución reconocida socialmente por sus aportaciones en materia de mejora continua, orientadas a la consolidación de comunidades escolares como espacios formativos inclusivos, interculturales y de excelencia, que garanticen el ejercicio pleno del derecho a la educación básica y a la educación media superior en México". Darán cuenta de ello las acciones correspondientes a desarrollar en el periodo descrito, entre ellas las de difusión y comunicación social.



## 2.1 Normativa en materia de comunicación social y difusión

Las acciones que realice Mejoredu para cumplir las atribuciones en favor de la educación están enmarcadas en la Ley General de Comunicación Social, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 2 de mayo de 2018, documento que define las normas a las que deberá sujetarse la Administración Pública Federal para garantizar que el gasto en materia de comunicación social y difusión cumpla los criterios de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez, y respete los límites presupuestales y las condiciones de ejercicio que establezca la autoridad respectiva.

El Marco rector de comunicación social y difusión en plataformas digitales de Mejoredu también se encuentra alineado al Acuerdo por el que se determinan los Lineamientos Generales para el Registro y Autorización de las Estrategias y Programas de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal, emitido por la Secretaría de Gobernación el 14 de enero de 2022, del cual destaca lo siguiente:

La propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, debe 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.

La Secretaría de Gobernación es la encargada de regular el gasto en materia de comunicación social, de conformidad con lo establecido en el Presupuesto de Egresos de la Federación correspondiente y en las leyes aplicables en la materia. Esta dependencia emite anualmente los Lineamientos para las Estrategias y Programas Anuales de Comunicación Social, así como las reglas relativas a la difusión de las campañas.

Las acciones en materia de comunicación social y difusión que lleve a cabo la Comisión también deben tener congruencia con lo dispuesto en el Acuerdo por el que se establece

la Política de Comunicación Social del Gobierno Federal, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 17 de abril de 2019, en el cual se determina que:

"Las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal deberán informar y comunicar a través de los medios de comunicación, sobre los programas y servicios que prestan y las políticas públicas que impulsan, con la finalidad de mantener informada a la población de las metas y objetivos alcanzados que contribuyen a cumplir sus facultades, competencias y atribuciones, así como para fomentar la transparencia gubernamental, el derecho a la información, la rendición de cuentas y la participación ciudadana.

"Las campañas de comunicación social deben promover la difusión y conocimiento de los valores, principios y derechos constitucionales; así como informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales, entre otros.

"Las campañas no deben utilizarse con fines discriminatorios, para violar los derechos humanos o con fines electorales o partidarios, así como tampoco estar destinadas a discriminar, criminalizar o estigmatizar a cualquier persona o sector de la sociedad en el ámbito político, social, económico o cultural.

"La propaganda gubernamental deberá ser clara e identificable, es decir, no debe ser engañosa, incitar a error a sus destinatarios ni ser utilizada para fines distintos de la comunicación social y difusión. Tampoco debe inducir a confusión con los símbolos, ideas, voces o imágenes empleadas por cualquier partido político u organización social.

"La estrategia de comunicación social del Gobierno Federal deberá estar alineada con los tres principios básicos del actual gobierno: austeridad, honestidad y combate a la corrupción, concebida para que los servidores públicos lleven a la práctica estos principios en sus vidas cotidianas, y además fomentar la participación ciudadana."

Las acciones de difusión de productos institucionales por medio de plataformas digitales que lleve a cabo la Comisión están reguladas –a su vez– por la Estrategia Digital Nacional 2021-2024, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 6 de septiembre del 2021, la cual tiene por objeto emitir las políticas y disposiciones para impulsar el uso y aprovechamiento de la informática, el gobierno digital, las tecnologías de la información y comunicación, y la seguridad de la información, los cuales son de observancia obligatoria en la Administración Pública Federal.

Por su parte, el Acuerdo por el que se emiten las Políticas y Disposiciones para Impulsar el Uso y Aprovechamiento de la Informática, el Gobierno Digital, las Tecnologías de la Información y Comunicación, y la Seguridad de la Información en la Administración Pública Federal, en su título IV, capítulo V, indica que:

"Artículo 73.- Todas las Instituciones deberán estandarizar la estructura e imagen de sus sitios web apegándose a la identidad gráfica del gobierno federal, de acuerdo con las guías, manuales y documentos técnicos emitidos por la Coordinación General de Comunicación Social y la [Coordinación de Estrategia Digital Nacional] CEDN.

"Artículo 74.- La implementación de todos los servicios de plataformas digitales de páginas web que realicen las Instituciones, deberá observar, al menos, lo siguiente:

- "I. Considerar la aplicación de los Estándares Técnicos de la CEDN en materia de arquitecturas de desarrollo e interoperabilidad, y servicios de hospedaje.
- "II. Aplicar las mejores prácticas para el desarrollo de plataformas web, como los estándares y recomendaciones del Consorcio de la Red Informática Mundial (W3C, World Wide Web Consortium) relativos a uso de lenguajes de marcado, hojas de estilo, accesibilidad web y validadores.
- "III. Compatibilidad con todos los navegadores actuales y de nuevas generaciones, así como con sistemas operativos móviles y sus navegadores.
- "IV. Contar con versiones de páginas web adaptables a las resoluciones de dispositivos móviles.
- "V. Incluir funciones de accesibilidad para personas con discapacidad, de conformidad con los Estándares Técnicos de la CEDN.
- "VI. Incluir Aviso de privacidad, así como términos y condiciones de uso claros y actualizados, en los términos de la legislación aplicable.
- "VII. Garantizar que el acceso a las plataformas digitales de páginas web se realice a través de mecanismos de autenticación y cifrado mediante certificados digitales."

## **3. Marco rector de comunicación social y difusión en plataformas digitales**

### **3.1 Definición**

Este documento se define como el conjunto de elementos cuya tarea es informar a los diversos públicos sobre la razón de ser de esta institución y los esfuerzos realizados para cumplir las atribuciones que tiene, y contribuir así a la mejora de la educación del país, y a que se logre cabalmente el derecho de niñas, niños, adolescentes y jóvenes en México a acceder a una buena educación con justicia social.

El presente documento constituye la pauta estructurada y organizada para que Mejoredu pueda informar, mediante distintos canales y contenidos, el valor público que genera como institución y coadyuvar en su legitimación como un ente público que contribuya a la consolidación del proyecto educativo nacional.

### **3.2 Ejes rectores**

Para guardar congruencia con lo establecido en la normatividad en materia de comunicación social y difusión, los siguientes ejes rectores serán la base en la ejecución de cualquier acción relacionada con las áreas de Comunicación Social y Difusión en Mejoredu:

1. La eficacia en uso de los recursos públicos;
2. La eficiencia de los recursos públicos destinados a la contratación o gasto de comunicación social y difusión;
3. La economía y racionalidad presupuestaria, que comprende la administración prudente de los recursos destinados a la comunicación social y difusión;
4. La transparencia y máxima difusión, para garantizar el acceso a toda información relacionada con la contratación y manejo de recursos públicos destinados a la

- Comunicación Social y Difusión, conforme a lo dispuesto en la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública y otras disposiciones jurídicas aplicables;
5. La honradez, que comprende el manejo de recursos públicos conforme a las leyes y otras disposiciones jurídicas aplicables, y que justifique la contratación sujetándose a criterios de calidad para cumplir los propósitos de la comunicación social y difusión;
  6. La objetividad e imparcialidad, que implica que la Comunicación Social y Difusión en los procesos electorales no debe estar dirigida a influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos, precandidatos y candidatos;
  7. La institucionalidad, en virtud de sus fines informativos, educativos o de orientación social, así como la necesidad de que en ningún caso las acciones de comunicación social y difusión incluirán nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público;
  8. La necesidad de comunicar los asuntos públicos a la sociedad para su información o atención, privilegiando a las poblaciones que históricamente han sido vulneradas en sus derechos;
  9. La congruencia entre el contenido del mensaje, el objetivo de comunicación y la población objetivo, y
  10. La veracidad de la información que se difunde.

La normatividad deberá respetar también la libertad de expresión y privilegiar el acceso ciudadano a la información, así como fomentar la igualdad entre hombres y mujeres, y respetar la diversidad social y cultural del país.

### **3.3 Implementación del marco rector**

El desarrollo del marco rector requiere de estrategias que detallen con claridad las acciones de comunicación social y difusión que se planeen realizar a lo largo de un ejercicio fiscal como puede verse a continuación:

Figura I. El Marco rector de comunicación social y difusión en plataformas digitales, y sus estrategias



Las estrategias de comunicación social y difusión en plataformas digitales serán elaboradas anualmente a partir del Programa Anual de Actividades (PAA) de Mejoredu, y establecerán las líneas institucionales de acción que se realizarán para dar a conocer la información que se genera o aquella que se requiera comunicar.

En la elaboración de las estrategias participarán los equipos responsables, en el marco de sus atribuciones, y se pondrán a consideración de la Junta Directiva de Mejoredu para su revisión y autorización. Estas estrategias contendrán, por lo menos, los siguientes aspectos:

1. Información de contexto.
2. Contenido a difundir.
3. Objetivos generales de las estrategias.
4. Líneas de acción para comunicar y difundir:
  - Objetivos específicos.
  - Público objetivo.
  - Medios de comunicación o difusión. Frecuencias.
  - Formatos.
  - Costos.
5. Indicadores de seguimiento.

En cumplimiento de las indicaciones de la Junta Directiva y de la normatividad existente en materia de comunicación, las áreas de Comunicación Social y Difusión tendrán las siguientes atribuciones:

1. Aplicar los ejes y criterios establecidos en el marco rector de comunicación social y difusión en plataformas digitales.
2. Implementar y evaluar periódicamente las estrategias de comunicación social y difusión de Mejoredu.
3. Apoyar y asesorar a las áreas de la Comisión en temas relacionados con la comunicación social y difusión.
4. Llevar a cabo las acciones de comunicación social y difusión necesarias para informar con oportunidad y veracidad a los públicos objetivo.

Corresponde a las áreas sustantivas de Mejoredu generar la información; en tanto, la Secretaría Ejecutiva y el Área de Apoyo y Seguimiento a la Mejora Continua e Innovación Educativa tienen la responsabilidad de diseñar y poner a consideración de la Junta Directiva las estrategias de comunicación y difusión, respectivamente.

### **3.3.1 Estrategia de comunicación social**

Esta estrategia se plasmará en un documento anual que enuncie las acciones que desarrollará la Secretaría Ejecutiva de Mejoredu, por conducto de su Subdirección de Comunicación, considerando las líneas de acción relacionadas con los medios tradicionales de comunicación:

1. Cobertura informativa de eventos que organice la Comisión y en los que participen sus funcionarios.
2. Redacción y envío de comunicados de prensa.
3. Organización de videoconferencias.
4. Conferencias de prensa, cuando así lo determine la Junta Directiva.
5. Gestión y atención de entrevistas exclusivas con medios de comunicación.
6. Artículos para su difusión en periódicos y revistas.

7. Gestión de participación de funcionarios de Mejoredu en programas de análisis en radio y televisión.
8. Redacción y diseño de la revista interna Mejoredu.
9. Realización de *spots* para radio y televisión.
10. Diseño y gestión de campañas de difusión en tiempos oficiales (RTC).
11. Relaciones públicas con los representantes de los medios de comunicación.
12. Formación y capacitación de voceros institucionales.
13. Sondeos de opinión, entre otras.

### **3.3.2 Estrategia de difusión en plataformas digitales**

Esta estrategia se plasmará en un documento anual que contenga las acciones que el Área de Apoyo y Seguimiento a la Mejora Continua e Innovación Educativa de Mejoredu implementará, por conducto de su Dirección de Difusión, considerando las líneas de acción relacionadas con las redes sociales y plataformas digitales institucionales:

1. Contenido en redes sociales institucionales.
2. Contenido en página web institucional.
3. Contenido en Intranet.
4. Eventos y transmisiones vivo por plataformas digitales.
5. Imágenes e infografías digitales.
6. Sistema de envío masivo de correos electrónicos.
7. Cualquier otra acción similar a las anteriores.

### **3.4 Elementos clave**

Las acciones de comunicación y difusión de Mejoredu deberán tomar en cuenta una serie de elementos que permitan la rápida y adecuada identificación de este organismo público, la transmisión de un conjunto de características que lo diferencien de otras instancias y que destaquen su función estratégica en el Sistema Educativo Nacional.



El propósito de estas acciones será destacar las fortalezas de Mejoredu como institución:

1. Contribuir a la mejora continua de la educación y coordinar el Sistema Nacional en la materia.
2. Formar parte de la reforma educativa del actual gobierno, con la cual se busca dotar de mayor bienestar a la sociedad y revalorizar al magisterio.
3. Desarrollar acciones y productos que privilegian a las poblaciones que han sido históricamente vulneradas en sus derechos.
4. Aportar elementos para el cumplimiento del derecho de niñas, niños, adolescentes y jóvenes al acceso de una buena educación con justicia social.

## **4. De la interpretación del marco rector**

Las áreas de Comunicación Social y Difusión serán las encargadas de resolver cualquier duda en esta materia. Si la duda persiste, o no hay acuerdo en la resolución, corresponderá a la Junta Directiva de Mejoredu determinar lo procedente.

Este documento fue aprobado por la Junta Directiva en sesión ordinaria del 30 de marzo de 2022. Lo establecido en el presente Marco rector de comunicación social y difusión en plataformas digitales será de observancia obligatoria para todas las áreas de la Comisión.