

POLÍTICA INSTITUCIONAL DE COMUNICACIÓN
DEL TRIBUNAL SUPREMO DE ELECCIONES
POL-TSE- 10-v01

Aprobado por el Tribunal Supremos de Elecciones en el artículo tercero de la sesión n.º 11-2025 del 4 de febrero de 2025.

Acuerdo comunicado por oficio n.º STSE-0204-2025 de la misma fecha.

Nota: Esta norma no requiere de publicación en el diario oficial, por lo que entra a regir desde su aprobación, cumplimiento de los requisitos formales y comunicación.



POLÍTICA INSTITUCIONAL

COMUNICACIÓN

El Tribunal Supremo de Elecciones procura procesos de comunicación organizacional integrales y estratégicos, que resulten en la construcción, difusión y creación de sentido alrededor de la identidad institucional, apegada a los valores democráticos y que responda a las necesidades de la ciudadanía.

POL-TSE- 10-v01

Fecha de aprobación

DD/MM/AAAA

TABLA DE CONTROL

Elaborada por: María José Alvarado Aguilar	Fecha: 31/08/2023	Firma: MARIA JOSE ALVARADO AGUILAR (FIRMA)  Firmado digitalmente por MARIA JOSE ALVARADO AGUILAR (FIRMA) Fecha: 2025.01.23 12:32:26 -06'00'
Revisada por: Iván Gerardo Mora Barahona Andrea Vanessa Fauaz Hirsch	Fecha: 06/09/2023 Fecha: 13/09/2023	Firma: IVAN MORA BARAHONA (FIRMA)  Firmado digitalmente por IVAN MORA BARAHONA (FIRMA) Fecha: 2025.01.23 12:40:40 -06'00' Firma: ANDREA FAUAZ HIRSCH (FIRMA)  Firmado digitalmente por ANDREA FAUAZ HIRSCH (FIRMA) Fecha: 2025.01.23 15:49:51 -06'00'
Aprobada por: Gustavo Román Jacobo	Fecha: 21/07/2024	Firma: GUSTAVO ROMAN JACOBO (FIRMA)  Firmado digitalmente por GUSTAVO ROMAN JACOBO (FIRMA) Fecha: 2025.01.23 18:03:44 -06'00'
Control de versiones anteriores: No existen versiones anteriores.		

PRESENTACIÓN

Como parte de la apertura y rendición de cuentas que en democracia deben procurar las instituciones del Estado, el Tribunal Supremo de Elecciones mantiene procesos de comunicación permanentes que le permitan establecer vínculos con la ciudadanía en general y sus diferentes audiencias. Esos vínculos buscan generar confianza, credibilidad, identificación y arraigoⁱ; características fundamentales en la dinámica institucional de una organización considerada como el pilar de la democracia costarricense.

Para construir y mantener esos vínculos, la comunicación debe ser entendida como un proceso a través del cual se construye sentido mediante la interacción estratégica con las audiencias y no simplemente como un conducto para promulgar discursos unidireccionales. Es decir, debe superarse la visión simplista de que la comunicación es una herramienta que se utiliza solo para informar y entenderla como un proceso intrínseco de las dinámicas organizacionales; eje transversal estratégico del accionar y alta dirección de toda la organización.

Por ello, se requiere comprender que la comunicación es un proceso mediante el cual se constituyen las organizacionesⁱⁱ; es decir, colectividades sociales que se producen, reproducen y transforman a través de prácticas de comunicación deliberadasⁱⁱⁱ y, por ende, estas deben ser planificadas y estratégicas.

El papel de las relaciones públicas y la comunicación estratégica es guiar ese proceso de interpretación para construir relaciones y gestionar la identidad, institucional. Además, recae en ellas la gestión de la influencia, establecer, construir y mantener relaciones beneficiosas con públicos clave y gestionar su reputación organizacional^{iv}.

Es fundamental que la comunicación institucional sea planificada y estratégica, de modo que pueda asegurarse que exista real comprensión del discurso organizacional que, además, se mantenga coherente con las acciones que el organismo electoral realiza para cumplir su misión constitucional^v. Para lograrlo, es necesario un proceso constante de análisis del entorno y de datos que permitan entender la dinámica en la que se desenvuelve la Institución en diferentes momentos, así como la percepción y el impacto del quehacer social a la que debe abocarse.

Las prácticas discursivas que se construyen de manera estratégica contribuyen a generar significados; es decir, la forma en que se conectan las normas y valores institucionales, así como los medios por los cuales se expresan y proyectan estos valores, deben ser el norte en la gestión de un proceso comunicacional planificado, coherente y responsable.

Es en este contexto que se formula la presente Política de Comunicación, la cual pretende orientar a todas las estructuras administrativas que componen el Tribunal Supremo de Elecciones, tanto en su sede central como en sus sedes regionales, para que los procesos de comunicación que se lleven a cabo migren hacia un modelo más integral y estratégico, que resulte en la construcción, difusión y creación de sentido alrededor de una identidad institucional, apegada a los valores democráticos y que responda a las necesidades de la ciudadanía.

I. OBJETIVOS

I.I. OBJETIVO GENERAL

Establecer los lineamientos generales para que los procesos de comunicación del TSE, a lo interno y externo, se generen según la identidad y valores institucionales a través de acciones planificadas, coherentes y responsables, con los diferentes públicos de interés.

I.II. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Introducir los alcances de la identidad institucional que permiten desarrollar un discurso comunicacional coherente a través de acciones específicas de planificación, difusión y resguardo de esa identidad.
2. Oficializar los canales y los procesos de comunicación que el TSE utiliza con el personal electoral a través de mecanismos de comunicación interna para cumplir los objetivos organizacionales.
3. Oficializar los canales y los procesos de comunicación que el TSE utiliza con agentes externos a través de mecanismos de comunicación externa para cumplir los objetivos organizacionales.
4. Procurar la información veraz, a través de acciones tendientes al análisis del entorno y de información, así como la gestión de datos, que permitan, entre otras cosas, generar insumos de contenido para la toma de decisiones comunicacionales, combatir la desinformación para evitar posibles situaciones sensibles que surjan de la institución, que puedan generar confusión y/o que pongan en entredicho el discurso e identidad, credibilidad y reputación organizacional.

II. ALCANCE

Toda la población funcional del Tribunal Supremo de Elecciones.

III. LINEAMIENTOS

1. Identidad institucional. El TSE procurará mantener un discurso lingüístico y pragmático coherente ante los diversos públicos estratégicos a su alcance, que permita posicionar proactivamente el quehacer institucional. Para ello, deberá contar con una planificación estratégica de comunicación que involucre el discurso comunicacional y político para la construcción de sentido alrededor de su marca.

ACCIONES PARA IMPLEMENTAR EL LINEAMIENTO:

1.1. Sobre la planificación estratégica de comunicación

- 1.1.1. La planificación estratégica de comunicación, incluida la definición de los objetivos comunicacionales, será una potestad exclusiva de la DEGP, a través de las unidades a su cargo.
- 1.1.2. La DEGP, a través de las estructuras administrativas a su cargo, deberá procurar el diagnóstico, planificación, ejecución y evaluación de la estrategia política y comunicacional del TSE; misma que será sometida a la aprobación del Superior (ver apartado 1.2).
- 1.1.3. La estrategia política y comunicacional del TSE deberá actualizarse según el contexto sociopolítico alrededor de la institución y tendrá el objetivo de procurar la construcción de sentido alrededor del discurso institucional.
- 1.1.4. A partir de la estrategia política y comunicacional del TSE, la DEGP a través de las estructuras administrativas a su cargo, podrá proponer planes individuales para atender el desarrollo de políticas, proyectos, actividades y/o procesos de toma de decisión que deban hacerse de conocimiento de toda la población institucional o, incluso, de agentes externos a la institución.

1.2. Sobre la difusión del quehacer institucional

- 1.2.1. Las políticas, proyectos, actividades y/o procesos de toma de decisión que deban hacerse de conocimiento de toda la población institucional, serán difundidas exclusivamente por la DEGP, a través de sus estructuras administrativas, haciendo uso de los canales oficiales para la comunicación de la institución (ver lineamientos 2 y 3).
- 1.2.2. Con al menos dos meses de anterioridad a que se dé el cierre de fin de año de la Institución, todas las estructuras administrativas estarán obligadas a

informarle a la DEGP de las necesidades de comunicación del año siguiente, principalmente las ligadas a un compromiso presupuestario ya definido en el POA aprobado.

- 1.2.3. Salvo casos excepcionales, será responsabilidad de cada estructura administrativa, informar a la DEGP, desde su origen, aquellas políticas, proyectos, actividades y/o procesos de toma de decisión en que se encuentre trabajando que puedan tener un impacto comunicacional interno y/o externo a la institución.
- 1.2.4. Será responsabilidad de cada Dirección Institucional gestionar con la mayor antelación posible una reunión formal con la DEGP, para informar de toda política, proyecto, actividad y/o proceso que vaya a desarrollar, que no haya sido planificado en el año anterior, y que pueda tener un impacto comunicacional interno y/o externo a la institución.
- 1.2.5. Las solicitudes que realizan las estructuras administrativas para involucrar la comunicación estratégica en políticas, proyectos, actividades y/o procesos de toma de decisión que no hayan sido comunicados con suficiente antelación, serán atendidos por la DEGP según su nivel de urgencia y pertinencia de acuerdo con la estrategia de comunicación política y comunicacional que se tenga al momento. Las estructuras administrativas no podrán realizar procesos de comunicación por su propia cuenta, según lo establecido en el numeral 1.1., salvo autorización razonada de la DEGP.
- 1.2.6. Será responsabilidad exclusiva de la DEGP, a través de las estructuras administrativas a su cargo, definir las estrategias, tácticas, actividades y productos de comunicación para atender lo establecido en los numerales 1.2.1., 1.2.4. y 1.2.5. de modo que se asegure que cumplen con la estrategia política y comunicacional que se tenga al momento.
- 1.2.7. Será responsabilidad exclusiva de la DEGP, a través de sus estructuras administrativas, la definición de las plataformas y procesos de difusión del resultado de aquellas políticas, proyectos, actividades y/o procesos de toma de decisión que puedan tener un impacto comunicacional interno y/o externo para la institución. Sin embargo, eso no exime a las estructuras administrativas de aplicar lo indicado en el numeral 1.2.2. de esta política.
- 1.2.8. En general, en la elaboración de todos los productos de comunicación interna y externa masiva, incluyendo audiovisuales, comunicados de prensa, artículos de opinión, derechos de respuesta, cartas a la columna, afiches, infografías, entre otros, se seguirá el siguiente proceso: 1) Profesionales de la DEGP se reunirán con la contraparte técnica institucional que requiere el

producto o que ha sido designada para apoyar su elaboración. 2) Sobre esa base, propondrán las acciones de comunicación, formatos, canales y demás aspectos comunicacionales adecuados para la atención de la necesidad específica. 3) Esa propuesta deberá ser validada o corregida, estrictamente en sus aspectos técnicos de fondo y no en los propiamente comunicacionales, por la contraparte técnica institucional. 4) De no haber acuerdo entre los profesionales de una y otra instancia, el punto será resuelto entre la Dirección de la DEGP y la Dirección a la que pertenezca la contraparte técnica o, en última instancia, entre la Dirección de la DEGP y la Presidencia del TSE.

1.3. Sobre la identidad gráfica

- 1.3.1. Todo uso de la identidad gráfica institucional deberá contar con el aval previo de la DEGP, sin excepción.
- 1.3.2. La identidad visual y gráfica del TSE debe establecerse en un Sistema de Identidad Gráfica Institucional, que será revisado periódicamente para asegurar su actualización y que será de conocimiento de toda la población institucional. Allí estarán establecidos los lineamientos asociados a las tipografías, colores y usos de la marca institucional. Esto cumple el propósito de crear sentido alrededor de la marca TSE y tener una imagen unificada. Dicho Sistema de Identidad Gráfica será potestad de la DEGP a través de las estructuras administrativas a su cargo.
- 1.3.3. Los conceptos creativos y el desarrollo de identidades gráficas de los productos de comunicación que se realicen como parte de la estrategia política y comunicacional del TSE serán desarrolladas por la DEGP, a través de las estructuras administrativas a su cargo. En el caso de que se hayan contratado a proveedores externos, todos los productos deberán ser supervisados y aprobados por la DEGP para constatar que cumpla los lineamientos del Manual de Marca.
- 1.3.4. Todos los productos de comunicación interna o externa masiva que se realicen en el TSE deberán ser originados y/o supervisados por la DEGP a través de las estructuras administrativas a su cargo. Se exceptúan los productos de capacitación y de comunicación dirigidos exclusivamente a partidos políticos y estudiantes por parte del IFED. Será responsabilidad de esa instancia la coherencia discursiva y gráfica de esos productos con los del TSE.
- 1.3.5. Los productos de comunicación que se realicen en cooperación con otras instituciones, contrapartes académicas u otros agentes externos, deberán

contar con la participación -desde su origen- y aprobación de la DEGP, a través de las estructuras administrativas a su cargo; de modo que esta verifique que no entra en conflicto con los mensajes claves institucionales definidos en la estrategia política y comunicacional del TSE y, además, que cumpla con los lineamientos del Sistema de Identidad Gráfica Institucional.

1.4. Sobre la representación en eventos nacionales e internacionales

1.4.1. Las actividades o eventos que involucren a la magistratura del TSE o bien a funcionarios que representarán al TSE en suelo nacional o internacional, deberán ser del conocimiento de la DEGP para que, a través de las estructuras administrativas a su cargo, pueda coordinar las acciones correspondientes. Lo mismo aplica ante aquellas actividades o eventos organizados o coorganizados por el TSE fuera de la institución.

1.4.1.1. Toda actividad o evento que involucre a la magistratura del TSE deberá ser del conocimiento de la DEGP para que, a través de las estructuras administrativas a su cargo, pueda coordinar las acciones logísticas correspondientes (como el envío de invitaciones tanto a lo interno como externo de la institución), y la coordinación con otras unidades administrativas que puedan verse involucradas.

1.4.1.2. Toda actividad o evento que se ejecute en el TSE y que involucre invitados o invitadas especiales deberá ser del conocimiento previo de la DEGP para que, a través de las estructuras administrativas a su cargo, pueda coordinar las acciones correspondientes.

1.4.1.3. Con excepción de las actividades académicas o de capacitación organizadas por el IFED, la conducción de actividades oficiales del TSE, sean de organización interna o externa, estará a cargo de la DEGP a través de las estructuras administrativas a su cargo. En caso de que unidades internas propongan una persona ajena a la DEGP para la conducción de actividades, esta deberá ser previamente aprobada por la DEGP a través de las unidades a su cargo.

1.4.2. Todo uso de la imagen e identidad institucional deberá contar con el aval previo de la DEGP, sin excepción. Esto incluye el uso de estas durante la participación de personas funcionarias en charlas, talleres, congresos o capacitaciones, en los que asistan como representantes oficiales del TSE.

1.4.3. Las personas funcionarias que representen oficialmente al TSE en actividades nacionales e internacionales, ejercerán en ellas la vocería institucional y, por ende, deberán ser capacitadas para conocer el discurso comunicacional según lo indicado en el numeral 3.4.5, cuando en atención al tema y según consideración de la DEGP sea conveniente.

- 1.4.4. Las personas funcionarias que hayan sido invitadas para representar a la institución en eventos de carácter nacional, deberán solicitar la autorización al TSE para ello. Ninguna persona funcionaria tendrá la potestad de representar al TSE en actividades de cualquier tipo, sin esa previa autorización.
- 1.4.5. En el caso de eventos internacionales, será potestad exclusiva del Superior definir la o las personas que podrán representar oficialmente al TSE. Ninguna persona funcionaria tendrá la potestad de representar al TSE en actividades internacionales de cualquier tipo, sin la previa autorización de la magistratura, aun si está sufragando sus propios costos.
- 1.4.6. La DEGP, a través de las estructuras administrativas a su cargo, llevará un control escrito de las actividades a las que asistan las personas previamente designadas para representar al TSE.
- 1.4.7. La DEGP, a través de las estructuras administrativas a su cargo, cuando le sea solicitado, se encargará de elaborar insumos de contenido para la atención de las actividades en las que se represente a la Institución.

1.5. Sobre los procesos de capacitación

- 1.5.1. Todos los procesos de capacitación interna deberán tomar en consideración la estrategia política y comunicacional que tenga la institución al momento.
- 1.5.2. De manera periódica, la DEGP, a través de las estructuras administrativas a su cargo, deberá coordinar con la unidad administrativa a cargo de la gestión del talento humano, para que en las charlas de inducción a nuevas personas funcionarias se incorporen mensajes claves atinentes a la estrategia de comunicación institucional vigente. Esto aplica para los materiales que se utilicen en los mencionados procesos de capacitación.
- 1.5.3. De manera periódica, la DEGP, a través de las estructuras administrativas a su cargo, deberá coordinar con la unidad administrativa a cargo de la gestión del talento humano, el IFED, la Unidad de Género o cualquier estructura administrativa que realice procesos de capacitación interna para que, en las charlas que efectúen al personal de la institución, incorporen mensajes claves atinentes a la estrategia política y comunicacional vigente. Esto aplica para los materiales que se utilicen en los mencionados procesos de capacitación.

1.5.4. Lo indicado en los numerales 1.5.2. y 1.5.3. también aplica para charlas o capacitaciones que vayan a impartirse por primera vez en la institución.

2. Gestión de la comunicación interna. El TSE tendrá a disposición de toda la población institucional canales oficiales que permitirán la adecuada información de toda la institución, al tiempo que delimitará los mecanismos para la comunicación interna institucional que promuevan flujos de información orientados a la construcción de sentido y relaciones dialógicas entre los diferentes niveles jerárquicos.

ACCIONES PARA IMPLEMENTAR EL LINEAMIENTO:

2.1. Sobre los canales oficiales

2.1.1. Los canales oficiales para la comunicación interna de la institución en plataformas digitales son la intranet, el correo electrónico institucional y el servicio de mensajería instantánea mediante la plataforma electrónica que el TSE establezca como oficial. Para ello, la DGET y la DE deberán asegurar el acceso de todas las personas funcionarias a estos sistemas, tanto para quienes laboran presencialmente como para quienes se encuentren en teletrabajo. La DGET en conjunto con la DEGP, cuando lo consideren pertinente, recomendarán al TSE la plataforma de mensajería que consideren óptima para cumplir con los cometidos comunicacionales.

2.1.2. Los canales oficiales para la comunicación interna de la institución en plataformas físicas o análogas son las reuniones formales, pizarras informativas, pantallas de relojes marcadores, afiches con el sello de la DEGP o de sus dependencias.

2.1.3. La DEGP, a través de las estructuras administrativas a su cargo, podrá habilitar otros medios de comunicación complementarios a los indicados el punto 2.1.1. y 2.1.2. bajo solicitud debidamente fundamentada por la unidad requirente.

2.1.4. Será responsabilidad de cada persona funcionaria mantenerse al tanto de las informaciones que se realicen a través de los canales oficiales para la comunicación interna.

2.2. Sobre los mecanismos de comunicación interna

2.2.1. Será responsabilidad de cada jefatura asegurarse de que el personal a su cargo conozca las políticas, proyectos, actividades y/o procesos de toma de decisión que puedan afectar a su estructura administrativa, siempre y cuando no estén protegidas bajo el principio de confidencialidad. Para ello, deberá

realizar, como mínimo, una reunión mensual virtual o presencial con su equipo de trabajo directo. Lo mismo aplica para cada persona funcionaria que tenga personal a cargo.

- 2.2.2. Para generar sentido de pertenencia y trabajo en equipo con el personal a su cargo, las jefaturas deberán aplicar modelos de comunicación asertiva y efectiva tendiente a fortalecer la identidad institucional y promover un clima organizacional positivo siguiendo lo establecido en el Marco Ético Institucional y las recomendaciones emitidas por las comisiones institucionales relacionadas con estas materias y/o derivadas de los estudios de clima organizacional.

3. Gestión de la comunicación externa. El TSE contará con canales oficiales para la comunicación estratégica con partes interesadas ajenas a la institución. La gestión de la comunicación externa se basa en la selección de canales adecuados con el fin de divulgar ampliamente la información relevante que tiene un impacto en las personas usuarias de la institución, la ciudadanía y el país.

ACCIONES PARA IMPLEMENTAR EL LINEAMIENTO:

- 3.1. Sobre la selección y gestión de redes sociales en plataformas digitales**
- 3.1.1. Será potestad exclusiva de la DEGP, a través de las estructuras administrativas a su cargo, la apertura y gestión de las cuentas oficiales del TSE en plataformas digitales (por ejemplo, Facebook, Instagram y Youtube). Ninguna otra estructura administrativa, oficina regional o persona funcionaria puede crear perfiles en redes sociales ni difundir información por medio de este tipo de recursos en nombre del TSE o de sus dependencias, salvo autorización de la DEGP, en cuyo caso, la información que se vaya a difundir en esas cuentas deberá ser supervisada, de previo, por la DEGP.
- 3.1.2. Cuando se considere oportuno, la gestión de las cuentas en redes sociales institucionales podría ser compartida bajo la figura de coadministración con alguna unidad administrativa interna, ente o proveedor externo, bajo la aprobación y supervisión directa de la DEGP, a través de las estructuras administrativas a su cargo.
- 3.1.3. La gestión de las redes sociales en plataformas digitales deberá seguir los lineamientos establecidos en el Manual de procedimientos para la administración de perfiles institucionales en redes sociales.
- 3.2. Sobre el desarrollo y gestión de aplicativos y herramientas**

informáticas

3.2.1. La línea gráfica o visual de las herramientas informáticas y/o aplicaciones creadas por la DGET para uso de agentes externos a la institución, deberá contar con el aval y acompañamiento de la DEGP, a través de las estructuras administrativas a su cargo, de modo que se pueda verificar que cumple con los lineamientos de marca y se ajuste a la estrategia política y comunicacional que rija en el momento. Aplica, asimismo, lo indicado en el numeral 1.3. de esta política.

3.3. Servicio al cliente externo

3.3.1. Las comunicaciones oficiales con proveedores y agentes externos a la institución deberán realizarse de manera exclusiva a través del correo electrónico institucional asignado a la(s) persona(s) que administre el contrato o, bien, a través de llamada telefónica desde las líneas institucionales. Aplican, en este caso, lo indicado en el numeral 2.1.3.

3.3.2. El Área de Capacitación deberá incluir, al menos una vez al año, capacitaciones dirigidas al personal institucional que atiende a personas usuarias de manera presencial, virtual o telefónica. Dichas capacitaciones, que deberán cumplir con el numeral 1.5. de esta política, incluirá -como mínimo- temas relacionados con las buenas prácticas de servicio al cliente, discurso comunicacional y delimitación de mensajes, debiendo ser estos dos últimos coordinados con la DEGP.

3.4. Sobre la gestión de prensa y medios de comunicación

3.4.1. La gestión de prensa y medios de comunicación será una actividad exclusiva de la DEGP a través de las estructuras administrativas a su cargo.

3.4.2. El TSE, a través de la DEGP, buscará fortalecer la relación con los medios de comunicación para mantener una apertura constante que permita dar información veraz y oportuna a la ciudadanía costarricense.

3.4.3. La vocería institucional oficial le corresponde a la Presidencia del TSE, que podrá, por razones de agenda, especialidad, aptitud y oportunidad, delegarla en funcionarios electorales, para que puedan referirse oficialmente a los temas que previamente se les encomienden. La DEGP podrá recomendar a la Presidencia de TSE a la persona que considere más apta para ejercer una vocería y, una vez se designe, asesorar a la persona vocera para la más adecuada atención de la consulta. Asimismo, cuando sea requerido, apoyará con la elaboración de productos de contenido que sirvan de insumo para la atención de las consultas.

- 3.4.4. Cuando se formulen consultas periodísticas a cualquier funcionario o dependencia del TSE, requiriendo la posición oficial de la institución, estas deberán remitirse a la DEGP, a través de las estructuras administrativas a su cargo, y esa instancia coordinará con el medio o el periodista consultante y hará la respectiva consulta periodística según el punto 3.4.3.
- 3.4.5. La DEGP programará talleres de preparación y capacitación a las vocerías institucionales, con la periodicidad que le parezca más conveniente o adecuada y según el periodo en que se encuentre el desarrollo de la estrategia política y comunicacional. Los talleres de vocería tendrán un enfoque integral, de modo que la persona vocera adquiera habilidades aplicables a su relacionamiento con la prensa, pero también con otros públicos estratégicos en diversos ámbitos: reuniones de trabajo, negociaciones, presentaciones ante una audiencia, comparecencias ante instancias superiores o de gobierno, entre otros. Además, integrará contenidos relacionados con el lenguaje verbal y el no verbal para procurar que la persona vocera genere confianza y comunique apertura, seguridad y accesibilidad; al tiempo que busca que el público al que se dirige empatice con la institución y lo que esta tiene por decir a través de su vocería.

4. **Lucha en favor de la información veraz y combate a la desinformación.** El TSE establecerá los mecanismos a su alcance para combatir acciones desinformativas que puedan surgir en relación con el quehacer institucional, a través de procesos de formación, información y reacción tendientes a fortalecer el mensaje y la visión institucional de manera clara y coherente. Además, definirá acciones de mitigación para contrarrestar los efectos negativos que puedan generar las situaciones de desinformación sobre la identidad y rol institucional, lo anterior en pro de la estabilidad de los procesos electorales y el sistema democrático del país.

ACCIONES PARA IMPLEMENTAR EL LINEAMIENTO:

4.1. Sobre la lucha contra la desinformación

- 4.1.1. La DEGP, a través de las estructuras administrativas a su cargo, realizará un proceso de sistematización y análisis del entorno y de información relevante para el TSE, y de gestión de datos político-electorales, que permitan profundizar en la dinámica en la que se desenvuelve la Institución, con el fin de que esté lo más al tanto posible de la conversación pública, necesidades

y vacíos de información en la ciudadanía, que puedan derivar en fenómenos de desinformación.

- 4.1.2. La DEGP, en coordinación con el Área de Capacitación y el IFED, producirá información y promoverá procesos de capacitación interna que le permitan al personal electoral ejercer una ciudadanía digital responsable y reconocer la desinformación en plataformas virtuales. Esto también deberá realizarse con aquellos públicos externos que la DEGP considere oportunos, en virtud de la estrategia de comunicación organizacional.
- 4.1.3. El TSE, a través de las Direcciones Institucionales, deberá establecer canales permanentes de consulta y denuncia, que permitan a la ciudadanía tener información oficial expedita en relación con los ámbitos del quehacer institucional.
- 4.1.4. La DEGP, a través de las dependencias a su cargo, incluirá dentro de la estrategia de comunicación organizacional, acciones tendientes a la sensibilización de medios de comunicación y de figuras públicas influyentes, sobre su responsabilidad en la producción y difusión de información veraz, así como su papel en la promoción de una ciudadanía digital responsable.
- 4.1.5. La DEGP, a través de las dependencias a su cargo, procurará mantener relaciones de cooperación con otros actores de carácter nacional (academia, líderes de opinión, entidades públicas, entre otros), e internacional, incluidos otros organismos electorales, para intercambiar experiencias y generar alianzas estratégicas para el combate de la desinformación y los discursos de odio.
- 4.1.6. La DEGP, a través de las dependencias a su cargo, mantendrá contacto con organizaciones y empresas del sector tecnológico-digital, a efecto de establecer líneas de cooperación y coordinación entre estas y el TSE para contrarrestar la desinformación política, principalmente en procesos electorales.

4.2. Sobre la gestión de temas sensibles y crisis reputacionales

- 4.2.1. El TSE deberá contar con un Protocolo para el Manejo de Crisis y Temas Sensibles, dirigido, gestionado y actualizado periódicamente por la DEGP a través de las dependencias a su cargo. Dicho protocolo deberá contener

mecanismos de identificación temprana, así como herramientas para la gestión expedita de riesgos reputacionales.

4.2.2. La DEGP, a través de las dependencias a su cargo, deberá hacer un seguimiento constante de actividades tendientes a la desinformación electoral o contra la imagen institucional, que permitan la detección de temas sensibles y generación de insumos para la toma de decisiones y atención temprana de estos.

IV. PRINCIPIOS QUE REGIRÁN LOS LINEAMIENTOS

Planificación: la construcción de sentido alrededor del discurso comunicacional del TSE se logra a partir de la planificación estratégica de comunicación que incluya un análisis contextual, establecimiento oportuno de objetivos, planificación de acciones según los públicos estratégicos y la evaluación de resultados.

Coherencia: el discurso comunicacional es coherente en todos los niveles de la institución, tanto en su dimensión lingüística (políticas, marco ético institucional, mensajes clave) como en su dimensión pragmática (a través de las acciones que emprende el personal en concordancia con el discurso lingüístico).

Apertura: el TSE tiene el compromiso de informar y difundir información de calidad; por ello, los procesos de comunicación están dirigidos a informar y dialogar sobre el quehacer institucional de forma coherente, precisa y comprensible para todas las personas dentro y fuera de la institución.

Diálogo: Los procesos de comunicación del TSE se dan en un ambiente de diálogo bidireccional y mutuamente beneficioso entre la institución y sus públicos estratégicos.

Inclusión: Los procesos de comunicación del TSE son incluyentes, en atención a las políticas institucionales: Igualdad y equidad de género, no discriminación por orientación sexual e identidad de género, discapacidad y adultez mayor o condición de menor de edad de las personas.

V. SANCIONES

Las estipuladas en el Reglamento Autónomo de Servicios ante el incumplimiento de la normativa interna.

VI. GLOSARIO (Términos y definiciones)

Comunicación organizacional. Conjunto de procesos de información y comunicación con objetivos específicos que son diseñados para transmitir una identidad, discursos y mensajes específicos a audiencias determinadas.

Comunicación interna. La comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por la institución para la creación y mantenimiento de las buenas relaciones con y entre sus colaboradores, con el fin de que todas las personas se mantengan informadas, integradas y motivadas a contribuir en la consecución de los objetivos organizacionales. Esta debe ser constante entre la alta dirección y las personas colaboradoras y, además, debe permitir la realimentación.

Comunicación externa. La comunicación externa es el conjunto de actividades efectuadas por la institución al público usuario de sus servicios, proveedores, instituciones nacionales e internacionales, medios de comunicación, diferentes actores sociales, entre otros, con el objetivo de informar, generar, mantener o reforzar las relaciones que estos tienen con la institución. Esta debe ser constante y, además, debe permitir la realimentación.

Comunicación política. Es el proceso en el que una organización busca generar sentido alrededor de la toma de decisiones que impacta a un grupo ciudadano o sector, con el objetivo fundamental de construir consensos.

Desinformación. Aunque es un fenómeno complejo que puede delimitarse desde múltiples enfoques, la desinformación -a diferencia de la información errónea que refiere a la difusión accidental de información inexacta- tiene por objetivo engañar y se difunde con el fin de causar daños a otros actores, sean personas, Estados, instituciones, ideas, proyectos, etc., lo cual tiene consecuencias negativas para el sistema democrático y el desarrollo de las sociedades.

Discurso. Conjunto de ideas sustentadas que se transmiten de forma coherente. En comunicación estratégica y comunicación política se distinguen dos clases de discurso que, a su vez, deben ser coherentes entre sí:

Discurso lingüístico. Enunciado con que se expresa un pensamiento o razonamiento a nivel lingüístico, de manera oral o escrita, basado en las reglas de sintaxis, semántica, estilística y retórica.

Discurso pragmático. Conjunto de acciones dirigidas a la promoción de una identidad institucional específica que sea reconocida socialmente.

Estructura administrativa. Esquema dentro de la jerarquía institucional que representa un grupo de trabajo determinado; por ejemplo, puede tratarse de Direcciones, Departamentos, Áreas, Unidades Administrativas, Comisiones

Institucionales o cualquier otra estructura dentro del Tribunal Supremo de Elecciones.

Planificación estratégica de comunicación. Proceso que realizan profesionales de la comunicación para documentar y establecer una ruta de trabajo de la estrategia de comunicación institucional, incluyendo el desarrollo de un diagnóstico (evaluación de dónde se encuentra la organización y hacia dónde quiere ir), planificación, ejecución y evaluación de los procesos ejecutados. La planificación estratégica se constituye en la base para el desarrollo de otros planes de comunicación.

Servicio de mensajería instantánea. Es una forma de conversación en tiempo real, a través de Internet, entre dos o más personas basada mayoritariamente en texto; sin embargo, también podría admitir el envío de imágenes, audios, videos e, incluso, la realización de videollamadas. Ejemplos de estos servicios son TEAMS, Skype, Webex.

Sistema de Identidad Gráfica Institucional. Es el conjunto de elementos gráficos (colores, tipografías, figuras, proporciones etc.) que integran una identidad visual para proyectar el marco filosófico institucional y los mensajes clave del Tribunal Supremo de Elecciones.

Transparencia. Proceso de comunicación dialógica en el cual la institución procura que la información de carácter público esté disponible para todas sus audiencias y en un formato comprensible; al tiempo que posee canales de comunicación dispuestos para la recepción y análisis de la realimentación que ofrecen esas audiencias.

Siglas.

DCRP	Departamento de Comunicación y Relaciones Públicas
DE	Dirección Ejecutiva
DEGP	Dirección General de Estrategia y Gestión Política Institucional
DGET	Dirección General de Estrategia Tecnológica
IFED	Instituto de Formación y Estudios en Democracia
OCOM	Oficina de Comunicación Organizacional
POA	Plan Operativo Anual
RR.HH.	Departamento de Recursos Humanos
TSE	Tribunal Supremo de Elecciones
UAIGD	Unidad de Análisis de Información y Gestión de Datos

VII. CONTROL DE DOCUMENTOS

Listado de documentos internos

Código	Versión	Nombre	Oficina productora	Fecha de última versión
N/A	V01	Manual de Procedimientos para la administración de los perfiles institucionales en redes sociales	Oficina de Comunicación	10 de agosto de 2010

Listado de documentos externos (de otras instituciones)

Código	Versión	Nombre	Institución productora	Fecha de última versión
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

ⁱ Sobre el valor del vínculo dentro del proceso organizacional, puede revisarse, por ejemplo: Pérez, L. (2013) El vínculo con la institución como objeto transferencial. En Anzaldúa, R. (Ed) Imaginario social: creación de sentido. (Pp. 175 -195) Horizontes educativos.

ⁱⁱ Esta visión va de la mano con los acercamientos académicos que entienden la comunicación como constitutiva de las organizaciones (*Communicative Constitution of Organizations, CCO*). Esta perspectiva considera que la organización es, en sí misma, un efecto de la comunicación y no su predecesora

ⁱⁱⁱ Ver por ejemplo: Mumby, Dennis K. y Robin P. Claire. 1997. El discurso como interacción en la sociedad. En: Estudios sobre el discurso II. Una introducción multidisciplinaria. Editada por Teun A. Van Dijk. 19-66. Barcelona: Gedisa

^{iv} Ver, por ejemplo, Canel, María José (2018) La Comunicación de la Administración Pública. Para gobernar con la sociedad. México: Fondo de Cultura Económica.

^v Se distinguen dos tipos de discurso: el discurso lingüístico, que representa los enunciados con que se expresa un pensamiento o razonamiento de manera oral o escrita; y el discurso pragmático, que es más bien el conjunto de acciones al servicio de promulgar una identidad específica. Ver, por ejemplo, Gee, J. P. (1999) An Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method. Londres:Routledge.

Eugenia María Zamora Chavarría, Magistrada Presidenta.- Max Alberto Esquivel Faerron, Magistrado Vicepresidente.- Zetty María Bou Valverde, Magistrada.- Luz de los Ángeles Retana Chinchilla, Magistrada.- Héctor Enrique Fernández Masís, Magistrado.-