



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

INTRODUCCIÓN

Existen diversas formas mediante las cuales los partidos políticos se dirigen a la sociedad a fin de exponer sus acciones e ideología. Una de estas formas es el uso de los medios masivos de comunicación, en virtud de ser éstos el conducto que facilita la difusión de sus propuestas que, en la etapa de campañas, se intensifica con la promoción de sus candidatos.

En este sentido, el legislador consideró oportuno contemplar en las reformas al Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla, publicadas en el Periódico Oficial del Estado en fecha cinco de diciembre de dos mil tres, que la Dirección de Prerrogativas, Partidos Políticos y Medios de Comunicación del Instituto Electoral del Estado proponga al Consejo General los lineamientos para el monitoreo, en los medios de comunicación, de las campañas electorales de los partidos políticos, en términos del artículo 105 fracción XI del Código en cita.

De conformidad con lo anterior, el Consejo General del Instituto Electoral del Estado presenta los lineamientos para el monitoreo, en los medios de comunicación, de las campañas electorales de los partidos políticos, buscando con ello refrendar el compromiso de este Organismo Electoral de trabajar conjunta y armónicamente con todos los actores que intervienen en el proceso de generación y difusión de la información de las fuerzas políticas partidarias durante las campañas electorales.



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

**PRIMERA PARTE DE LOS LINEAMIENTOS
DEL OBJETO Y ATRIBUCIONES PARA LA
REALIZACIÓN DEL MONITOREO**

TÍTULO I

DISPOSICIONES PRELIMINARES

CAPÍTULO ÚNICO

DEL OBJETO DE ESTE LINEAMIENTO

ARTÍCULO 1.- Los presentes lineamientos tienen por objeto establecer el mecanismo legal por el cual se realice el monitoreo de la propaganda electoral de los partidos políticos y/o coaliciones, así como de sus candidatos en los medios masivos de comunicación durante la etapa de campañas electorales, así como establecer las recomendaciones mínimas a dichos medios, a fin que otorguen un acceso equitativo a los mismos.

ARTÍCULO 2.- Son fines de los presentes lineamientos:

I.- Conocer el número y tratamiento que difundan los medios masivos de comunicación de la propaganda electoral de los partidos políticos y/o coaliciones, así como de sus candidatos, durante la etapa de campañas electorales;

II.- Contar con la información generada respecto al monitoreo de la propaganda electoral de los partidos políticos y/o coaliciones, así como de sus candidatos, durante la etapa de campañas electorales; y

III.- Procurar mediante las recomendaciones que emita el Consejo a los medios masivos de comunicación, el acceso equitativo de los partidos políticos y/o coaliciones, así como de sus candidatos, a los mismos.



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

ARTÍCULO 3.- Para los efectos de este lineamiento, se entenderá por:

I.- Candidatos: Los candidatos a Diputados, Gobernador y miembros de los Ayuntamientos, debidamente registrados ante los Órganos Electorales del Instituto, que postulen los partidos políticos y/o coaliciones;

II.- Código: El Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla;

III.- Coalición: La coalición registrada ante el Consejo General del Instituto Electoral del Estado;

IV.- Comisión: La Comisión Permanente de Prerrogativas, Partidos Políticos, Medios de Comunicación y Topes de Gastos de Campaña del Instituto Electoral del Estado;

V.- Comité: El Comité de Adquisiciones del Instituto Electoral del Estado;

VI.- Consejero Presidente: El Consejero Presidente del Consejo General del Instituto Electoral del Estado;

VII.- Consejo: El Consejo General del Instituto Electoral del Estado;

VIII.- Contrato: El contrato que se adjudique, la empresa que preste el servicio de monitoreo al Instituto Electoral del Estado;

IX.- Dirección: La Dirección de Prerrogativas, Partidos Políticos y Medios de Comunicación del Instituto Electoral del Estado;

X.- Director: El Director General del Instituto Electoral del Estado;



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

XI.- Empresa: La empresa a la cual se adjudique el contrato para la prestación del servicio de monitoreo;

XII.- Instituto: El Instituto Electoral del Estado;

XIII.- Lineamientos: Los lineamientos para el monitoreo, de los medios de comunicación, de las campañas electorales de los partidos políticos;

XIV.-Medios masivos de comunicación: Medios de comunicación que permiten la obtención de información sencilla y de fácil alcance sobre diversos asuntos de interés de la colectividad en general, siendo los principales la televisión, la radio, el periódico, los libros, el telégrafo, el teléfono e internet.

XV.- Monitoreo: El monitoreo de la propaganda electoral de los partidos políticos y/o coaliciones, así como de sus candidatos transmitida en los medios masivos de comunicación durante la etapa de campañas electorales;

XVI.-Normatividad: La Normatividad para Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Comité de Adquisiciones del Instituto Electoral del Estado;

XVII.- Partidos Políticos: Los partidos políticos acreditados o registrados ante el Instituto Electoral del Estado; y

XVIII.- Propaganda Electoral: El conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la campaña electoral, producen y difunden los partidos políticos y/o coaliciones, los candidatos registrados y sus simpatizantes con el propósito de propiciar la exposición, desarrollo y discusión ante el electorado, de los programas y acciones fijados por los propios partidos políticos en sus documentos básicos y particularmente en la plataforma electoral que para la elección hubieren registrado.



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

TÍTULO II
DE LAS ATRIBUCIONES DEL CONSEJO, CONSEJERO PRESIDENTE, DE LA COMISIÓN, DEL COMITÉ, DEL DIRECTOR Y DE LA DIRECCIÓN
CAPÍTULO I
DE LAS ATRIBUCIONES DEL CONSEJO

ARTÍCULO 4.- Son atribuciones del Consejo, las señaladas en el artículo 89 del Código y las demás relacionadas con la materia, así como las siguientes:

I.- Interpretar los presentes lineamientos conforme a los criterios gramatical, sistemático y funcional, observando lo dispuesto por el último párrafo del artículo 14 de la Constitución Federal;

II.- Aprobar los criterios sobre los casos no previstos en los lineamientos;

III.- Aprobar la designación de la persona, que a propuesta de la empresa, servirá de enlace con la Dirección, a fin de aclarar dudas del monitoreo;

IV.- Acordar la designación del personal del Instituto que realice la consulta del software que contenga los datos del monitoreo de la empresa;

V.- Acordar, en su caso, las recomendaciones que estime pertinentes a los medios masivos de comunicación, procurando se otorgue un acceso equitativo a los mismos a los partidos políticos y/o coaliciones, así como a sus candidatos, dentro de las que se incluirán como mínimo las señaladas en el artículo 25 de los lineamientos;

VI.- Conocer, los informes parciales, final y, en su caso, extraordinarios que rinda la empresa;



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

VII.- Solicitar, en su caso, los informes extraordinarios a la empresa, por conducto del Director;

VIII.- Realizar las observaciones conducentes a los informes parciales, final y, en su caso, extraordinarios del monitoreo que rinda la empresa, por conducto del Director;

IX.- Acordar las especificaciones que considere necesarias a implementar en el contrato;

X.- Tener a su cargo el resguardo del respaldo del monitoreo;

XI.- Vigilar el cumplimiento de los lineamientos;

XII.- Proponer reformas a los lineamientos, a solicitud de cualquiera de sus integrantes; y

XIII.- Las demás que señalen las disposiciones legales aplicables y los lineamientos.

CAPÍTULO II

DE LAS ATRIBUCIONES DEL CONSEJERO PRESIDENTE

ARTÍCULO 5.- Son atribuciones del Consejero Presidente, las señaladas en el artículo 91 del Código y las demás relacionadas con la materia, así como las siguientes:

I.- Someter a consideración del Consejo los informes parciales, final y, en su caso, extraordinarios;



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

II.- Notificar a los medios masivos de comunicación, las recomendaciones mínimas que establece el artículo 25 de los Lineamientos, así como aquellas que, en su caso, emita el Consejo, a fin de procurar se otorgue un acceso equitativo a los partidos políticos y/o coaliciones, así como a sus candidatos, en dichos medios;

III.- Notificar al Comité las especificaciones que acuerde el Consejo, a implementar en el contrato;

IV.- Notificar a la empresa la designación de la persona, que a propuesta de la empresa, servirá de enlace con la Dirección, a fin de aclarar dudas del monitoreo;

V.- Notificar a la empresa, del personal que designe el Consejo para realizar la consulta del software;

VI.- Coordinar la distribución de los boletines a los medios masivos de comunicación, que contengan los resultados obtenidos del monitoreo; y

VII.- Las demás que señalen las disposiciones legales aplicables y los lineamientos.

CAPÍTULO III

DE LAS ATRIBUCIONES DE LA COMISIÓN

ARTÍCULO 6.- Son atribuciones de la Comisión, las señaladas en el artículo 15 fracción III del Reglamento de Comisiones del Instituto y las demás relacionadas con la materia, así como las siguientes:



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

- I.- Solicitar a la Dirección, los informes parciales y final que realice la empresa;
- II.- Proponer reformas a los lineamientos; y
- III.- Las demás que señalen las disposiciones legales aplicables y los lineamientos.

CAPÍTULO IV
DE LAS ATRIBUCIONES DEL COMITÉ

ARTÍCULO 7.- Son atribuciones del Comité, las señaladas en el artículo 18 de la Normatividad y las demás relacionadas con la materia, así como las siguientes:

- I.- Efectuar, de acuerdo a la Normatividad, el procedimiento para que se adjudique el Contrato a la empresa que realizará el monitoreo;
- II.- Establecer en las bases, a través de las cuales se adjudique el Contrato, las especificaciones que acuerde el Consejo;
- III.- Solicitar a la Dirección, por conducto del Director, los informes parciales, final y, en su caso, extraordinarios que realice la empresa, a fin de verificar el cumplimiento del contrato; y
- IV.- Las demás que señalen las disposiciones legales aplicables y los lineamientos.



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

CAPÍTULO V
DE LAS ATRIBUCIONES DEL DIRECTOR

ARTÍCULO 8.- Son atribuciones del Director, las señaladas en el artículo 98 del Código y las demás relacionadas con la materia, así como las siguientes:

I.- Solicitar a la empresa, por conducto de la Dirección, los informes parciales y final del monitoreo realizado;

II.- Solicitar a la empresa, por conducto de la Dirección, los informes extraordinarios que en su caso determine el Consejo;

III.- Remitir al Consejo, así como al Comité, los informes parciales, final y, en su caso, extraordinarios que rinda la empresa;

IV.- Coordinar la difusión de los resultados obtenidos del monitoreo en la página web del Organismo;

V.- Solicitar a la empresa, por conducto de la Dirección, el respaldo del monitoreo;

VI.- Remitir al Consejo, el respaldo del monitoreo;

VII.- Comunicar a la empresa, por conducto de la Dirección, las observaciones realizadas por el Consejo a los informes parciales, final y, en su caso, extraordinarios; y

VIII.- Las demás que señalen las disposiciones legales aplicables y los lineamientos.



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS
ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

CAPÍTULO VI
DE LAS ATRIBUCIONES DE LA DIRECCIÓN

ARTÍCULO 9.- Son atribuciones de la Dirección, las señaladas en el artículo 105 del Código y las demás relacionadas con la materia, así como las siguientes:

I.- Requerir a la empresa, los informes parciales y final del monitoreo realizado;

II.- Requerir a la empresa, los informes extraordinarios que en su caso estime el Consejo;

III.- Remitir al Director los informes parciales, final y, en su caso, extraordinarios, que rinda la empresa;

IV.- Remitir al Director el respaldo del monitoreo;

V.- Proponer al Consejo, por conducto del Director, reformas a los lineamientos;

VI.- Aclarar las interrogantes que se presenten, respecto al contenido y alcances de los presentes lineamientos; y

VII.- Las demás que señalen las disposiciones legales aplicables y los lineamientos.



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

**SEGUNDA PARTE DE LOS LINEAMIENTOS
DE LA REALIZACIÓN DEL MONITOREO
TÍTULO ÚNICO
DE LAS GENERALIDADES DEL MONITOREO Y DE LOS INFORMES
CAPÍTULO I
GENERALIDADES DEL MONITOREO**

ARTÍCULO 10.- El Consejo acordará, por lo menos treinta días naturales antes del inicio de la etapa de registro de candidatos que establece el Código, lo siguiente:

I.- Los municipios del Estado en los que se efectuará el monitoreo, entre los que se incluirá invariablemente al municipio de Puebla;

II.- Los medios masivos de comunicación a monitorear;

III.- El horario a efectuar el monitoreo en los medios masivos de comunicación;

IV.- Los formatos y número de copias en que se realizará el respaldo del monitoreo por parte de la empresa, de acuerdo a lo establecido en el artículo 21 de los lineamientos;

V.- La designación del personal del Instituto que realice la consulta del software que contenga los datos del monitoreo de la empresa;

VI.- Las recomendaciones que, en su caso, estime pertinentes a los medios masivos de comunicación, procurando se otorgue un acceso equitativo a los mismos a los partidos políticos y/o coaliciones, así como a sus candidatos,



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

dentro de las cuales se incluirán como mínimo las señaladas en el artículo 25 de los lineamientos; y

VII.- En su caso aquellas que considere pertinentes para el monitoreo.

ARTÍCULO 11.- El Comité, mediante el procedimiento de adjudicación del contrato que establece la Normatividad, determinará la empresa que realizará el monitoreo.

ARTÍCULO 12.- El contrato que realice el Comité deberá incluir las especificaciones que establece el artículo 10, así como las demás que señalan los lineamientos.

ARTÍCULO 13.- Son sujetos de monitoreo los partidos políticos y/o coaliciones, así como sus candidatos.

ARTÍCULO 14.- Para efectos del monitoreo, la coalición se entenderá como un solo ente de monitoreo y la contabilización se hará como si se tratara de un solo instituto político.

ARTÍCULO 15.- La empresa realizará, durante el periodo de campañas electorales que establece el Código, el monitoreo diario de la propaganda electoral de los partidos políticos y/o coaliciones, así como de sus candidatos en los municipios, medios masivos de comunicación y horarios, que para tal efecto se determinen en el Contrato, con base en lo acordado por el Consejo.

ARTÍCULO 16.- Serán objeto de monitoreo, los escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la campaña electoral, producen y difunden los partidos políticos y/o coaliciones, así como sus candidatos, de acuerdo a lo siguiente:



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

I.- La propaganda electoral gratuita o pagada que los partidos políticos y/o coaliciones, así como sus candidatos y simpatizantes, difundida en los medios masivos de comunicación;

II.- La información vertida por partidos políticos y/o coaliciones, así como por sus candidatos, dirigentes, funcionarios, militantes y simpatizantes partidistas que emitan declaraciones en tal carácter;

III.- Las noticias generadas por funcionarios públicos municipales, estatales o federales de cualquier partido político, únicamente cuando el actor directo emita una declaración en calidad de miembro de cualquier partido político y/o coalición en el ámbito local y sobre un tema de interés partidista local;

IV.- La información de tipo editorial vertida en columnas políticas o editoriales de los periódicos, así como los diversos géneros periodístico mediante los cuales se puede manejar la información: entrevista, reportaje, crónica, análisis o ensayo; y

V.- Las fotografías y caricaturas que hagan referencia directa a los partidos políticos y/o coaliciones, así como a sus candidatos.

ARTÍCULO 17.- En el caso de notas compartidas, donde aparezcan declaraciones de dos o más partidos políticos y/o coaliciones, así como de sus candidatos sobre un tema, la contabilización se hará para todos los que participen en la nota, siempre y cuando éstos aparezcan tanto en el encabezado de la nota como en el cuerpo de la misma.

ARTÍCULO 18.- La información de carácter nacional de los partidos políticos será susceptible de monitoreo cuando refiera propaganda electoral de partidos políticos y/o coaliciones, así como de sus candidatos, que contiendan en los Procesos Electorales en el Estado.



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

De igual forma, la empresa realizará el monitoreo de los promocionales genéricos de los partidos políticos y/o coaliciones aunque que no se publicite ningún candidato, pero sí a un partido político y/o coalición de manera general.

ARTÍCULO 19.- La empresa realizará el monitoreo por cada tipo de campaña, de acuerdo a la siguiente clasificación:

I.- A Gobernador del Estado: en caso que se refiera a propaganda electoral únicamente respecto al candidato a ese cargo;

II.- A Diputado para el Congreso: en caso que se refiera a propaganda electoral únicamente respecto al candidato a ese cargo;

III.- A Miembros de Ayuntamientos: en caso que se refiera a propaganda electoral únicamente respecto a alguno de los candidatos integren la planilla; y

IV.- Campaña Mixta: en caso que se refiera a propaganda electoral conjuntamente dos o más candidatos a los cargos mencionados en las fracciones que anteceden.

Además de lo anterior, la empresa realizará el monitoreo de los promocionales genéricos que refiere el artículo 18 de los lineamientos.

ARTÍCULO 20.- La empresa propondrá en terna, al Consejo, por conducto del Consejero Presidente, a la persona que servirá de enlace estando permanentemente en contacto con la Dirección en cualquier momento durante la instrumentación del monitoreo, a fin de aclarar dudas sobre la ejecución del mismo y resolver las situaciones y/o casos no previstos que pudieran llegar a presentarse.



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

El Consejo aprobará la designación de la persona que refiere el párrafo anterior, previa valoración de los currículum vitae correspondientes.

ARTÍCULO 21.- La empresa proporcionará al Instituto el respaldo del monitoreo que será propiedad del Organismo, a su vez la empresa contará con su propio respaldo.

ARTÍCULO 22.- Los resultados que se obtengan del monitoreo, se considerarán propiedad del Instituto; cualquier uso inadecuado y/o no autorizado por el mismo, será sancionado de acuerdo a lo que establece la Normatividad.

ARTÍCULO 23.- El Instituto difundirá los resultados obtenidos del monitoreo mediante la distribución de boletines a los medios masivos de comunicación.

De igual forma, dicha información será difundida en la página web del Instituto.

ARTÍCULO 24.- Los costos que se generen por la realización del monitoreo serán sufragados por el Instituto de acuerdo a los principios de austeridad y racionalidad de los recursos.

ARTÍCULO 25.- El Consejo, procurando se otorgue un acceso equitativo a los partidos políticos y/o coaliciones, así como a sus candidatos en los medios masivos de comunicación acordará, en su caso, las recomendaciones que considere pertinentes, dentro de las que se incluirán como mínimo las siguientes:

I.- Establecer de manera igualitaria las tarifas aplicables a los partidos políticos y/o coaliciones, así como a sus candidatos interesados en la transmisión y/o publicación de su propaganda electoral, de acuerdo al servicio que contraten;

II.- Mantener un criterio de igualdad respecto a la asignación y distribución de los horarios de transmisión de la propaganda electoral de los partidos políticos



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

y/o coaliciones, así como de sus candidatos, interesados en contratar la misma clase de servicios;

III.- Difundir en sus espacios noticiosos, las actividades de los partidos políticos y/o coaliciones, así como de sus candidatos, en las campañas electorales, atendiendo a criterios de uniformidad en el formato y en la calidad de los recursos técnicos, de tal modo que se establezca un trato igualitario a los mismos; y

IV.- Suspender la transmisión y/o publicación de propaganda electoral de los partidos políticos y/o coaliciones, así como de sus candidatos, tres días antes de la jornada electoral, lo anterior en términos de lo dispuesto por el artículo 217 del Código.

De igual forma el Consejo, por conducto de su Consejero Presidente, solicitará a los medios masivos de comunicación envíen el tarifario y los horarios disponibles para la transmisión de propaganda electoral de los partidos políticos y/o coaliciones, así como de sus candidatos, a fin de informar lo conducente a los institutos políticos acreditados o registrados ante este Organismo.

CAPÍTULO II

DE LOS INFORMES

ARTÍCULO 26.- La empresa remitirá semanalmente a la Dirección, una vez iniciada la etapa de campañas electorales, los informes parciales del monitoreo, los cuales deberán contener invariablemente los datos señalados en el artículo 30 del lineamiento.



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

ARTÍCULO 27.- La empresa remitirá a la Dirección, el informe final del monitoreo dentro de los veinte días naturales siguientes al de la Jornada Electoral, el cual contendrá un concentrado de los datos de todos los informes parciales que rinda la empresa.

ARTÍCULO 28.- La empresa remitirá a la Dirección, los informes extraordinarios del monitoreo que en su caso solicite el Consejo, dentro de los dos días siguientes a la notificación del requerimiento.

ARTÍCULO 29.- Los informes parciales, final y en su caso, extraordinarios que rinda la empresa, se entregarán de manera impresa y en formato de disco compacto (CD).

ARTÍCULO 30.- En caso que los medios masivos de comunicación que acuerde el Consejo para la realización del monitoreo, sea en televisión, radio y/o prensa escrita, los informes que rinda la empresa deberán presentarse atendiendo a cada uno de dichos medios, conforme a lo siguiente:

I.- INFORMES DEL MONITOREO EN TELEVISIÓN:

a) Número consecutivo: se otorgará un número consecutivo a cada promocional de acuerdo con el orden cronológico de aparición de los promocionales transmitidos por cada partido político y/o coalición, así como por sus candidatos;

b) Fecha: se registrará la fecha de transmisión del promocional, en año, mes y día;

c) Hora: se deberá registrar la hora de inicio de transmisión del promocional, en horas minutos y segundos;

- d) Canal de televisión en el que se transmitió el promocional: se especificarán las siglas y el canal en que se transmitió cada uno;
- e) Municipio en que se realizó el monitoreo;
- f) Grupo televisivo: empresa concesionaria o permisionaria a la que pertenece el canal de televisión que emitió el promocional;
- g) Tipo de promocional: se registrará el tipo de promocional: promocional regular, publicidad virtual, superposición con audio o sin audio, exposición del logo en estudio, menciones, patrocinio de programas o eventos, programas electorales;
- h) Tipo de campaña que publicita: se registrará el cargo de elección popular que publicita dicho promocional, de acuerdo a la clasificación establecida en el artículo 19 del Lineamiento;
- i) Nombre(s) del(los) candidato(s) a los cargos de elección popular;
- j) Partido político y/o coalición: denominación del partido político y/o coalición sobre el que trata la transmisión;
- k) Versión de cada promocional: se identificará plenamente la versión de cada uno de los promocionales transmitidos, con base en los criterios de clasificación de la empresa;
- l) Duración: se registrará la duración del promocional en formato de celda de horas, minutos y segundos (00:00:00);
- m) Programa: se registrará el nombre del programa en que se transmitió el promocional. Si llegara a transmitirse entre dos programas, se anotará el nombre del programa inmediato anterior e inmediato posterior a la emisión del mensaje;
- n) Inversión: se registrará la inversión estimada de conformidad con las tarifas publicadas de acuerdo con el horario en que se haya transmitido el promocional y el medio de que se trate; y

o) Total de spots transmitidos: sumatoria de spots transmitidos, incluyendo un concentrado por cada canal en que se realice el monitoreo;

II.- INFORMES DEL MONITOREO DE RADIO:

a) Número consecutivo: se otorgará un número consecutivo a cada promocional de acuerdo con el orden cronológico de aparición de los promocionales transmitidos por cada partido político y/o coalición, así como por sus candidatos;

b) Fecha: se registrará la fecha de transmisión del promocional, en año, mes y día;

c) Hora: se deberá registrar la hora de inicio de transmisión del promocional, en horas minutos y segundos;

d) Estación de radio en la que se transmitió el promocional: se especificará el nombre, la banda, las siglas y la frecuencia de la estación en que se transmitió el promocional;

e) Municipio en que se realizó el monitoreo;

f) Grupo radiofónico: la empresa a la que pertenece la estación de radio que emitió el promocional;

g) Tipo de promocional: se registrará el tipo de promocional: promocional regular y programas electorales;

h) Tipo de campaña que publicita: se registrará el cargo de elección popular que publicita dicho promocional, de acuerdo a la clasificación establecida en el artículo 19 del Lineamiento;

i) Nombre(s) del(los) candidato(s) a los cargos de elección popular;



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

- j) Partido político y/o coalición: denominación del partido político y/o coalición sobre el que trata la transmisión;
- k) Versión de cada promocional: se identificará plenamente la versión de cada uno de los promocionales transmitidos, con base en los criterios de clasificación de la empresa;
- l) Duración: se registrará la duración del promocional en formato de celda de horas, minutos y segundos (00:00:00);
- m) Inversión: se registrará la inversión estimada de conformidad con las tarifas publicadas de acuerdo con el horario en que se haya transmitido el promocional y el medio de que se trate; y
- n) Total de spots transmitidos: sumatoria de spots transmitidos, incluyendo un concentrado por cada estación en que se realice el monitoreo;

III.- INFORMES DEL MONITOREO EN NOTICIEROS EN TELEVISIÓN Y RADIO:

- a) Noticiero: nombre del programa noticioso en el que se realiza el monitoreo;
- b) Periodo: se registrará el periodo que se registra;
- c) Municipio en que se realizó el monitoreo;
- d) Canal o emisora: nombre del canal o emisora donde se transmitió la noticia;
- e) Frecuencia: frecuencia de la emisora;
- f) Siglas: siglas del canal o emisora donde se transmitió la noticia;



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

- g) Fecha: se registrará la fecha de transmisión de la noticia en día, mes y año;
- h) Hora: se registrará la hora de inicio de transmisión de la noticia, en horas minutos y segundos;
- i) Duración: se registrará la duración de la noticia, en horas, minutos y segundos;
- j) Nombre(s) del(los) candidato(s) a los cargos de elección popular;
- k) Partido político y/o coalición: denominación del partido político y/o coalición sobre el que trata la nota;
- l) Tema: se presentará una breve descripción del tema o nombre de la noticia;
- m) Número consecutivo: se otorgará un número consecutivo a cada espacio de acuerdo con el orden cronológico de aparición de los espacios transmitidos para cada partido político y/o coalición, así como para sus candidatos;
- n) Grupo televisivo o radiofónico: la empresa a la que pertenece el canal de televisión o emisora que emitió el promocional;
- o) Género periodístico: se dará a conocer el género periodístico utilizado en la presentación de la información: nota informativa, entrevista, debate, reportaje y análisis;
- p) Valoración de la información: se diferenciará entre la presentación de un hecho sin que éste sea valorado o calificado de manera personal por el reportero y la presentación de la información con algún tipo de valoración o calificación hacia algún candidato, partido político y/o coalición;
- q) Voz e imagen: presentación del conductor o reportero, con la imagen y el audio del candidato o dirigente de que se trate (televisión);

- r) Cita y voz: presentación de la noticia por el conductor con o sin reportero, pero con la voz del candidato o dirigente del partido político y/o coalición (radio);
- s) Cita e imagen: presentación o no del conductor, pero con la cobertura del reportero y con la imagen del candidato o dirigente pero sin su audio (televisión);
- t) Cita y audio: presentación de la noticia por el conductor, con reportero, pero con la voz del candidato o dirigente del partido político y/o coalición (radio);
- u) Solo voz: entrevistas en vivo del candidato o dirigente (radio) o por vía telefónica;
- v) Sólo imagen: reporte de las notas por el conductor, con imagen de apoyo, de archivo, fija o en vivo (televisión);
- w) Solo cita: únicamente lectura de las notas del candidato, partido político y/o coalición por parte del conductor sin ningún tipo de apoyo;
- x) Tipo de campaña que publicita: se registrará el cargo de elección popular que publicita dicho promocional, de acuerdo a la clasificación establecida en el artículo 19 del Lineamiento; e
- y) Inversión: en su caso, se registrará la inversión estimada de conformidad con las tarifas publicadas de acuerdo con el horario en que se haya transmitido la noticia, duración de la misma y el medio de que se trate.

IV.- INFORMES DEL MONITOREO EN PRENSA ESCRITA:

- a) Grupo editorial en donde se publica el promocional;
- b) Tipo de promocional publicado: sean promocionales regulares o inserciones pagadas por independientes;

- c) Nombre del periódico;
- d) Municipio en que se realizó el monitoreo;
- e) Fecha de publicación de la nota periodística;
- f) Página: número de página en donde se encuentre el espacio, nota artículo de opinión, columna o inserción pagada;
- g) Sección: descripción del nombre de la sección en que se publica el anuncio;
- h) Género periodístico: se dará a conocer el género periodístico utilizado en la publicación: nota informativa, columna, artículo de opinión y reportaje;
- i) Fotografía: se indicará si el espacio, nota o inserción pagada contiene o no fotografía;
- j) Medida: espacio de ocupación de la nota (columna por centímetro);
- k) Fecha: campo el cual indica la fecha de publicación del espacio, nota, artículo de opinión, columna o inserción pagada representado en día, mes y año;
- l) Número de notas publicadas, de cada partido político y/o coalición y de sus candidatos;
- m) Tipo de campaña que publicita: se registrará el cargo de elección popular que publicita dicho promocional, de acuerdo a la clasificación establecida en el artículo 19 del Lineamiento;
- n) Nombre del candidato, partido político y/o coalición; y
- o) Inversión: se registrará la inversión estimada de conformidad con las tarifas publicadas por los distintos grupos editoriales.

ARTÍCULO 31.- La empresa deberá conservar en su poder el software que contenga las pautas publicitarias de propaganda electoral, los respaldos de todas



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

las grabaciones y de la información que se origine por el monitoreo de manera integral hasta que la elección se haya llevado a efecto o bien las resoluciones que, en su caso, se pronuncien en última instancia.

ARTÍCULO 32.- La empresa pondrá a disposición del personal que para tal efecto designe el Consejo, el software que permita la consulta de información y reportes detallados y totalizados por:

- I.- Medio;
- II.- Canal o estación;
- III.- Grupo televisivo o radiofónico;
- IV.- Periodo;
- V.- Tipo de promocional;
- VI.- Partido político y/o coalición;
- VII.- Candidato;
- VIII.- Tipo de campaña;
- IX.- Versión; y
- X.- Programas.

ARTÍCULO TRANSITORIO

ÚNICO.- Los presentes lineamientos para el monitoreo, de los medios de comunicación, de las campañas electorales de los partidos políticos, entrará en vigor al día siguiente de su aprobación por el Consejo General del Instituto Electoral del Estado.



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS
ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

ÍNDICE

	PÁGINA
INTRODUCCIÓN	1
 PRIMERA PARTE DE LOS LINEAMIENTOS DEL OBJETO Y ATRIBUCIONES PARA LA REALIZACIÓN DEL MONITOREO TÍTULO I DISPOSICIONES PRELIMINARES	
 CAPÍTULO ÚNICO DEL OBJETO DE ESTE LINEAMIENTO	2
 TÍTULO II DE LAS ATRIBUCIONES DEL CONSEJO, CONSEJERO PRESIDENTE, DE LA COMISIÓN, DEL COMITÉ, DEL DIRECTOR Y DE LA DIRECCIÓN	
 CAPÍTULO I DE LAS ATRIBUCIONES DEL CONSEJO	5
 CAPÍTULO II DE LAS ATRIBUCIONES DEL CONSEJERO PRESIDENTE	6
 CAPÍTULO III DE LAS ATRIBUCIONES DE LA COMISIÓN	7
 CAPÍTULO IV DE LAS ATRIBUCIONES DEL COMITÉ	8



LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE LAS CAMPAÑAS
ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

CAPÍTULO V

DE LAS ATRIBUCIONES DEL DIRECTOR.....	9
---------------------------------------	---

CAPÍTULO VI

DE LAS ATRIBUCIONES DE LA DIRECCIÓN.....	10
--	----

SEGUNDA PARTE DE LOS LINEAMIENTOS

DE LA REALIZACIÓN DEL MONITOREO

TÍTULO ÚNICO

DE LAS GENERALIDADES DEL MONITOREO Y DE LOS INFORMES

CAPÍTULO I

GENERALIDADES DEL MONITOREO	11
-----------------------------------	----

CAPÍTULO II

DE LOS INFORMES.....	16
----------------------	----

ARTÍCULO TRANSITORIO	24
----------------------------	----