



Instituto Electoral del Estado

PROYECTO DE REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



PROYECTO DE REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	SE PROPONE DECIR	JUSTIFICACIÓN
INTRO DUC CIÓN	<p>En las reformas aprobadas por el H. Congreso del Estado al Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla en fecha doce de diciembre de dos mil seis, el legislador consideró necesario regular lo relativo a las precampañas de los partidos políticos, por lo que en el artículo 200 bis del Código en comento se establece que, los partidos políticos debidamente acreditados o registrados ante el Instituto Electoral del Estado, con base en sus estatutos o normatividad interna aplicable, podrán realizar precampañas para elegir a los ciudadanos que presentarán como candidatos a puestos de elección popular ante los Organismos Electorales competentes para su registro.</p> <p>...</p>	INTRO DUC CIÓN	<p>En las reformas aprobadas por el H. Congreso del Estado al Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla en fecha doce de diciembre de dos mil seis, el legislador consideró necesario regular lo relativo a las precampañas de los partidos políticos, por lo que en el artículo 200 bis del Código en comento se establece que, los partidos políticos debidamente acreditados o registrados ante el Instituto Electoral del Estado, con base en sus estatutos o normatividad interna aplicable, podrán realizar precampañas para elegir a los ciudadanos que presentarán como candidatos a puestos de elección popular ante los Organismos Electorales competentes para su registro.</p> <p>...</p> <p><i>Ahora bien, el trece de noviembre de dos mil siete se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto que reforma diversos artículos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, entre los que se determina en el artículo 41 fracción III apartados A y B, que el Instituto Federal Electoral será autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales, de acuerdo a lo dispuesto en dichos apartados así como en la legislación aplicable.</i></p>	<p>Ajustar el contenido a las reformas federales y estatales en materia de acceso a radio y televisión.</p>



PROYECTO DE REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	SE PROPONE DECIR	JUSTIFICACIÓN
	<p>En este sentido, con el objeto de garantizar el respeto a los principios rectores de legalidad y certeza, el Consejo General de este Organismo se dio a la tarea de elaborar un documento que aportara los elementos indispensables para la regulación del monitoreo en los medios de comunicación a implementar durante el periodo de precampañas electorales.</p> <p>De conformidad con lo anterior, el Órgano Superior de Dirección de este Ente Electoral presenta los Lineamientos para el monitoreo de las precampañas electorales, en los medios de comunicación, los cuales tienen como fin vigilar que no se realicen actos de precampaña electoral fuera de los plazos establecidos por la normatividad electoral aplicable y en la interna de cada partido político y/o coalición, así como que los precandidatos no contraten publicidad en los medios de comunicación social para las</p>		<p><i>Es así que, en las reformas aprobadas por el Congreso del Estado que fueron publicadas en el Periódico Oficial del Estado de fecha tres de agosto de dos mil nueve, dentro del dispositivo 43 fracción IV se establece como prerrogativa de los partidos políticos el acceder a los medios de comunicación social oficiales, en términos de la legislación federal y local aplicables, estableciéndose además que su acceso a radio y televisión se realizará conforme a las normas establecidas en la Constitución Federal, la Local y la legislación en la materia, por lo que en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.</i></p> <p>En este sentido, con el objeto de garantizar el respeto a los principios rectores de legalidad y certeza, el Consejo General de este Organismo se dio a la tarea de elaborar un documento que aportara los elementos indispensables para la regulación del monitoreo en los medios de comunicación a implementar durante el periodo de precampañas electorales.</p> <p>De conformidad con lo anterior, el Órgano Superior de Dirección de este Ente Electoral presenta los Lineamientos para el monitoreo de las precampañas electorales, en los medios de comunicación, los cuales tienen como fin vigilar que no se realicen actos de</p>	



PROYECTO DE REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	SE PROPONE DECIR	JUSTIFICACIÓN
	precampañas, por sí o por interpósita persona y, en su caso, conocer de las actividades que realicen ciudadanos que promuevan su imagen personal, de manera pública y con el inequívoco propósito de establecer su postulación a un cargo de elección popular y que no participen dentro de los procesos de selección interna que lleven a cabo los partidos políticos o coaliciones, en apego a las restricciones contempladas por las normas electorales aplicables a la materia.		precampaña electoral fuera de los plazos establecidos por la normatividad electoral aplicable y en la interna de cada partido político y/o coalición; que los precandidatos no contraten publicidad en los medios de comunicación social para las precampañas, por sí o por interpósita persona; <i>que los medios de comunicación social oficiales, los partidos políticos, sus precandidatos y la ciudadanía en general observen en todo momento lo dispuesto por la legislación federal y local respecto al acceso a radio y televisión de los partidos políticos;</i> y en su caso, conocer de las actividades que realicen ciudadanos que promuevan su imagen personal, de manera pública y con el inequívoco propósito de establecer su postulación a un cargo de elección popular y que no participen dentro de los procesos de selección interna que lleven a cabo los partidos políticos o coaliciones, en apego a las restricciones contempladas por las normas electorales aplicables a la materia.	



PROYECTO DE REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	SE PROPONE DECIR	JUSTIFICACIÓN
2	<p>Son fines de los presentes lineamientos:</p> <p>I.- ... III.- ...</p>	2	<p>Son fines de los presentes lineamientos:</p> <p>I.- ... III.- ... y IV.- <i>Vigilar que los actores electorales, los medios de comunicación social oficiales y la ciudadanía en general observen en todo momento las disposiciones federales y locales en materia de acceso de los partidos políticos a radio y televisión.</i></p>	Ajustar el contenido a las reformas federales y estatales en materia de acceso a radio y televisión.
3	<p>Para los efectos de los presentes lineamientos, se entenderá por:</p> <p>I XIV.- Medios de comunicación: Los medios de comunicación social, es decir, televisión, radio, prensa, teléfono e internet;</p> <p>XV.- Monitoreo: El monitoreo de la propaganda de las precampañas electorales de los partidos políticos o coaliciones y de</p>	3	<p>Para los efectos de los presentes lineamientos, se entenderá por:</p> <p>I XIV.- Medios de comunicación: <i>Se entenderá en éstos, tanto los medios de comunicación social oficiales, como los medios masivos de comunicación;</i></p> <p>XV.- <i>Medios de comunicación social oficiales: Radio y televisión;</i></p> <p>XVI.- <i>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, entre los que se comprenderán el periódico, los libros, el telégrafo, el teléfono e Internet;</i></p> <p>XVII.- Monitoreo: El monitoreo de la propaganda de las precampañas electorales de los partidos políticos o coaliciones y de</p>	Se propone realizar una diferencia entre los medios de comunicación, a efecto de especificar lo referente a las reformas federales y estatales en materia de acceso a radio y televisión.



PROYECTO DE REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	SE PROPONE DECIR	JUSTIFICACIÓN
	<p>sus precandidatos, así como de los ciudadanos que promuevan su imagen personal, de manera pública y con el inequívoco propósito de establecer su postulación a un cargo de elección popular, transmitida en los medios de comunicación durante el periodo que apruebe el Consejo; ... XVI al XIX.- ...</p>		<p>sus precandidatos, así como de los ciudadanos que promuevan su imagen personal, de manera pública y con el inequívoco propósito de establecer su postulación a un cargo de elección popular, transmitida en los medios de comunicación durante el periodo que apruebe el Consejo; ... XVIII al XX.- ... <i>XXI.- Respaldo del monitoreo: La grabación y/o escaneo realizado por la empresa, del total de transmisiones o publicaciones en los canales, estaciones, periódicos y/o portales digitales, durante la totalidad del periodo y horarios acordados por el Consejo para la realización del monitoreo, información que será almacenada en medios digitales.</i></p>	<p>Se propone incluir dicha fracción, en concordancia con la propuesta realizada por la Comisión Permanente de Prerrogativas, Partidos Políticos, Medios de Comunicación y Topes de Gastos de Campaña, a los Lineamientos para el monitoreo de las campañas electorales de los partidos políticos, en los medios de comunicación.</p>
4	<p>Son atribuciones del Consejo, las señaladas en el artículo 89 del Código y las demás relacionadas con la materia, así como las siguientes: I a II.- ... III.- Derogada; IV a IX.- ...</p>	4	<p>Son atribuciones del Consejo, las señaladas en el artículo 89 del Código y las demás relacionadas con la materia, así como las siguientes: I a II.- ... III.- Acordar la designación del personal del Instituto que realice la consulta del software que contenga los datos del monitoreo de la empresa; IV a XI.- ...</p>	<p>Dicha inclusión en concordancia con la propuesta de reforma planteada al artículo 10.</p>
5	<p>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 a II.- ...</p>	5	<p>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 a II.- ...</p>	<p>Dicha inclusión en concordancia con la propuesta de reforma planteada al artículo 10.</p>



PROYECTO DE REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	SE PROPONE DECIR	JUSTIFICACIÓN
	III.- Derogada; y IV.- ...		III.- <i>Notificar a la empresa, el personal que designe el Consejo para realizar la consulta del software; y</i> IV.- ...	
10	Tomando en consideración las propuestas realizadas por la Coordinación de Comunicación Social, así como aquellas que, en su caso, realicen las demás áreas del Instituto que participen en la realización del monitoreo, el Consejo acordará lo siguiente: I.- ... VI.- En su caso aquellas que considere pertinentes para el monitoreo.	10	Tomando en consideración las propuestas realizadas por la Coordinación de Comunicación Social, así como aquellas que, en su caso, realicen las demás áreas del Instituto que participen en la realización del monitoreo, el Consejo acordará lo siguiente: I.- ... VI.- <i>La designación del personal del Instituto que realice la consulta del software que contenga los datos del monitoreo de la empresa;</i> VII.- En su caso aquellas que considere pertinentes para el monitoreo.	Durante la instrumentación del monitoreo de precampañas electorales realizado durante el Proceso Electoral Estatal Ordinario 2007 y el Extraordinario de 2008, el Consejo General acordó además de lo señalado por los Lineamientos, la designación del personal a que refiere la presente propuesta, por lo que se estima conducente que dicha atribución se plasme en los Lineamientos.
	SEGUNDA PARTE DE LOS LINEAMIENTOS DE LA REALIZACIÓN DEL MONITOREO TÍTULO ÚNICO DE LAS GENERALIDADES DEL MONITOREO Y DE LOS INFORMES		SEGUNDA PARTE DE LOS LINEAMIENTOS DE LA REALIZACIÓN DEL MONITOREO TÍTULO ÚNICO DE LAS GENERALIDADES DEL MONITOREO, DE LOS INFORMES Y DEL MONITOREO EN PROCESOS ELECTORALES EXTRAORDINARIOS	Se propone modificar la denominación del título en cuestión, de conformidad con las propuestas planteadas referente a la inclusión del Capítulo III relativo al monitoreo en procesos electorales extraordinarios.
28	En caso que los medios 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:	28	En caso que los medios 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:	



PROYECTO DE REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	SE PROPONE DECIR	JUSTIFICACIÓN
	<p>a) ... b) Fecha: se registrará la fecha de transmisión del promocional, en año, mes y día; c) ...</p> <p>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) ...</p> <p>II.- INFORMES DEL MONITOREO DE RADIO:</p> <p>a) ... b) Fecha: se registrará la fecha de transmisión del promocional, en año, mes y día; c) ... f) Grupo radiofónico: la empresa a la que pertenece la estación de radio que emitió el promocional; g) ...</p> <p>m) Inversión: se registrará la inversión estimada de conformidad con el horario en que se haya transmitido el promocional y el</p>		<p>a) ... b) Fecha: se registrará la fecha de transmisión del promocional, en <i>día</i>, mes y <i>año</i>; c) ...</p> <p><i>n) Periodo: se deberá señalar claramente la fecha de inicio y término del periodo que abarca el monitoreo que se está informando; y</i></p> <p>o) ...</p> <p>II.- INFORMES DEL MONITOREO EN RADIO:</p> <p>a) ... b) Fecha: se registrará la fecha de transmisión del promocional, en <i>día</i>, mes y <i>año</i>; c) ... f) Grupo radiofónico: la empresa <i>permisionaria o concesionaria</i> a la que pertenece la estación de radio que emitió el promocional; g) ...</p> <p><i>m) Programa: se registrará el nombre del programa en que se transmitió el promocional. Si llegara a transmitirse entre dos programas,</i></p>	<p>Ajustar el contenido a las reformas federales y estatales en materia de acceso a radio y televisión, por lo tanto se elimina el rubro de inversión y se propone incluir el dato de periodo a fin de evitar confusiones respecto al informe que rinda la empresa, en especial tomando en consideración que en la práctica, derivado de la revisión realizada a dichos informes se solicita a la empresa encargada del monitoreo solvente ciertas omisiones u aclaraciones respecto al contenido de tales informes.</p> <p>Con base en la experiencia de procesos electorales anteriores, se estima conveniente incluir los datos en referencia, ya que los mismos resultan de utilidad pues sirven como referencia en aquellos casos en los que es necesario identificar o localizar un determinado promocional en el respaldo del monitoreo proporcionado por la empresa.</p> <p>Ajustar el contenido a las reformas federales y estatales en materia de acceso a radio y televisión, por lo tanto se elimina el rubro de</p>



PROYECTO DE REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	SE PROPONE DECIR	JUSTIFICACIÓN
	<p>medio de que se trate; y</p> <p>n) Total de spots transmitidos: sumatoria de spots transmitidos, incluyendo un concentrado por cada estación en que se realice el monitoreo.</p> <p>III.- INFORMES DEL MONITOREO EN NOTICIEROS EN TELEVISIÓN Y RADIO:</p> <p>a) Noticiero: nombre del programa noticioso en el que se realiza el monitoreo;</p> <p>b) Periodo: se registrará el periodo que se registra;</p> <p>c) Municipio en que se realizó el monitoreo;</p> <p>d) Canal o emisora: nombre del canal o emisora donde se transmitió la noticia;</p> <p>e) Frecuencia: frecuencia de la emisora;</p> <p>f) Siglas: siglas del canal o emisora donde se transmitió la noticia;</p> <p>g) Fecha: se registrará la fecha de transmisión de la noticia en día, mes y año;</p>		<p><i>se anotará el nombre del programa inmediato anterior e inmediato posterior a la emisión del mensaje;</i></p> <p><i>n) Periodo: se deberá señalar claramente la fecha de inicio y término del periodo que abarca el monitoreo que se está informando; y</i></p> <p><i>o) Total de spots transmitidos: sumatoria de spots transmitidos, incluyendo un concentrado por cada estación en que se realice el monitoreo.</i></p> <p>III.- INFORMES DEL MONITOREO DE NOTICIEROS EN TELEVISIÓN Y RADIO:</p> <p><i>a) Número consecutivo: se otorgará un número consecutivo a cada espacio de acuerdo con el orden cronológico de aparición de las notas transmitidas respecto a cada partido político o coalición, así como para sus precandidatos;</i></p> <p><i>b) Fecha: se registrará la fecha de transmisión de la noticia en día, mes y año;</i></p> <p><i>c) Hora: se registrará la hora de inicio de transmisión de la noticia, en horas, minutos y segundos;</i></p> <p><i>d) Canal o estación: nombre del canal o</i></p>	<p>inversión y con base en la experiencia de procesos electorales anteriores, se estima conveniente incluir el dato de programa, ya que el mismo resulta de utilidad ya que sirve como referencia en aquellos casos en los que es necesario identificar o localizar un determinado promocional en el respaldo del monitoreo proporcionado por la empresa.</p> <p>Se propone incluir el dato en referencia a fin de evitar confusiones respecto al informe que rinda la empresa, en especial tomando en consideración que en la práctica, derivado de la revisión realizada a dichos informes se solicita a la empresa encargada del monitoreo solvente ciertas omisiones u aclaraciones respecto al contenido de tales informes.</p> <p>Con base en la experiencia de procesos electorales anteriores, se propone reordenar los requisitos señalados, lo cual facilitará la revisión realizada a los informes que presente la empresa, aunado a que con el orden propuesto se homologa el contenido de dicha fracción con el de las fracciones I y II del mismo artículo.</p>



PROYECTO DE REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	SE PROPONE DECIR	JUSTIFICACIÓN
	<p>h) Hora: se registrará la hora de inicio de transmisión de la noticia, en horas minutos y segundos;</p> <p>i) Duración: se registrará la duración de la noticia, en horas, minutos y segundos;</p> <p>j) Nombre(s) del(los) precandidato(s);</p> <p>k) Partido político o coalición: denominación del partido político o coalición sobre el que trata la nota;</p> <p>l) Tema: se presentará una breve descripción del tema o nombre de la noticia;</p> <p>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 o coalición, así como para sus precandidatos;</p> <p>n) Grupo televisivo o radiofónico: la empresa a la que pertenece el canal de televisión o emisora que emitió el promocional;</p> <p>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> <p>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 precandidato, partido político o coalición;</p> <p>q) Voz e imagen: presentación del</p>		<p><i>estación donde se transmitió la noticia, especificando las siglas y el canal de televisión o bien, la banda, siglas y frecuencia de radio en que se efectuó la misma;</i></p> <p><i>e) Municipio en que se realizó el monitoreo;</i></p> <p><i>f) Grupo televisivo o radiofónico: la empresa concesionaria o permissionaria a la que pertenece el canal de televisión o estación que emitió la nota;</i></p> <p><i>g) Tipo de precampaña que difunden: se registrará el cargo de elección que motiva la precampaña que publicita dicho promocional, de acuerdo a la clasificación establecida en el artículo 17 de los Lineamientos;</i></p> <p><i>h) Nombre(s) del(los) precandidato(s);</i></p> <p><i>i) Partido político o coalición: denominación del partido político o coalición sobre el que trata la nota;</i></p> <p><i>j) Tema: se presentará una breve descripción del tema o contenido de la nota;</i></p> <p><i>k) Género periodístico: se dará a conocer el género periodístico utilizado en la presentación de la información: nota informativa, entrevista, debate, reportaje y análisis;</i></p> <p><i>l) 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 precandidato, partido político o coalición;</i></p> <p><i>m) Tipo de presentación: se especificará el</i></p>	



PROYECTO DE REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	SE PROPONE DECIR	JUSTIFICACIÓN
	<p>conductor o reportero, con la imagen y el audio del precandidato o dirigente de que se trate (televisión);</p> <p>r) Cita y voz: presentación de la noticia por el conductor con o sin reportero, pero con la voz del precandidato o dirigente del partido político o coalición (radio);</p> <p>s) Cita e imagen: presentación o no del conductor, pero con la cobertura del reportero y con la imagen del precandidato o dirigente pero sin su audio (televisión);</p> <p>t) Cita y audio: presentación de la noticia por el conductor, con reportero, pero con la voz del precandidato o dirigente del partido político o coalición (radio);</p> <p>u) Solo voz: entrevistas en vivo del precandidato o dirigente (radio) o por vía telefónica;</p> <p>v) Sólo imagen: reporte de las notas por el conductor, con imagen de apoyo, de archivo, fija o en vivo (televisión);</p> <p>w) Solo cita: únicamente lectura de las notas del precandidato, partido político o coalición por parte del conductor sin ningún tipo de apoyo;</p> <p>x) Tipo de precampaña que difunden: se registrará el cargo de elección que motiva la precampaña que publicita dicho promocional, de acuerdo a la clasificación establecida en el artículo 17 de los Lineamientos; e</p> <p>y) Inversión: en su caso, se registrará la inversión estimada de conformidad con el horario en que se haya transmitido la noticia,</p>		<p><i>tipo de presentación de cada transmisión, de acuerdo a lo siguiente:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Voz e imagen: presentación del conductor o reportero, con la imagen y el audio del precandidato o dirigente de que se trate (televisión);</i> - <i>Cita y voz: presentación de la noticia por el conductor con o sin reportero, pero con la voz del precandidato o dirigente del partido político o coalición (radio);</i> - <i>Cita e imagen: presentación o no del conductor, pero con la cobertura del reportero y con la imagen del precandidato o dirigente pero sin su audio (televisión);</i> - <i>Cita y audio: presentación de la noticia por el conductor, con reportero, pero con la voz del precandidato o dirigente del partido político o coalición (radio);</i> - <i>Solo voz: entrevistas en vivo del precandidato o dirigente (radio) o por vía telefónica;</i> - <i>Sólo imagen: reporte de las notas por el conductor, con imagen de apoyo, de archivo, fija o en vivo (televisión);</i> - <i>Solo cita: únicamente lectura de las notas del precandidato, partido político o coalición por parte del conductor sin ningún tipo de apoyo;</i> <p><i>n) Duración: se registrará la duración de la noticia, en horas, minutos y segundos;</i></p> <p><i>o) Noticiero: nombre del programa noticioso en el que se realiza el monitoreo;</i></p>	<p>Se estima conducente reagrupar los incisos q) al x) a fin de evitar confusiones, en virtud de que las mismas refieren a un solo tipo de requisito, es decir, la forma en que se presenta una determinada nota y ajustar el contenido a las reformas federales y estatales en materia de acceso a radio y televisión.</p>



PROYECTO DE REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	SE PROPONE DECIR	JUSTIFICACIÓN
	<p>duración de la misma y el medio de que se trate.</p>		<p>p) <i>Periodo: se deberá señalar claramente la fecha de inicio y término del periodo que abarca el monitoreo que se está informando;</i> y q) <i>Total de notas transmitidas: sumatoria de notas transmitidas, incluyendo un concentrado por cada estación o canal en que se realice el monitoreo.</i></p>	
	<p>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</p>		<p>IV.- INFORMES DEL MONITOREO EN PRENSA ESCRITA: a) <i>Número consecutivo: se otorgará un número consecutivo a cada publicación de acuerdo con el orden cronológico de aparición de las notas, artículos de opinión, columna o inserción pagada publicada respecto a cada partido político o coalición, así como para sus precandidatos;</i> b) <i>Fecha de la publicación del espacio, nota, artículo de opinión, columna o inserción pagada, señalando día, mes y año;</i> c) <i>Nombre del periódico;</i> d) <i>Municipio en que se realizó el monitoreo;</i> e) <i>Grupo editorial en donde se publica el promocional o nota;</i> f) <i>Tipo de promocional publicado: sean promocionales regulares o inserciones pagadas por independientes;</i> g) <i>Página: número de página en donde se encuentre el espacio, nota, artículo de opinión, columna o inserción pagada;</i> h) <i>Sección: descripción del nombre de la sección en que se publica la nota o anuncio;</i> i) <i>Género periodístico: se dará a conocer el</i></p>	<p>Con base en la experiencia de procesos electorales anteriores, se propone reordenar los requisitos señalados, lo cual facilitará la revisión realizada a los informes que presente la empresa, aunado a que con el orden propuesto se homologa el contenido de dicha fracción con el de las fracciones I, II y III del mismo artículo, incluyendo los rubros referentes a “número consecutivo”, “tema”, “periodo”, datos que resultan útiles para localizar o identificar una determinada publicación.</p>



PROYECTO DE REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	SE PROPONE DECIR	JUSTIFICACIÓN
	<p>publicación del espacio, nota, artículo de opinión, columna o inserción pagada representado en día, mes y año;</p> <p>l) Número de notas publicadas, de cada partido político o coalición y de sus precandidatos;</p> <p>m) Tipo de precampaña que difunden: se registrará el cargo de elección popular que motiva la precampaña que publicita dicho promocional, de acuerdo a la clasificación establecida en el artículo 17 de los Lineamientos;</p> <p>n) Nombre del precandidato, partido político o coalición; y</p> <p>o) Inversión: se registrará la inversión estimada de conformidad con los distintos grupos editoriales de que se trate.</p>	<p><i>género periodístico utilizado en la publicación: nota informativa, columna, artículo de opinión y reportaje;</i></p> <p><i>j) Fotografía: se indicará si el espacio, nota o inserción pagada contiene o no fotografía;</i></p> <p><i>k) Medida: espacio de ocupación de la nota (columna por centímetro);</i></p> <p><i>l) Tipo de precampaña que difunden: se registrará el cargo de elección popular que motiva la precampaña que publicita dicho promocional, de acuerdo a la clasificación establecida en el artículo 17 de los Lineamientos;</i></p> <p><i>m) Nombre del precandidato;</i></p> <p><i>n) Partido político o coalición: denominación del partido político o coalición sobre el que se trata la publicación;</i></p> <p><i>o) Tema: se presentará una breve descripción del tema o contenido de la publicación;</i></p> <p><i>p) Inversión: se registrará la inversión estimada de conformidad con los distintos grupos editoriales de que se trate;</i></p> <p><i>q) Periodo: se deberá señalar claramente la fecha de inicio y término del periodo que abarca el monitoreo que se está informando; y</i></p> <p><i>r) Total de publicaciones: sumatoria de espacios, notas, artículos de opinión, columnas o inserciones pagadas publicadas, incluyendo un concentrado por cada periódico en que se realice el monitoreo de cada partido político o coalición y de sus precandidatos.</i></p> <p>V.- INFORMES DEL MONITOREO EN</p>		



PROYECTO DE REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	SE PROPONE DECIR	JUSTIFICACIÓN
			<p>PORTALES DE INTERNET:</p> <p>a) <i>Número consecutivo: se otorgará un número consecutivo a cada publicación de acuerdo con el orden cronológico de aparición de las notas, artículos de opinión, columna o inserción pagada publicada (denominada banners) respecto a cada partido político y/o coalición, así como para sus candidatos;</i></p> <p>b) <i>Fecha de la publicación de los banners, nota, artículo de opinión, columna o inserción de la publicación, señalando día, mes y año;</i></p> <p>c) <i>Nombre del portal digital;</i></p> <p>d) <i>Municipio en que se realizó el monitoreo;</i></p> <p>e) <i>Grupo editorial en donde se publica el promocional o nota;</i></p> <p>f) <i>Sección: descripción del nombre de la sección en que se publica la nota o anuncio;</i></p> <p>g) <i>Fotografía: se indicará si el espacio, nota o inserción pagada contiene o no fotografía;</i></p> <p>h) <i>Medida: espacio de ocupación de la nota y de la publicidad (la promoción medida en pixeles tomando en cuenta si ocupa toda la pantalla o se ubica en la parte superior, en medio o al final de la página, o bien si se trata de un recuadro);</i></p> <p>i) <i>Tipo de precampaña que difunden: se registrará el cargo de elección popular que motiva la precampaña que publicita dicho promocional, de acuerdo a la clasificación establecida en el artículo 17 de los Lineamientos;</i></p> <p>j) <i>Nombre del precandidato;</i></p> <p>k) <i>Partido político y/o coalición: denominación del partido político y/o coalición</i></p>	<p>Con base en la propuesta realizada por la Coordinación de Comunicación Social, se estima conducente incluir dicha fracción de manera que en caso de que el Consejo General determine la realización del monitoreo en dicho medio, los Lineamientos contemplen los requisitos que deberán contener los informes que rinda la empresa.</p>



PROYECTO DE REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	SE PROPONE DECIR	JUSTIFICACIÓN
			<p>sobre el que se trata la publicación;</p> <p>l) Tema: se presentará una breve descripción del tema o contenido de la publicación;</p> <p>m) Inversión: se registrará la inversión estimada de conformidad con las tarifas publicadas por las distintas empresas que administran los portales digitales;</p> <p>n) Periodo: se deberá señalar claramente la fecha de inicio y término del periodo que abarca el monitoreo que se está informando; y</p> <p>o) Total de publicaciones: sumatoria de espacios, notas, artículos de opinión, columnas o inserciones pagadas publicadas, incluyendo un concentrado por cada portal digital en que se realice el monitoreo de cada partido político y/o coalición y de sus precandidatos.</p>	
30	La empresa pondrá a disposición del Instituto, la consulta de información y reportes detallados y totalizados por: ...	30	La empresa pondrá a disposición <i>del personal que para tal efecto designe el Consejo, el software que permita</i> la consulta de información y reportes detallados y totalizados por: ...	Dicha inclusión en concordancia con la propuesta de reforma planteada al artículo 10.
	No se contempla en los Lineamientos.		CAPÍTULO III DEL MONITOREO EN PROCESOS ELECTORALES EXTRAORDINARIOS	Con base en la experiencia del Proceso Electoral Extraordinario 2008, se propone incluir el presente Capítulo, de manera que se cuente con la reglamentación necesaria para la instrumentación del monitoreo conducente, en caso de subsecuentes Procesos Extraordinarios.
31		31	<i>En los casos de procesos electorales extraordinarios, atendiendo al tipo de elección y lugar o lugares de que se trate, el Consejo</i>	Se considera viable el establecer la posibilidad de que, dependiendo del tipo de elección, así como del o los municipios en que se efectúe el



PROYECTO DE REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECampañas ELECTORALES, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	SE PROPONE DECIR	JUSTIFICACIÓN
			<p>acordará, en su caso, que el monitoreo respectivo sea realizado por la Coordinación de Comunicación Social del Instituto, en apego a los principios de austeridad y racionalidad de los recursos que rigen al mismo.</p> <p>La Coordinación de Comunicación Social informará al Consejo, el nombre de la(s) persona(s) que se encargará(n) de la realización de dicho monitoreo, quien(es) estará(n) permanentemente en contacto con la Dirección durante la instrumentación del monitoreo, a fin de aclarar dudas sobre la ejecución del mismo.</p>	<p>Proceso Electoral de que se trate, así como del presupuesto y demás posibilidades técnicas con que se cuente, el Consejo esté en posibilidad de evaluar y elegir si es factible que el monitoreo lo efectúe la Coordinación de Comunicación Social o bien, una empresa.</p>
32		32	<p>En términos del artículo anterior, y tomando en consideración las propuestas realizadas por la Coordinación de Comunicación Social, así como aquellas que, en su caso, realicen las demás áreas del Instituto que participen en la realización del monitoreo, el Consejo acordará lo siguiente:</p> <p>I.- Los medios masivos de comunicación a monitorear;</p> <p>II.- El periodo durante el cual se realizará el monitoreo;</p> <p>III.- El horario en que se efectuará el monitoreo en los medios masivos de comunicación;</p> <p>IV.- Los formatos y número de copias en que se realizará el respaldo del monitoreo respectivo;</p> <p>V.- La designación del personal del Instituto que realice la consulta del software que se implemente y que contenga los datos del monitoreo; y</p>	<p>Se propone la instrumentación del monitoreo en cuestión, en los mismos términos en que se encuentra reglamentado el monitoreo para Procesos Electorales Ordinarios.</p>



PROYECTO DE REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	SE PROPONE DECIR	JUSTIFICACIÓN
			<i>VI.- En su caso, aquellas que considere pertinentes para el monitoreo.</i>	
33		33	<i>El personal del Instituto encargado de la realización del monitoreo, observará en el desempeño de dicha actividad lo establecido en los artículos 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 24, 26, 27, 28, 29, 30 y demás relativos a los lineamientos, que les sean aplicables de manera general.</i>	Se propone la realización del monitoreo en cuestión, en los mismos términos en que se encuentra reglamentado el monitoreo para Procesos Electorales Ordinarios.
34		34	<i>La empresa o, en su caso, la Coordinación de Comunicación Social, remitirán a la Dirección el informe final del monitoreo a que refiere el presente capítulo, dentro de los diez días siguientes a aquel en que concluya el periodo de monitoreo acordado por el Consejo. Dicho informe contendrá un concentrado de los datos de todos los informes parciales rendidos.</i>	Tomando en consideración que durante un Proceso Extraordinario los plazos son muy reducidos, el periodo de monitoreo será más corto en comparación con el realizado durante un Proceso Electoral Ordinario, por lo que se estima que el plazo para la presentación del informe final, debe también ser menor.
			ARTÍCULO TRANSITORIO RELATIVO A LAS REFORMAS APROBADAS EL ____ DE ____ DE 2009 <i>ÚNICO.- Las reformas a los presentes Lineamientos para el monitoreo de las precampañas electorales, en los medios de comunicación, entrará en vigor al día siguiente de su aprobación por el Consejo General del Instituto Electoral del Estado.</i>	