

Lineamientos Generales para el funcionamiento del Programa de Monitoreo de los Medios de Comunicación Proceso Electoral 2009 – 2010

1. Los presentes lineamientos generales tienen como objeto establecer las bases para el diseño y desarrollo de los procedimientos o mecanismos, que permitan analizar la calidad de la información que se difunda a través de los medios distintos a la radio y televisión, cálculo de gastos realizados en precampañas y campañas, así como verificar que las pautas asignadas por el Instituto Federal Electoral, sean transmitidas por concesionarios y permisionarios de radio y televisión.

2. Los presentes lineamientos son de orden público y se deberán contemplar en la elaboración del programa de monitoreo a los medios de comunicación distintos a la radio y televisión, y a los medios alternos considerados en el Código Electoral.

3. Se entenderá por:

- I. **Afiliado:** Ciudadano que se encuentra adherido formalmente, como miembro de un partido político de acuerdo con la normatividad interna de la organización política, a pesar de que no haga activismo.
- II. **Aspirante:** Ciudadano que pretende obtener su registro como precandidato a cargo de elección popular en alguna organización política.
- III. **Campaña electoral:** Conjunto de actividades realizadas por los partidos políticos o coaliciones, simpatizantes y candidatos registrados ante el órgano electoral en la búsqueda para la obtención del voto.
- IV. **Candidato:** Ciudadano que se encuentra debidamente registrado para contender por un cargo de elección popular ante el Consejo respectivo del Instituto Electoral Veracruzano.
- V. **Coalición:** Alianza o unión transitoria de dos o más partidos políticos con fines comunes de carácter electoral.
- VI. **Código:** Código 307 Electoral para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.
- VII. **Cofipe:** Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.
- VIII. **Comisión:** Comisión de Supervisión al Programa de Monitoreo de los Medios de Comunicación.
- IX. **Consejo General:** Consejo General del Instituto Electoral Veracruzano.
- X. **Consejos Distritales:** Órganos desconcentrados del Instituto Electoral Veracruzano.
- XI. **Constitución Federal:** Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- XII. **Constitución Local:** Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.
- XIII. **Departamento de Comunicación:** Departamento de Comunicación Social del Instituto Electoral Veracruzano.
- XIV. **Dirección:** Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos del Instituto Electoral Veracruzano.

- XV. Dirigente político:** Presidente del órgano directivo estatal, distrital o municipal de un partido político o coalición.
- XVI. Empresa:** Empresa especializada que contrate el Instituto Electoral Veracruzano para la realización del monitoreo.
- XVII. IFE:** Instituto Federal Electoral.
- XVIII. Instituto:** Instituto Electoral Veracruzano.
- XIX. Medios Alternos:** espectaculares, bardas, unidades de servicio público, y cualquier otro medio apto para difundir mensajes electorales.
- XX. Medios masivos de Comunicación:** radio, televisión, prensa escrita, prensa electrónica y cine.
- XXI. Militante:** Ciudadanos que cuenta con su registro formal ante un partido político, de conformidad con la normatividad interna de la organización política y cuenta con derechos y obligaciones.
- XXII. Monitoreo a medios alternos:** Muestreo de bardas, anuncios espectaculares, pantallas electrónicas y análogas, pendones, unidades de servicio público, y cualquier otro medio para difundir mensajes electorales.
- XXIII. Monitoreo Cualitativo:** Elementos que permitan analizar la calidad de la información.
- XXIV. Monitoreo Cuantitativo:** Muestreo de la cantidad de propaganda que se difunda.
- XXV. Monitoreo en prensa electrónica:** Muestreo en páginas web.
- XXVI. Organizaciones Políticas:** Partido o asociación política estatal debidamente acreditado o registrado ante el Instituto Electoral Veracruzano.
- XXVII. Partidos Políticos:** Partidos políticos acreditados o con registro ante el Instituto.
- XXVIII. Precampañas:** Conjunto de actos que realizan los partidos políticos, sus militantes y precandidatos a un cargo de elección popular.
- XXIX. Precandidato:** Ciudadano que pretende ser postulado por un partido político como candidato a un cargo de elección popular, conforme a lo establecido por el Código y a los estatutos de un partido político, en el proceso de selección interna.
- XXX. Presidencia:** Presidencia del Consejo General del Instituto.
- XXXI. Procedimiento:** Mecanismos aprobados por el Consejo General a propuesta de la Comisión de Supervisión del Programa de Monitoreo para la ejecución del muestreo a medios de comunicación diferentes a la radio y televisión.
- XXXII. Propaganda de precampaña:** Conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones, etc., que durante el periodo de precampaña difundan los precandidatos por un partido político para obtener un cargo de elección popular.
- XXXIII. Propaganda electoral:** Conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones, etc., que durante el periodo de campaña, producen y difunden los partidos políticos o coaliciones, simpatizantes y

- XXXIV. Propaganda gubernamental:** La que producen y difunden las autoridades estatales y municipales o cualquier otro ente público, así como diputados locales, en la difusión de programas del Gobierno del Estado.
- XXXV. Reglamento:** Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral.
- XXXVI. Secretaría Ejecutiva:** Secretaría Ejecutiva del Instituto Electoral Veracruzano.
- XXXVII. Secretaría Técnica:** Titular de la Dirección o Departamento que se designe por el Consejo General para que funja como Secretario de una Comisión.
- XXXVIII. Simpatizante:** Ciudadano no afiliados a un partido político, ni con la intención de afiliarse, pero que hacen suyos los postulados de éste con la disposición de apoyar y votar por los candidatos postulados por dicha organización política.
- XXXIX. Sujetos de monitoreo:** Partidos políticos o coaliciones, precandidatos, candidatos, dirigentes de organizaciones políticas y ciudadanos.
- XL. Unidad de Fiscalización:** Unidad de Fiscalización de los Partidos Políticos del Instituto Electoral Veracruzano.

4. Serán sujetos de monitoreo los partidos políticos o coaliciones, precandidatos, candidatos, dirigentes de organizaciones políticas y ciudadanos; así como las autoridades estatales y municipales o cualquier otro ente público.
5. El programa de monitoreo deberá contemplar: la verificación de las pautas de transmisión que realicen los partidos políticos en la radio y televisión asignados por el IFE; y la publicidad en prensa escrita, prensa electrónica, cine, pantallas electrónicas, espectaculares, bardas, unidades de servicio público, o cualquier otro medio de comunicación para la difusión de propaganda electoral.
6. Para la realización del monitoreo a medios de comunicación, el Instituto se podrá auxiliar de empresas externas que deberán ajustarse a la metodología propuesta por la Comisión y aprobada por el Consejo General.
7. El Instituto emitirá la convocatoria correspondiente para la licitación de la empresa que llevará a cabo el monitoreo, de acuerdo a la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos, Administración y Enajenación de Bienes Muebles del Estado de Veracruz-Llave.
8. La Comisión elaborará los criterios generales y la propuesta técnica para la contratación de la empresa de monitoreo, así como los contenidos de las bases para la licitación y el contrato, de los cuales dará cuenta al Consejo General.
9. La empresa deberá regirse por los presentes lineamientos, procedimientos y contrato, así como presentar informes cualitativos y cuantitativos semanales y el final.
10. La empresa deberá entregar los reportes en forma impresa y en archivo digital, de acuerdo a las fechas establecidas en el cronograma de actividades del procedimiento aprobado, con las copias requeridas por la Comisión.
11. La presentación de los informes semanales y final de los resultados del monitoreo, se sujetará a los formatos y especificaciones del procedimiento que apruebe la Comisión.

12. La empresa será la única encargada de la realización del monitoreo y no podrá subcontratar otras empresas para el cumplimiento de la actividad.
13. El monitoreo cuantitativo de la propaganda electoral difundida en los medios, por parte de los sujetos de monitoreo, se realizará a través de una muestra estadística.
14. La valoración cualitativa de la información en los medios impresos, Internet y en los medios alternos, la realizará la Comisión cuando así se lo solicite el Consejo General.
15. El informe semanal y final deberá contener los elementos que permitan analizar la calidad de la información que se genere.
16. La Secretaría Ejecutiva informará al Consejo General los resultados del monitoreo, en la sesión inmediata posterior, para su conocimiento y amplia difusión.
17. Para estar en condiciones de verificar la correcta transmisión, la empresa y la Secretaría Técnica deberán contar con las pautas aprobadas por el IFE.
18. El diseño del programa de monitoreo deberá contar con las siguientes características:
 - I. Contar con servicio de verificación de las pautas transmitidas en radio y televisión por los concesionarios y permisionarios, contra las pautas autorizadas.
 - II. Monitoreo de las actividades propagandísticas y publicitarias que realicen las organizaciones políticas a través de los medios de comunicación impresos y electrónicos distintos a la radio y televisión, espectaculares, bardas, unidades de servicio público y cualquier otro medio de comunicación para difundir propaganda electoral.
 - III. Emitir informes con datos que permitan el análisis cuantitativo y cualitativo de la propaganda electoral.
 - IV. Presentar informes semanales mediante un muestreo estratificado de cada uno de los medios de comunicación que comprende el programa.
 - V. La selección de la muestra deberá considerar a los medios electrónicos y escritos con mayor cobertura y de mayor predominio en su área de influencia.
19. Serán objeto de verificación las pautas de transmisión que realicen las organizaciones políticas en radio y televisión a través del IFE.
20. Serán objeto de monitoreo:
 - I. Las actividades propagandísticas y publicitarias anticipadas a las precampañas.
 - II. Las actividades propagandísticas y publicitarias que realicen los ciudadanos por sí, o a través de instituciones gubernamentales, organizaciones políticas, civiles o terceros, con el propósito de promover la imagen personal de algún ciudadano, de manera pública y con el inequívoco propósito de obtener la postulación a un cargo de elección popular durante las precampañas.
 - III. Las actividades propagandísticas y publicitarias que realicen las organizaciones políticas y sus candidatos para la obtención del voto.
 - IV. Los espacios noticiosos de los medios de comunicación, así como la promoción de la plataforma electoral, y
 - V. Los distintos ámbitos de gobierno o cualquier otro ente público, durante toda la campaña electoral hasta el día de la jornada electoral.

21. El desarrollo del programa de monitoreo deberá realizarse de la siguiente manera:

I. El programa deberá contemplar el establecimiento de diez sedes como mínimo y quince sedes como máximo, para garantizar la cobertura a las principales ciudades con mayor número de electores en todo el Estado. Estas funcionarán como centros integradores del resto de los municipios pertenecientes a los distritos electorales y estarán ubicadas en las cabeceras distritales que concentren el mayor número de medios masivos de comunicación.

II. La verificación de pautas se efectuará del 15 de noviembre del 2009 hasta el día de la jornada electoral en el horario comprendido entre las 6 horas y las 24 horas, para las estaciones radiodifusoras y canales de televisión.

III. El monitoreo durará del 15 de noviembre del 2009 hasta el día de la jornada electoral; en los periódicos locales y nacionales se realizará los siete días de la semana. Los medios objeto de monitoreo se precisarán en el catálogo determinado por la muestra, distinguiendo las inserciones pagadas y notas informativas, clasificándolas por nota informativa, editorial, columnas permanentes, entrevista, participación ciudadana y otros.

IV. El monitoreo incluirá a todas las organizaciones políticas. Y 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 partido político.

V. Las notas compartidas de propaganda electoral, donde aparezcan declaraciones de más de una organización política o coalición, así como de sus candidatos sobre un tema, se contabilizarán para todos los que participen en la nota, siempre y cuando éstas aparezcan en el cuerpo de la misma.

VI. Los mensajes propagandísticos y publicitarios relativos a la plataforma electoral o la imagen del candidato, emitidas por los medios nacionales, serán susceptibles de monitoreo cuando refiera propaganda electoral local de organizaciones políticas, coaliciones, precandidatos y candidatos que contiendan en el proceso.

VII. En lo relativo al monitoreo de los espacios noticiosos en televisión, se realizará el monitoreo a noticieros matutino, vespertinos y nocturnos, para las principales televisoras de cadena nacional y regionales que impacten en el Estado.

VIII. Para lo relativo a radio, se realizará el monitoreo a las estaciones de mayor cobertura; y,

IX. Para lo relativo a medios nacionales impresos, el monitoreo registrará la información contenida en los diarios de mayor circulación nacional en el Estado.

22. Los informes del programa de monitoreo deberán realizarse de la siguiente manera:

I. El monitoreo se realizará todos los días de la semana a partir del 15 de noviembre de 2009 hasta el día de la jornada electoral, con base al catálogo de medios y rutas que establezca la Comisión.

II. El monitoreo a medios de comunicación electrónicos se realizará con base en el catálogo de medios y mapas de cobertura aprobados por el IFE, en el caso de la radio y la televisión; para internet los sitios más visitados en las principales regiones del Estado de acuerdo al Catálogo elaborado por el Departamento de Comunicación Social; las salas de cine se elegirán con base en la regionalización del Estado que determine la Comisión, previo informe de la Dirección Ejecutiva de Organización Electoral.

III. El monitoreo deberá realizarse respecto a los actos anticipados de precampañas, y por cada tipo de precampaña y campaña, y por cuanto hace a los 3 ámbitos de gobierno, durante las campañas electorales y hasta la jornada electoral, de acuerdo con la siguiente clasificación:

- a. Gobernador del Estado,
- b. Diputados de mayoría relativa,
- c. Diputados de representación proporcional,
- d. Ediles de los ayuntamientos.

IV. La empresa encargada del monitoreo presentará los informes los días lunes de cada semana ante la Secretaría Ejecutiva, quien dará cuenta de inmediato a la Comisión para su análisis y al Consejo General en la sesión inmediata siguiente, para su conocimiento y difusión, publicándose en la página de Internet del Instituto; también entregará respaldo digital de la información producto del monitoreo para mantener los registros que den testimonio de la información.

V. Los informes semanales se entregarán mediante un reporte ejecutivo y gráficas, en una base de datos que permita su ordenamiento por aspirante, precandidato o candidato, cargo al que aspira, partido postulante, medio en que se publica, duración o dimensión, estimaciones de gastos, los testigos impresos y electrónicos originales.

VI. La fecha de corte será el segundo domingo inmediato anterior a la del informe.

VII. La propaganda se clasificará en institucional, aspirantes, precandidatos y candidatos.

VIII. Para los promocionales por televisión y radio, la empresa encargada de la verificación deberá proporcionar los siguientes datos: programa durante el cual o entre los cuales se transmitieron los promocionales, aspirante, precandidato o candidato al cual se promociona, organizaciones políticas o coaliciones, versión del promocional, (superposición virtual, spot, superposición con audio, cintillo, menciones, presencia de marca, apariciones especiales, etc.), patrocinador del promocional, fecha, hora, entidad federativa, plaza, grupo empresarial propietario de la señal, estación o canal, siglas, duración, así como una valoración cualitativa de la información.

IX. Para los anuncios espectaculares y bardas, la empresa deberá proporcionar al Instituto lo siguiente: fecha de levantamiento, hora de levantamiento, empresa o grupo empresarial propietario del espacio publicitario, número de control de proveedor (en su caso), tamaño del anuncio, plaza, referencia domiciliaria o domicilio sobre el cual se encuentra colocado el anuncio, indicando entre que calles se ubica, versión, fotografía digital del registro, nombre del aspirante, precandidato o candidato, grupo de ciudadanos que promueve a un ciudadano en caso de precampañas, o la organización política, según sea el caso, tipo de campaña que publicita y estimación de gastos, así como una valoración cualitativa de la información.

X. Para las inserciones en medios impresos deberá proporcionar al Instituto lo siguiente: fecha de levantamiento, hora de levantamiento, plaza, medio, sección, página dentro de la sección, medidas, nombre del aspirante, precandidato, candidato, organizaciones políticas y coaliciones, así como la existencia de leyendas que responsabilicen el pago de la inserción, estimación de gastos, así como una valoración cualitativa de la información.

XI. Para el monitoreo de páginas informativas de internet, se deberá entregar al Instituto: fecha de levantamiento, hora de levantamiento, dirección electrónica, nombre de la empresa informativa, ubicación de la empresa informativa, nombre del aspirante, precandidato o candidato, grupo de ciudadanos que promueve a un ciudadano, organizaciones políticas o coalición, anuncio o versión, fotografía digital del registro y estimación de gastos, así como una valoración cualitativa de la información.

XII. Para el monitoreo en las salas de cines tomando en cuenta un catálogo de complejos cinematográficos, elaborado por el Departamento de Comunicación Social con apoyo de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, se realizará un monitoreo indicativo y aleatorio en las diferentes salas que se designen, tomando en cuenta de preferencia los días miércoles, sábados y domingos en horarios de mayor afluencia.

XIII. Para el monitoreo de unidades de servicio público, se deberá entregar al Instituto la siguiente información: fecha de levantamiento, hora de levantamiento, plaza, medidas, nombre del aspirante, precandidato, candidato, grupo de ciudadanos que promueve a un ciudadano, organizaciones políticas o coalición, anuncio o versión, fotografía digital del registro, línea de autobuses o sociedad cooperativa, número económico y estimación de gastos, así como una valoración cualitativa de la información.

XIV. Para la valoración cualitativa, la Comisión considerará que las actividades propagandísticas y publicitarias se abstengan de cualquier expresión que implique diatriba, calumnia, infamia, difamación o que denigre a los ciudadanos, a las instituciones públicas o a otros partidos y sus candidatos. Quedan prohibidas las expresiones que inciten al desorden, a la violencia, así como la utilización de símbolos o motivos religiosos o racistas. En la propaganda electoral, los partidos políticos, deberán guardar respeto al honor, a la intimidad personal y familiar de los candidatos.

XV. La Empresa contratada será responsable directa de la seguridad de toda la información que presente ante la Comisión respectiva y a la Secretaría Ejecutiva y guardará la confidencialidad debida de la información que maneje.

El incumplimiento de estos Lineamientos y las bases del contrato será motivo de rescisión del convenio.

XVI. Asimismo, la empresa deberá mantener un respaldo de la información en formato digital (disco duro o, en su caso DVD) de toda la información resultante del Monitoreo en cada una de las plazas seleccionadas, así como de todos los informes presentados al Instituto, misma que deberá entregar a la conclusión del contrato. Dicha información deberá ser sellada y firmada mensualmente, ante los integrantes de la Comisión correspondiente.

23. Toda información resultado del monitoreo será propiedad exclusiva del Instituto.

El uso diferente de la información, será sancionado de acuerdo a las leyes correspondientes.

24. El informe final de los trabajos de monitoreo se publicará en la página de internet y en los medios al alcance y deberá ponerse a disposición de los partidos y la ciudadanía, a más tardar a los diez días siguientes de la jornada electoral.

25. El periodo a evaluar iniciará el día 15 de noviembre de 2009 y concluirá el día de la jornada electoral.

26. La Comisión respectiva coadyuvará en la supervisión, análisis, evaluación y, en su caso, dictamen de todos los trabajos y procedimientos del Programa de Monitoreo, debiendo entregar inmediatamente sus resultados al Consejo General.

TRANSITORIOS

ÚNICO. Los Lineamientos Generales para el funcionamiento del programa de Monitoreo de los Medios de Comunicación proceso electoral 2009-2010, se publicarán en la página de internet del instituto y entrarán en vigor el día de su publicación en la Gaceta Oficial, Órgano del Gobierno del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.

Xalapa de Eqz., Veracruz de Ignacio de la Llave a 31 de agosto de dos mil nueve.