



INSTITUTO ELECTORAL DE TLAXCALA

LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS Y DIGITALES PARA EFECTOS DE FISCALIZACIÓN.

PRESENTACIÓN

El Instituto Electoral de Tlaxcala encargado de la organización, dirección, vigilancia y desarrollo de los procesos electorales en nuestro estado está obligado a incorporar reformas que puntualicen, primero, y que vigilen, segundo, algunas de las principales características y atributos del régimen que actualmente regula el financiamiento de los partidos políticos, de entre las que se pueden señalar, la prevalencia del financiamiento público por sobre el privado, las prohibiciones de aportaciones de personas no identificadas, el establecimiento de nuevos límites al financiamiento de simpatizantes y una mayor fiscalización del origen, manejo y destino de los recursos de los partidos políticos, mediante la creación de un programa especializado a través de la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos, Administración y Fiscalización en coordinación con la Comisión de Medios de Comunicación Masiva a través de la Unidad de Comunicación Social y Prensa del Instituto Electoral de Tlaxcala.

JUSTIFICACIÓN

Es importante informar que los partidos políticos que cuentan con registro ante el Instituto Electoral de Tlaxcala, reciben financiamiento público y privado para el desarrollo de las actividades tendientes a la obtención del voto; segundo, importante es señalar también que el papel de la propaganda electoral en medios de comunicación masiva en nuestros días es notorio a tal grado que la sociedad conoce a los candidatos a puestos de elección popular y sus programas de gobierno a través de ellos; y tercero, el Instituto Electoral de Tlaxcala facultado en las normas jurídicas, verificará que los recursos públicos y privados se apliquen a los fines que la ley establece y ello implica la vigilancia, control, revisión y evaluación de la aplicación de los recursos públicos a través de la fiscalización.

SUSTENTO JURÍDICO

El monitoreo para efectos de fiscalización tiene su fundamento en los siguientes Artículos: 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 10 y 95; de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tlaxcala; y 1, 2, 66, 67, 68, 69, 71, 72, 112 Fracciones V y VII, 245, 250, 252, 253, 317, 319, 320, 321, 322 y 323 del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala.

OBJETIVO GENERAL

Realizar monitoreo de fiscalización, en lo que se refiere a la cuantificación de propaganda electoral difundida en los medios de comunicación masiva electrónicos e impresos, con excepción de radio y televisión, señalados en la presente metodología y demás que determine la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos, Administración y Fiscalización.

PERIODO DE MONITOREO DE FISCALIZACIÓN

Cabe mencionar que el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales del Instituto Electoral de Tlaxcala en el artículo 67 establece que: Durante las precampañas y campañas electorales, los espacios contratados por los Partidos Políticos o Coaliciones, en medios de comunicación electrónicos e impresos, con excepción de radio y televisión, serán fiscalizados por el Consejo General conforme a los lineamientos que para tal efecto emita”.

PERIÓDICOS, REVISTAS Y GACETAS IMPRESAS Y PERIÓDICOS DIGITALES.

Bajo esa tesitura el citado artículo 67 párrafo segundo del Código invocado, establece la facultad del Consejo General, podrá requerir en todo momento información oportuna y detallada sobre la contratación en términos de este artículo, realicen los partidos políticos o coaliciones con los medios de comunicación citados: electrónicos e impresos con excepción de radio y televisión.

Al mismo tiempo en el artículo 68 del Código antes mencionado, faculta al Presidente del Instituto Electoral de Tlaxcala a solicitar a mas tardar dos meses antes del inicio del proceso electoral a los medios de comunicación masivos, electrónicos e impresos con excepción de radio y televisión, proporcionen un catálogo de espacios y tarifas correspondientes disponibles para su compra por los partidos políticos para el periodo que comprende la precampaña y campaña electoral del 2010.

Derivado de lo anterior la Comisión de Medios de Comunicación Masiva del Instituto Electoral de Tlaxcala en conjunto con la Unidad Técnica de Comunicación Social y Prensa del mismo órgano electoral, determinaron que el monitoreo de fiscalización se desarrollará primeramente identificando las publicaciones de cada ejemplar impreso, midiendo, registrando y contabilizando cada publicación hasta entregar un informe final al concluir el periodo de monitoreo de fiscalización mismo que esta Unidad de Comunicación Social y Prensa proporcionará en tiempo y forma a la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos, Administración y Fiscalización del Instituto Electoral de Tlaxcala quien vigilará que no se rebasen los toques de precampaña y campaña del proceso electoral del 2010.

Posteriormente, para dar cumplimiento a lo anterior, la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos, Administración y Fiscalización del Instituto Electoral de Tlaxcala efectuará una compulsión entre catálogo de tarifas de los medios de comunicación masiva excepto radio y televisión y el informe final elaborado por la Unidad de Comunicación Social y Prensa de este Instituto Electoral del monitoreo resultado de la medición de las publicaciones, con el objetivo de dar cumplimiento al artículo 67 del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales del Estado de Tlaxcala.

De igual forma la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos, Administración y Fiscalización, en caso de detectar una irregularidad al compulsar las facturas cuyo concepto sea por contratación de espacios en medios impresos y digitales proporcionadas a este órgano electoral, por los partidos políticos, coaliciones, o candidatos y la cantidad de publicaciones detectadas en el monitoreo; se procederá a informar dicha anomalía al Consejo General y éste solicitará a los diversos medios de comunicación masiva impresos y digitales excepto radio y televisión el contrato de prestación de servicios y factura

original testimonio que celebraron con los partidos políticos o coaliciones e información detallada y específica de acuerdo al artículo 67 el cual manifiesta que “Durante las precampañas y campañas electorales, los espacios contratados por los partidos políticos o coaliciones, en medios de comunicación electrónicos e impresos, con excepción de radio y televisión, serán fiscalizados por el Consejo General conforme a los lineamientos que para tal efecto emita.

Por consiguiente el Consejo General podrá requerir en todo momento información oportuna y detallada sobre la contratación que en términos de este artículo, realicen los partidos políticos o coaliciones con los medios de comunicación citados”

Los presentes lineamientos describen la información detallada que en caso de ser solicitada deberá ser presentada por los Medios de Comunicación Masiva impresos y digitales.

A continuación se describe dicha información:

- a).- Monto total del contrato.
- b).- Duración del contrato.
- c).- Pauta o calendario de publicación de los diseños de propaganda.
- d).- El medio de comunicación deberá especificar las medidas de los diseños en periódicos impresos, revistas, gacetas y periódicos digitales.
- e).- Tarifas con sus respectivas variantes de las publicaciones aplicables en dicho contrato.

Para periódicos, revistas o gacetas impresas se especificará:

Tamaño: una plana, una plana color, media plana, media plana color, roba plana, roba plana color, cuarto de plana, cuarto de plana color, octavo de plana, octavo de plana color, oreja, oreja primera plana, oreja primera plana color, oreja interiores, pie de primera plana, portada, contraportada, interior portada, interior contraportada, cintillo, cintillo color, página interior, dos tercios, un tercio u otra medida especial. La ubicación de la publicación; especificar sección, página par o impar, superior o inferior, cargado a la derecha o izquierda.

Para periódicos digitales se especificará:

En este caso los medios de comunicación deberán proporcionar al Consejo General de este órgano colegiado las medidas exactas de los espacios que ofrecen para la venta, así como enunciar las diferentes variables resultantes de dichos espacios con su respectivo costo, por ejemplo, si es banner fijo o con movimiento, musicalizado, con locución o con jingle.

Así como ubicación del banner, es decir; especificar sección, especificar si su publicación es fija o de carrusel en esta ultima especificar número de repeticiones por hora. En la web se ubica en el extremo superior izquierdo, derecho y su orden de aparición: entrada, desarrollos ó resumen.

VARIABLES DEL MONITOREO DE FISCALIZACIÓN DE PERIÓDICOS, REVISTAS, GACETAS IMPRESAS Y PERIÓDICOS DIGITALES.

Para efectos del monitoreo de fiscalización se considerarán las contiendas a todos los cargos de elección popular a desarrollarse en el 2010. En periódicos digitales e impresos se considerarán todas aquellas publicaciones de propaganda en la que se identifique a alguno de los partidos políticos, coaliciones y candidatos a alguno de los cargos de elección popular para promover sus candidaturas buscando obtener el voto.

Los resultados del registro de las publicaciones de propaganda en periódicos, revistas, gacetas impresas y periódicos digitales se concentrarán a través de una base de datos en el siguiente formato cuyo contenido es el siguiente:

- Nombre del candidato: será el nombre que aparezca en la publicación y posteriormente en la base de datos electrónica se anotará el nombre que tenga registrado ante el Instituto. En aquellos casos en que aparezca más de un candidato se registrará el nombre del partido político o coalición de que se trate.
- Puesto de elección popular: se deberá anotar el puesto de elección popular por el que se postula el candidato. En su caso, se deberá anotar el distrito y/o el ayuntamiento referido.
- Tamaño de la publicación periódicos impresos, revistas y gacetas: de acuerdo a los criterios generales empleados por el Instituto, tenemos que pueden ser de:

Tamaño de	Publicación
Una plana	Cintillo color
Una plana color	Oreja
Media plana	Oreja primera plana
Media plana color	Oreja primera plana color
Cuarto de plana	Oreja interiores
Cuarto de plana color	Robaplana
Octavo plana	Robaplana color
Octavo plana color	Pie de primera plana
Cintillo	Otro

- Cuando el espacio contabilizado de la publicación no sea exacto a las medidas anteriores se tomará la medida más cercana para su registro.
- Tipo de la publicación en periódicos digitales: de acuerdo a los criterios generales empleados por el Instituto, tenemos que pueden ser de:

**VARIABLES DEL ESPACIO CONTRATADO SEGÚN
ESPECIFICACIONES DEL CATÁLOGO DE TARIFAS EN
MEDIOS DIGITALES**

- **Banner fijo.**
- **Banner con movimiento.**
- **Duración del banner.**
- **Banner con locución.**
- **Banner musicalizado**
- **Banner con jingle.**
- **Banner en encabezado general de la página web.**

-
- **Banner en columna derecha o izquierda de la web.**
 - **Banner al final de la página web.**
 - **Banner con liga a otra web.**
 - **Periodo de aparición del Banner.**
 - **Video.**
 - **Liga a otra página de video con proyección en la misma página.**
-

- Partido político o coalición: se deberá registrar el partido político o coalición que postula al candidato.
- Identificar y medir en centímetros cuadrados la publicación, tomando el modelo de base por altura y registrar de acuerdo a la categoría y tamaño de cada medio.
- Registrar el lema o slogan del candidato o algún enunciado contenido en la propaganda para su identificación.
- Ficha de seguridad: se deberá anotar el nombre y firma del operador de monitoreo, nombre y firma del coordinador y fecha de elaboración del formato.
- Las publicaciones de propaganda en medios de comunicación electrónicos específicamente periódicos digitales, donde intervengan más de un candidato, deberán ser contabilizadas (espacio y tiempo) y se dividirá en partes iguales.
- El Periodo de aparición del Banner: Se deberá de registrar la hora de aparición del banner.
- Estado del Banner: Se deberá de registrar si el banner es con movimiento o fijo, musicalizado, con locución o con jingle.
- Ubicación de la publicación en periódicos digitales: se especificará de la siguiente manera a la sección donde está publicada la propaganda se le identificará por el orden de aparición de la información con base a las siguientes categorías :
 - 1.- entrada: ubicada en la primera tercera parte de la sección.
 - 2.- desarrollo: ubicada en la segunda tercera parte de la sección
 - 3.- resumen: ubicada en la última parte o final de la página.
- Publicación con foto del candidato y especificar si es foto con pie de foto.
- Número de apariciones.
- Costo de la publicación de acuerdo al catalogo de espacios y tarifas previamente otorgado por el medio de que se trate.
- Número de apariciones

VARIABLES A CONSIDERAR EN EL FORMATO PARA MEDICIÓN DE MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES:

Registrar manualmente en el formato los siguientes datos:

- a. Nombre del medio
- b. fecha de publicación.
- c. Precandidato (Nombre)
- d. Partido Político
- e. Elección
- f. Lugar de Elección
- g. Espacio Contratado: Sección, Base, Altura,
- h. Variables de espacio contratado
- i. Tamaño
- j. Cantidad de espacio contratado
- k. Costo unitario del espacio contratado.

Cabe mencionar que existe la posibilidad de alteración en el inciso h) dependiendo de las variables que cada medio de comunicación establezca en su catálogo de tarifas.

INTEGRACIÓN DEL UNIVERSO

INTEGRACIÓN DE LA MUESTRA DE PERIÓDICOS IMPRESOS

MEDIO LOCAL	PERIODO DE MONITOREO	PERIODICIDAD
SOL DE TLAXCALA	01-Enero-10 al 04-jul-10	Diario
SÍNTESIS	01-Enero-10 al 04-jul-10	Diario
ABC NOTICIAS	01-Enero-10 al 04-jul-10	Diario
EL PERIODICO DE TLAX.	01-Enero-10 al 04-jul-10	Diario
LA NOTICIA	01-Enero-10 al 04-jul-10	Diario
LA JORNADA DE ORIENTE	01-Enero-10 al 04-jul-10	Lunes a viernes
EI CENSOR	01-Enero-10 al 04-jul-10	Semanal
MARCA	01-Enero-10 al 04-jul-10	Semanal
TLAXCALA EN EL NORTE	01-Enero-10 al 04-jul-10	Mensual

INTEGRACIÓN DE LA MUESTRA DE REVISTAS IMPRESAS

MEDIO	PERIODO DE MONITOREO	PERIODICIDAD
TRASFONDO	01-Enero-10 al 04-jul-10	MENSUAL
MOMENTO	01-Enero-10 al 04-jul-10	MENSUAL

ECOSS Y EXPRESIÓN	01-Enero-10 al 04-jul-10	SEMANAL
LIDERAZGO	01-Enero-10 al 04-jul-10	MENSUAL
VOZ LIBRE DE MEXICO	01-Enero-10 al 04-jul-10	MENSUAL

INTEGRACIÓN DE LA MUESTRA DE PERIÓDICOS DIGITALES

MEDIO	PERIODO DE MONITOREO	DIRECCIÓN ELECTRONICA
Pulso fm	01-Enero-10 al 04-jul-10	http://www.pulso.ws/periodico/
e-consulta	01-Enero-10 al 04-jul-10	http://www.e-consulta.com/tlaxcala/
Communicate digital	01-Enero-10 al 04-jul-10	http://www.comunicatedigital.com/
Informativo Intercontinental	01-Enero-10 al 04-jul-10	http://www.informativo-intercontinental.com/
La red Tlax	01-Enero-10 al 04-jul-10	http://www.laredtlaxcala
Rumbo noticias	01-Enero-10 al 04-jul-10	http://www.rumbonoticias.com

VITRINA METODOLÓGICA PARA PERIÓDICOS, REVISTAS, GACETAS IMPRESAS Y PERIÓDICOS DIGITALES.

La Unidad a medir es el desplegado, relativo a propaganda de precampañas y campañas electorales.

El espacio le será atribuido al partido o candidato emisor del mensaje. En este sentido, se debe tener cuidado en no atribuir el espacio a aquél de quien se hable en segundo término, a menos que en el mismo texto se incluya la versión del aludido.

En periódicos, revistas y gacetas impresas se adquirirá un ejemplar de cada medio mismo que estará a resguardo de la Unidad de Comunicación Social y Prensa de este Órgano Electoral previendo su posible requerimiento a futuro.

En periódicos digitales diariamente se imprimirá pantalla digital en JPG de las páginas generales o locales del medio o donde se identifique la publicación de propaganda, y será almacenado en carpetas digitales especificando; medio al que pertenece y fecha de captura. Para el acto de monitoreo se imprimirá en hoja tamaño A4 al 100% para que pueda ser medida en centímetros cuadrados.

INFORMACIÓN QUE HA DE TOMARSE EN CUENTA

Publicaciones pagadas por dirigentes o personalidades de partidos políticos, en las cuales el tema tratado sea el de persuadir a las masas sobre aspirantes a candidatos, candidatos o coaliciones en periodo de precampañas y campañas electorales del 2010.

CRITERIOS GENERALES DE MEDICIÓN

1. El sistema de medición sugerido es el métrico decimal (base por altura), porque tiene vigencia legal y es de aplicación uniforme en cualquier formato de periódico.
2. La superficie a medir abarca todo el cuerpo de la publicación.
3. El área de las publicaciones referentes a más de un precandidato, candidato o coalición serán divididos en partes iguales entre todos los participantes.

4. Cuando la publicación sea divisible entre dos o más aspirantes a candidatos o candidatas, pero la fotografía corresponda sólo a uno de ellos, la medida de ésta ha de contabilizarse a parte y sumada al área de la publicación del aspirante a candidato o candidata que corresponda.

CRITERIOS GENERALES DE UBICACIÓN DE PERIÓDICOS IMPRESOS

1. La ubicación del desplegado se refiere a la página y sección en que fue publicada.
2. La ubicación de la página se clasificará en: primera, segunda o tercera, y así sucesivamente. El desplegado será clasificado en la página donde aparezca. Así Como el lugar que ocupe superior derecha superior izquierda, inferior derecha, inferior izquierda o centro-centro, centro derecho y centro izquierdo
3. Las secciones serán divididas en: local, nacional, e internacional; deportes; espectáculos, sociales; y suplementos especiales.

PRESENTACIÓN DE LOS INFORMES

Se entregará un único informe cualitativo y cuantitativo clasificado por cada Medio de Comunicación establecido en el universo de los presentes Lineamientos de Fiscalización.

El informe general de monitoreo de medios de comunicación impresos y periódicos digitales para efectos de fiscalización se presentará a la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos, Administración y Fiscalización del Instituto Electoral de Tlaxcala el lunes 13 de Julio del 2010.