

INFORMACIÓN SOBRE MONITOREO DE MEDIOS

CAMPAÑAS ELECTORALES FEDERALES 2006

I. Presentación

El Instituto Federal Electoral, atento a sus atribuciones constitucionales y legales, así como a la preservación de sus principios rectores, entre los que destacan la imparcialidad y equidad, a través de la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas del Consejo General acordó, con fundamento en el artículo 19.2 del *Reglamento que establece los Lineamientos para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales*, hacer del conocimiento público los resultados concentrados derivados del monitoreo de promocionales en radio y televisión, inserciones en prensa y anuncios espectaculares en la vía pública que promuevan a los candidatos federales durante las campañas electorales del 2006.

Los objetivos de la difusión son privilegiar la transparencia de los actos de los partidos, coaliciones y sus candidatos, y la rendición de cuentas de éstos ante la ciudadanía.

En este ejercicio se difunde información agregada y concentrada que no causa ningún perjuicio a los procedimientos de verificación del cumplimiento de las normas electorales, pues tal y como se presenta no se vulnera el principio de certeza mediante el cual se guían las actividades fiscalizadoras de esta institución.

De conformidad con el mandato de la Comisión de Fiscalización, de fecha 8 de febrero de 2006, los resultados concentrados se pondrán a disposición del público a través del portal de Internet del Instituto a más tardar el día 15 del mes siguiente al que se reporta; los resultados que se tengan al mes de junio de 2006 se darán a conocer el día 28 de ese mismo mes. Para la segunda entrega (15 de marzo), se reporta información correspondiente al mes de febrero y su acumulado desde el 19 de enero del presente año.

De igual forma, los resultados concentrados se publicarán en boletines informativos y, en su caso, podrán hacerse publicaciones en prensa.

Por último, debe destacarse que los monitoreos son muestrales y por ningún motivo representan la totalidad del espectro en el que se anuncian candidatos, partidos políticos o coaliciones.

II. Metodología empleada

PROMOCIONALES DE RADIO Y TELEVISIÓN

1. Se realiza a partir del 19 de enero y concluye el 2 de julio de 2006.
2. La totalidad de los canales y estaciones se monitorean las 24 horas de lunes a domingo, durante todo el periodo previsto.
3. Los canales y estaciones que transmiten la señal de las cadenas nacionales se monitorean en la plaza correspondiente a fin de captar la señal bloqueada para su transmisión en esas localidades.
4. Las grabaciones se registran en Discos de Video Digital (DVD)) identificados con el periodo, canal o estación, siglas y plaza en la que se realizó el monitoreo. De la grabación de la programación monitoreada se registra y captura la emisión de los promocionales por partido o coalición o candidato, por grupo televisivo, por cada plaza y por canal.
5. Los tipos de promocionales a monitorear en televisión se clasifican de la manera siguiente:
 - a. Promocional regular o SPOT: son los promocionales que promueven a un partido político o coalición o candidato. Este tipo de promocionales se transmiten siempre dentro de los cortes comerciales y duran entre 10 y 60 segundos. En algunos casos se pueden encontrar segmentos mayores a un minuto.*
 - b. SUPERPOSICIÓN CON O SIN AUDIO: son aquellas imágenes que hacen alusión a un partido político o coalición, o candidato y son colocadas por encima de la transmisión de un programa sin que éste sea interrumpido. Pueden aparecer junto a marcadores deportivos, resultados, estadísticas o simplemente en un programa. Pueden o no tener audio. Tienen una duración variable.
6. A pesar de que son monitoreados, para efectos de esta publicación no se incluyen:
 - a. PROGRAMA ELECTORAL: espacio que se otorga a los partidos políticos o coaliciones a través de tiempos oficiales y que es gestionado por el Instituto Federal Electoral. En estos espacios, los partidos políticos o coaliciones informan sobre sus candidatos, programas de acción y temas en general. La duración es de 5 o de 30 minutos y se pueden distinguir porque la mayoría de ellos finaliza con la rúbrica del Instituto Federal Electoral y de la Comisión de Radiodifusión.
 - b. Los programas en radio y televisión que adquieren los partidos políticos o coaliciones para promover candidatos, programas de acción o plataformas electorales.

* Se incluyen los 400 spots en televisión y 10, 000 de radio que se adquirieron con cargo al presupuesto del IFE en términos del artículo 47, párrafo 1, inciso c) del COFIPE.

- c. Cualquier otro tipo de PROPAGANDA electoral: son todos aquellos promocionales o espacios que no puedan englobarse en ninguna de las categorías anteriores, que aparecen en la televisión y que el partido no pagó al medio por dicho espacio, por ejemplo: los carteles rotatorios en los estadios deportivos.
7. Para contabilizar los promocionales nacionales y locales en las plazas, se toman los siguientes criterios:
- a. Canales Nacionales: los que se transmiten en toda la República Mexicana.
- b. Canales Locales: los que se transmiten exclusivamente en una entidad federativa y los bloqueos de los canales nacionales en cada una de ellas.
- c. Cuando un promocional de la misma fecha, hora, canal, partido o coalición, candidato, versión, duración y programa, se transmite en el mismo canal y a la misma hora en todas las plazas se contabiliza como nacional.
- d. Cuando un promocional de la misma fecha, hora, canal, partido o coalición, candidato, versión, duración y programa, se transmite en el mismo canal pero con diferencia de hasta tres minutos con respecto a la hora de inicio de la plaza en el Área Metropolitana de la Ciudad de México se contabiliza como promocional adicional en cada plaza.
- e. Cuando un promocional tiene alguna diferencia en la fecha, hora, canal, partido o coalición, candidato, versión, duración o programa, con respecto del transmitido en el Área Metropolitana de la Ciudad de México se les contabiliza como promocionales distintos.
- f. Horario Estelar:
- Se consideró de 19:00 a 00:00 horas para el caso de la televisión.
 - Se consideró de 06:00 a 10:00 horas para el caso de la radio.

ESPECTACULARES

1. Se realiza a partir del 19 de enero y concluye el 2 de julio de 2006.
2. Se recorre la totalidad de las rutas en todas las plazas a monitorear una vez al mes.
3. Se contabiliza mes con mes, el número de anuncios espectaculares detectados que promocionan a cada uno de los candidatos, independientemente de que se hayan registrado o no en el mes anterior. Los resultados acumulados corresponden a la suma de todos los registros detectados en todos los meses monitoreados; de tal forma que figuran el número aproximado de meses que se contrató un anuncio espectacular.
4. Cada registro se compone de los siguientes elementos:
 - **Presidente:** sólo en aquellos casos en que el “espectacular” de manera explícita haga referencia a este cargo.
 - **Senador:** sólo en aquellos casos en que el “espectacular” de manera explícita haga referencia a este cargo.

- **Diputado Federal:** sólo en aquellos casos en que el “espectacular” de manera explícita haga referencia a este cargo.
- **Conjunto:** Registra “espectaculares” que de manera explícita hagan referencia a distintos cargos de elección popular federales (tales como Diputado Federal, Senador y/o Presidente de la República).

MEDIOS IMPRESOS

1. Se realiza a partir del 19 de enero y concluye el 2 de julio de 2006.
2. Se revisan diariamente los periódicos y las revistas seleccionados, a fin de localizar todas las inserciones con propaganda de los candidatos que hagan referencia a la elección presidencial de 2006.
3. Las inserciones encontradas se recopilan junto con la página entera en que se encuentran y se conservan a manera de testigo.
4. Se integra una base de datos en la que registra la siguiente información: ciudad, fecha de la inserción, nombre del periódico o revista, sección, página, medidas de la inserción, nombre del candidato publicitado, partido al que pertenece (en su caso).

III. Consideraciones básicas en materia de:

TRANSPARENCIA

Toda interpretación del Reglamento del Instituto Federal Electoral en materia de Transparencia y Acceso a la Información Pública debe favorecer el principio de máxima publicidad de la información y toda la información en poder del Instituto es pública, con excepción de aquella considerada como reservada o confidencial.

Asimismo, los resultados concentrados derivados de los monitoreos que difunde la Comisión de Fiscalización, a través de su Secretaría Técnica, no se encuentran dentro de los supuestos de reserva o confidencialidad que establecen los artículos 8 y 9 del Reglamento del Instituto Federal Electoral en materia de Transparencia y Acceso a la Información Pública, por lo que su difusión puede realizarse en términos de lo que disponga la Comisión de Fiscalización.

Por otra parte, los resultados específicos y detallados de los monitoreos son considerados información reservada, ya que serán un insumo para la elaboración de los dictámenes que elabore la Comisión de Fiscalización pues la información específica con plazas, canales, horarios y fechas será contrastada en su momento con lo que reporten los partidos políticos y las coaliciones en sus informes de campaña, lo cual permitirá que la Comisión de Fiscalización verifique la veracidad de lo que los partidos y coaliciones reporten. Por ello, los resultados específicos y detallados se darán a conocer hasta el momento en que el Consejo General resuelva sobre los informes de campaña correspondientes.

FISCALIZACIÓN

El hecho de que los monitoreos se hagan públicos en los términos que consideró pertinente la Comisión de Fiscalización no entorpece el correcto desarrollo de las campañas electorales, ni tampoco lesiona el proceso de revisión de los Informes de campaña, ya que la difusión de tales monitoreos no limita, altera o lesiona el procedimiento de revisión de Informes de Campaña que presenten los partidos políticos y coaliciones. Por el contrario, genera mayor información en la ciudadanía y un adecuado instrumento de compulsión para la autoridad electoral.

La información que se obtenga de los monitoreos se cotejará con los informes presentados por los partidos políticos de conformidad con los ordenamientos aplicables y su finalidad será corroborar lo reportado en dichos informes. Lo anterior, con el objeto de vigilar el cumplimiento de las normas que regulan el origen y destino de los recursos que reciben los partidos políticos nacionales.

En correspondencia con lo expuesto, el Instituto Federal Electoral puede hacer pública la información agregada y concentrada que resulte de los monitoreos de promocionales en radio y televisión, anuncios espectaculares en la vía pública, e inserciones en medios impresos, siempre y cuando no se afecte el procedimiento de fiscalización en curso ni se contravengan las normas aplicables en materia de transparencia y acceso a la información.

IV. Criterios y Periodicidad

El mandato a la Secretaría Técnica de la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas para hacer públicos los resultados concentrados derivados del monitoreo de promocionales en radio y televisión, inserciones en prensa y anuncios espectaculares colocados en vía pública, que se transmitan, publiquen o coloquen durante las campañas electorales, se delineó bajo los criterios y periodicidad siguientes:

1. Se entiende por resultados concentrados el número total mensual y por periodo acumulado, de promocionales en radio y televisión, inserciones en prensa y anuncios espectaculares colocados en la vía pública, que promuevan a cualquier candidato registrado por los partidos políticos y coaliciones para cargos de elección popular federales.
2. Los resultados concentrados se clasifican de la siguiente forma:

A. Por tipo de Publicidad:

RADIO	TELEVISIÓN	PRENSA	ANUNCIOS ESPECTACULARES
❖ Promocionales totales	❖ Promocionales totales	❖ Inserciones totales	❖ Anuncios totales
❖ Segundos totales	❖ Segundos totales	❖ Nacional o Local	
❖ Horario estelar o regular	❖ Horario estelar o regular		
	❖ Nacional o Local		

B. Por Periodo observado:

- a) Por Mes;
- b) Por periodo acumulado desde el inicio de las campañas hasta la fecha de publicación.

C. Por tipo de candidatura que se promociona:

- a) Promocionales atribuibles a los candidatos presidenciales;
- b) Promocionales atribuibles a los candidatos a diputados de un partido político o coalición;
- c) Promocionales atribuibles a los candidatos a senadores de un partido político o coalición;
- d) Promocionales que promuevan varios tipos de candidaturas o que tiendan a la obtención del voto sin distinguir las campañas beneficiadas, y
- e) Promocionales totales.

D. Por partido político o coalición.