



PROYECTO DE MONITOREO EN MEDIOS IMPRESOS Y ELECTRÓNICOS

Agosto 2003

PROYECTO DE MONITOREO EN MEDIOS IMPRESOS Y ELECTRÓNICOS

PRESENTACIÓN

El Instituto Electoral del Estado de México (IEEM) organiza, desarrollar y vigilar los procesos electorales extraordinarios en los municipios de Atenco, Chalco y Tepetzotlán, cuya jornada electoral se llevará a cabo el 12 de octubre del 2003.

En su carácter de organismo responsable de la organización, desarrollo y vigilancia de los procesos electorales en la entidad, el Instituto Electoral del Estado de México, es la instancia responsable de realizar monitoreos a los medios de comunicación impresos y electrónicos, públicos y privados, durante el periodo de las campañas electorales en los municipios de Atenco, Chalco y Tepetzotlán.

Los monitoreos a medios impresos y electrónicos y se desarrollarán con la finalidad de dar cumplimiento a las disposiciones legales establecidas en el Código Electoral del Estado de México, en el artículo 66 que a la letra dice: “El Consejo General realizará monitoreos cuantitativos y cualitativos y el seguimiento de notas informativas en medios de comunicación impresos y electrónicos a través de una Comisión e informará periódicamente al mismo sobre los resultados de tales monitoreos y seguimiento, que serán quincenales en tiempo de proceso electoral”.

Asimismo, el artículo 162 mandata que: “La Comisión realizará monitoreos de medios de comunicación impresos y electrónicos, públicos y privados durante el periodo de campaña electoral, o antes si así lo solicita un partido político. Los monitoreos tendrán como fin garantizar la equidad en la difusión de los actos proselitistas de los partidos y candidatos y medir sus gastos de inversión en medios de comunicación. En este último caso, el monitoreo de medios servirá para apoyar la fiscalización de los partidos políticos para prevenir que se rebasen los topes de campaña.

Por lo anterior, el propósito del trabajo que a continuación se describe es verificar que los medios masivos de comunicación impresos y electrónicos otorguen un trato equitativo en la difusión de las campañas electorales de los partidos políticos o coaliciones durante las elecciones extraordinarias en los municipios de Atenco, Chalco y Tepetzotlán; así como, coadyuvar en la fiscalización de los gastos de campaña que realizan los mismos.

El monitoreo de medios impresos y electrónicos constituye una herramienta que permite realizar el análisis del contenido de la información y la cuantificación de impactos o inserciones tanto en radio, televisión y prensa, públicos y privados, mismo que correrá a cargo de la Unidad de Comunicación Social.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

La ejecución de este proyecto se fundamenta en el Código Electoral del Estado de México en el párrafo cuarto del artículo 66, mismo que a la letra dice: “El Consejo General realizará monitoreos cuantitativos y cualitativos y el seguimiento de notas informativas en medios de comunicación impresos y electrónicos a través de una Comisión...”

En consecuencia, la Comisión de Radiodifusión y Propaganda del Instituto Electoral del Estado de México, requiere la realización de monitoreos cuantitativos y cualitativos en medios de comunicación impresos y electrónicos durante los procesos electorales extraordinarios a celebrarse el 12 de octubre del 2003.

En atención a lo dispuesto por el artículo 159 párrafo primero del Código Electoral del Estado de México, que textualmente dice: “Las campañas electorales iniciarán a partir de la fecha de registro de candidaturas que apruebe el órgano electoral correspondiente para la elección respectiva y concluirán tres días antes de la jornada electoral”. En tal virtud, el monitoreo de medios impresos y electrónicos dará inicio a partir del inicio de las campañas y terminará el día de la jornada electoral. Esto último, con el objeto de constatar que entre el término del plazo para realizar actos de campaña y la jornada electoral no se efectuó propaganda en medios.

Para llevar a cabo el monitoreo de las campañas para candidatos a miembros de los ayuntamientos en los municipios de Atenco, Chalco y Tepetzotlán, se observarán los medios de comunicación definidos, durante la barra programática de 05:00 A.M. a las 24:00 horas, los siete días de la semana en los siguientes ámbitos:

- Institucionales de los partidos políticos o coaliciones;
- Campañas para Ayuntamientos por Municipio;

A efecto de ponderar el universo a monitorear, la Comisión de Radiodifusión y Propaganda solicitará a los partidos políticos le dé a conocer cuáles serán los medios de comunicación en los que difundirán sus actividades de campaña.

Asimismo, cabe mencionar que el universo de medios de comunicación a monitorear puede ser actualizado, derivado del posicionamiento que ocupen en la preferencia de la audiencia.

MONITOREO CUANTITATIVO

Se entiende por monitoreo cuantitativo al estudio que mide la cantidad de impactos transmitidos en radio y televisión o inserciones pagadas en medios impresos que difunden información sobre los candidatos a miembros de los ayuntamientos de los partidos políticos o coaliciones.

OBJETIVO: Identificar y cuantificar los impactos propagandísticos o patrocinios en radio y televisión, así como las inserciones pagadas en medios impresos, de cada uno de los candidatos y miembros de los ayuntamientos de los partidos políticos o coaliciones que participan en los comicios extraordinarios de Atenco, Chalco y Tepetzotlán.

MEDIOS ELECTRÓNICOS

Al realizar el monitoreo cuantitativo, la Unidad de Comunicación Social deberá captar, clasificar y analizar los mensajes en los medios de comunicación monitoreados, de acuerdo a las siguientes variables, además de las que proponga la misma:

RADIO:

- I. Tipo de promocional transmitido (independientemente de que la transmisión se realice a través de estaciones de origen o repetidoras);
 - A). Spot
 - B). Patrocinio de programas y eventos (entendiéndose esto como el acto mediante el cual los partidos políticos o coaliciones sufragan los gastos originados por la realización de una actividad de propaganda electoral).
- II. Nombre de la estación, frecuencia, banda y siglas en la que se transmitieron los promocionales;
- III. Fecha y hora de transmisión;
- IV. Identificación de la versión transmitida;
- V. Duración del promocional;
- VI. Nombre del programa en que se transmitió o los programas entre los que se transmitió;
- VII. El nombre del partido político o coalición y/o candidato que se promoció; y
- VIII. El número total de impactos o menciones por día/ semana.
- IX. Inversión de conformidad con los costos de las tarifas públicas de cada medio; se solicitarán las cotizaciones o los precios de los medios de comunicación para efecto de que con este resultado se remita a la propia Comisión de Fiscalización.
- X. Municipio al que corresponda el spot
- XI. Cobertura de transmisión
 - A) Nacional
 - B) Regional

TELEVISIÓN:

- I. Tipo de promocional
 - A). Spot
 - B). Patrocinio de programas y eventos (entendiéndose esto como el acto mediante el cual los partidos políticos o coaliciones sufragan los gastos originados por la realización de una actividad de propaganda electoral).
 - C). Cintillo
 - a) Superposición con audio
 - b) Superposición sin audio

D). Publicidad virtual

E). Exposición de emblema del partido político o coalición en estudio

También se deberá registrar, independientemente de que la transmisión se realice a través de estaciones de origen o repetidoras:

- II. Nombre de la estación, las siglas y el canal en que se transmitió cada uno de los promocionales;
- III. Identificación de la versión transmitida;
- IV. La fecha y hora de transmisión de cada promocional;
- V. La duración de la transmisión;
- VI. Nombre del programa en el que se transmitió o los programas entre los que se transmitió;
- VII. El nombre del partido político o coalición y/o candidato que se promocio; y
- VIII. El número total de impactos o menciones por día/ semana.
- IX. Inversión de conformidad con las tarifas públicas de cada medio.
- X. Municipio al que corresponda el spot (con base en el candidato que se esté promoviendo).
- XI. Cobertura de transmisión:
 - A). Nacional.
 - B). Regional.

PRENSA:

XII. Tipo de inserción publicada

A) Anuncio o promocional:

- a) Espacio físico por medida simétrica (1/8, 1/4, 1/2 , 3/4 , una plana);
- b) Oreja (entendiéndose como el espacio físico ubicado en la parte superior de la primera plana de un diario en los extremos derecho, izquierdo o ambos)
- c) Cíntillo; y
- d) Robaplana.

B) Publireportaje (inserción pagada que adquiere el estilo del medio impreso, identificándose con un enunciado como “publireportaje”, “inserción pagada por...”, “esta publicación es responsabilidad de...” o bien resaltando con flecos de mayor grosor que las habituales).

C) Fotografías (que por sus características evidencien haber sido contratadas).

XIII. Se deberá registrar:

- A) Número de inserciones (por día/ semana);
- B) Identificación de la versión publicada;
- C) Fecha de publicación; y
- D) Ubicación de la inserción en el medio (plana, página y sección).

XIV. Inversión de conformidad con las tarifas públicas.

XV. Municipio al que corresponda la inserción.

XVI. El partido político, coalición y/o candidato que se promocio.

XVII. Cobertura estatal o nacional.

MONTOREO CUALITATIVO

El monitoreo cualitativo se refiere al estudio de medios informativos impresos (periódicos, revistas, semanarios) y servicios informativos de radio o televisión (noticiero, panel, mesa redonda, debate) que arroja resultados para conocer la equidad en los tiempos y el tratamiento de la información.

OBJETIVO: Verificar que los medios impresos y electrónicos otorguen un trato equitativo en la difusión de los actos proselitistas de los candidatos a miembros de los ayuntamientos de los partidos políticos o coaliciones.

Para llevar a cabo este trabajo, la Comisión se auxiliará de la Unidad de Comunicación Social, quien realizará el monitoreo de acuerdo a la metodología que aquí se define, considerando como elementos mínimos en el tratamiento informativo que den los medios respecto de las campañas electorales, los siguientes:

1. Objetividad: considerado como el reflejo fiel los hechos a que se refiera, y evitar la subjetividad en las notas informativas.
2. Equidad: igualdad en la cantidad de tiempos y espacios que se otorgan a los partidos políticos o coaliciones. Cuando se organicen debates dentro de los programas noticiosos, observar si se procura la participación de todos los partidos políticos o coaliciones con registro. También se atenderá el orden de presentación de la información relativa a las campañas políticas; tomando en cuenta el contenido y alcance de la nota informativa, de tal manera, que haya una evaluación objetiva para todos los partidos políticos o coaliciones en la jerarquización de la información.
3. Calidad uniforme en el manejo de la información y en la calidad de los recursos técnicos utilizados por los medios de comunicación, para garantizar la calidad del audio y de la imagen, así como la claridad, fluidez y coherencia en los mensajes.
4. Tiempo de transmisión y espacio publicado: tiempo o espacio efectivo que se destine a la información sobre las campañas electorales de los candidatos a miembros de los ayuntamientos de los partidos políticos o coaliciones dentro del noticiero (nota informativa, entrevista y reportaje) o medio impreso, (nota informativa, entrevista y reportaje).

Se clasificarán los mensajes que se difundan en las campañas electorales de cada uno de los partidos políticos o coaliciones, en medios electrónicos y en prensa, de la siguiente manera:

- POSITIVA:** cuando presente adjetivos que favorezcan a los partidos políticos, coaliciones o candidatos o se emitan juicios de valor a favor de los mismos; así como, se resalten actos por medio de adjetivos positivos para encubrir o minimizar actos negativos.
- NEGATIVA:** cuando presente adjetivos que perjudiquen a los partidos políticos, coaliciones o candidatos o se emitan juicios de valor negativos a éstos; así como, se resalten actos por medio de adjetivos negativos para minimizar actos positivos.

NEUTRA: cuando sólo se presente la información de los hechos sin mostrar valoración alguna, es decir, evitando adjetivos y mostrando los hechos con objetividad.

Se llevará a cabo el monitoreo de noticiarios de radio y televisión así como medios impresos, atendiendo a la información que hace referencia explícita a los candidatos de los partidos políticos o coaliciones a los cargos de elección popular (miembros de los ayuntamientos), lo que incluye: información sobre acontecimientos y declaraciones de dirigentes partidistas cuando éstos se refieran a temas de campaña, o cuando el emisor es el propio candidato registrado, aún en el caso de que se toquen otros temas.

A continuación se enlistan las variables del monitoreo cualitativo que se deberán tomar en cuenta para su realización:

MEDIOS ELECTRÓNICOS

EN RADIO:

<ol style="list-style-type: none"> 1. Nombre de la estación; <ol style="list-style-type: none"> a) Frecuencia; b) Banda; c) Siglas; y d) Fecha y hora de transmisión. 2. Nombre del noticiario o servicio informativo en que se transmitió. 3. Municipio donde se generó la información; partido político, coalición y/o candidato al que hace referencia el medio . 4. Piezas periodísticas. 5. Tiempo destinado a cada una de las anteriores. 6. Ubicación en el noticiero o programa. <ol style="list-style-type: none"> a) Entrada del programa; b) Desarrollo o cuerpo del programa; y c) Resumen final. 7. Adjetivación o no adjetivación <ol style="list-style-type: none"> a) Positiva. b) Negativa. c) Neutra. 8. Calidad uniforme en el manejo de la información. 	<p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cita y voz: presentación de la noticia por el conductor con reportero y con la voz del candidato del partido político o coalición. ▪ Cita y audio: presentación de la noticia por el conductor, con reportero, pero sin la voz del candidato del partido político o coalición. ▪ Sólo voz: entrevistas en vivo o llamadas telefónicas de los candidatos del partido político o coalición. ▪ Sólo cita: únicamente lectura de la información por parte del conductor, sin ningún tipo de apoyo.
--	---

EN TELEVISIÓN

<ol style="list-style-type: none">1. Nombre de la televisora;<ol style="list-style-type: none">a) Siglas;b) Fecha y hora de transmisión.2. Cobertura:<ol style="list-style-type: none">a) Regional.b) Nacional.3. Nombre del noticiario o servicio informativo en que se transmitió.4. Municipio donde se generó la información; partido político, coalición y/o candidato al que hace referencia el medio.5. Piezas periodísticas.6. Tiempo destinado a cada una de las anteriores.7. Ubicación en el noticiero o programa.<ol style="list-style-type: none">a) Entrada del programa;b) Desarrollo o cuerpo del programa;c) Resumen final.8. Adjetivación o no adjetivación de la nota.<ol style="list-style-type: none">a) Positiva.b) Negativa.c) Neutra.9. Calidad uniforme en el manejo de la información.	<p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Imagen de transmisión directa: presentación del conductor o reportero, con la imagen y el audio del candidato de que se trate. En este aspecto se incluirán las entrevistas realizadas en directo.▪ Imagen grabada en el momento del suceso: presentación del conductor, con cobertura de reportero y con la imagen del candidato, pero sin el audio directo.▪ Imagen de archivo: reporte de las notas por el conductor, con imagen de apoyo de archivo.▪ Sólo cita: lectura de las notas del partido o coalición por parte del conductor sin ningún tipo de apoyo técnico.
---	--

EN PRENSA:

<ol style="list-style-type: none">1. Nombre del medio.2. Periodicidad.3. Fecha de publicación.4. Municipio donde se generó la información; partido político, coalición y/o candidato al que hace referencia el medio.5. Piezas periodísticas.6. Ubicación: identificar el orden de aparición con base en las siguientes categorías:<ol style="list-style-type: none">a) Primera planab) Interioresc) Contraportada7. Espacio otorgado (1/8, 1/4, 1/2, 3/4, una plana, cintillo).8. Adjetivación o no adjetivación<ol style="list-style-type: none">a) Positivab) Negativac) Neutra	<p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Fotografía blanco y negro acompañando a las notas, entrevistas, reportajes, columnas políticas, artículos y editoriales.▪ Fotografía a color acompañando a las notas, entrevistas, reportajes, columnas políticas, artículos y editoriales.▪ Caricatura en relación con las notas, entrevistas, reportajes, columnas políticas, artículos y editoriales.▪ Emblema del partido político o coalición ilustrando o distinguiendo las notas, entrevistas, reportajes, columnas políticas, artículos, fotografías, ilustraciones o caricatura y editoriales.▪ Gráficos en torno a las notas, entrevistas, reportajes, columnas políticas, artículos, fotografías y editoriales.▪ Ninguna.
---	---

La Unidad de Comunicación Social del Instituto deberá entregar un informe bajo el siguiente procedimiento:

1. Se entregará un reporte a la Secretaría Técnica de la Comisión de Radiodifusión y Propaganda que contenga las variables antes mencionadas para medios impresos y electrónicos concernientes a las campañas electorales de los partidos políticos o coaliciones.
2. La presentación de los resultados se adecuará a los formatos que para el efecto acuerde la Secretaría Técnica de la Comisión de Radiodifusión y Propaganda. En todo caso, se compondrán de gráficas y cuadros comparativos que garanticen la fácil comprensión de la información que se reporta.
3. Los resultados del monitoreo cuantitativo y cualitativo de los partidos políticos o coaliciones que se transmitan a través de los medios electrónicos y se publiquen en medios impresos, se considerarán propiedad del Instituto Electoral del Estado de México y cualquier uso inadecuado y/o no autorizado por el mismo será sancionado por las autoridades conforme a las leyes correspondientes.
4. A partir de que la Unidad de Comunicación Social proporcione su reporte a la Secretaría Técnica, deberá conservar al menos 15 días, los audiocasetes, videos o inserciones en prensa, soporte de la información para que puedan ser revisados por la Comisión, o los partidos políticos o la coalición, en caso de ser necesario o de existir duda.

Con fundamento en el artículo 66 del Código, la Comisión de Radiodifusión y Propaganda informará periódicamente al Consejo General y posteriormente será remitido a la Comisión de Fiscalización sobre los resultados del monitoreo cuantitativo, dichos reportes

serán quincenales y contendrán una valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados, así como las recomendaciones que se estimen conducentes. El Consejo General publicará los resultados de esta actividad en los principales diarios con circulación en el Estado.

La Unidad de Comunicación Social estará obligada a entregar informes quincenales, dos informes parciales y un informe final, teniendo carácter acumulativo.

Universo a monitorear

Estación	Programa	Horario	Conductor	Día de Transmisión
Radio Fórmula Metropolitana 1470 AM	Con Valor y con verdad	5:30 a 8:00 AM	Gustavo Rentería	Lunes a domingo
	Tere Vale, Radio Fórmula	18:00 a las 20:00 PM	Tere Vale	Lunes a viernes
	En Voz Alta	17:00 a 18:30 PM	Flor Berenguer	Lunes a viernes
Radio Fórmula 970 AM	Cúpula Empresarial	6:00 a 9:30 AM	Oscar Mario Beteta	Lunes a viernes
	López Dóriga	13:30 a 15:30 PM	Joaquín López Dóriga	Lunes a viernes
	Cúpula Empresarial	15:00 a 16:00 PM	Oscar Mario Beteta	Lunes a viernes
	Fórmula de la Tarde	16:00 a las 17:00 PM	Ciro Gómez Leyva	Lunes a viernes
	José Cárdenas Infoma	18:00 a 20:00 PM	José Cárdenas	Lunes a viernes
	Fórmula noticias T. Extra	7:00 a 9:00 AM	Enrique Campos Suárez	Sábado
	Cúpula empresarial	14:30 a 15:00 PM	Oscar Mario Beteta	Sábado
	López Dóriga	15:00 a 16:00 PM	Joaquín López Dóriga	Sábado
	José Cárdenas Infoma	18:00 a 20:00 PM	José Cárdenas	Sábado
	Voz pública	5:30 a 7:00 AM	Francisco Huerta	Domingo
	Fórmula noticias T. Extra	7:00 a 9:00 AM	Enrique Campos Suárez	Domingo
	Cúpula empresarial	14:30 a 15:00 PM	Oscar Mario Beteta	Domingo
	López Dóriga	15:00 a 16:00 PM	Joaquín López Dóriga	Domingo
	Fuego Cruzado	21:00 a 22:00 PM	Eduardo Ruiz Healy	Domingo
	Radio Red	Monitor	5:45 a 10:00 AM	José Gutiérrez Vivo
Monitor			Martín Espinoza	Sábado
Monitor de la Tarde		13:00 a 15:00 PM	Martín Espinoza	Lunes a sábado
	Monitor	17:00 a 21:00 PM	Enrique Muñoz	Lunes a sábado
La 69 (690 AM)	Y usted.. ¿Qué opina?	06:00 AM a 13:00 PM	Nino Canún	Lunes a viernes
	De 1 a 3	13:00 a 15:00 PM	Jacobo Zabudowsky	Lunes a viernes
	De 6 a 9	18:00 a 21:00 PM	Jorge Berry	Lunes a viernes
Estación	Programa	Horario	Conductor	Día de Transmisión

Radio Mexiquense 1600 AM Tiene cortes informativos a las 13:00; 17:00; 18:00; 19:00 y 20:00 horas	34-12 Noticias	08:00 a 09:00 AM	Ingrid Madrigal	Lunes a viernes
	34-12 Noticias	14:00 a 14:30 PM	Raúl Cruz y Macarena Huicochea	Lunes a viernes
	34-12 Noticias	21:00 a 22:00 PM	Mónica Mondragón	Lunes a viernes
La B Grande de México 1220 AM	Antena Radio	07:00 a 09:00 AM	Enrique Lazcano	Lunes a viernes
	Antena Radio Express	14:00 a 15:00 PM	Nora Patricia Jara	Lunes a viernes
	Revista Informativa	18:00 a 20:00 PM	María Elena Cantú	Lunes a viernes
	Antena Radio	08:00 a 09:00 AM	Guillermo Rodríguez	Sábado y domingo
	Antena Radio	19:00 a 20:00 PM	Guillermo Rodríguez	Sábado y domingo
Stereo 97.7 FM	Su programación es de corte musical			
La Z	Su programación es de corte musical			

MONITOREO DE TELEVISIÓN (LUNES A SÁBADO)				
PROGRAMA	CANAL	CORPORATIVO	HORARIO	CONDUCTORES
En Contraste	Canal 2	Televisa	6:00 a 9:00 AM Lunes a viernes	Adela Micha y Leonardo Kourchenko
El noticiero	Canal 2	Televisa	14:00 a 14:30 hrs Lunes a viernes	Lolita Ayala
Noticiero	Canal 2	Televisa	22:30 a 23:20 hrs Lunes a viernes	Joaquín López Dóriga
El Mañanero	Canal 4	Televisa	6:00 a 10:00 hrs Lunes a viernes	Brozo
A las tres	Canal 4	Televisa	15:00 a 16:00 hrs Lunes a viernes	Lourdes Ramos
Nueva visión	Canal 4	Televisa	21:00 a 22:00 hrs Lunes a viernes	Carlos Loret de Mola
Hechos de la mañana	Canal 13	TV Azteca	6:00 a 8:30 hrs Lunes a viernes	Ana María Lomelí y Ramón Fregoso
Hechos de la tarde	Canal 13	TV Azteca	15:00 a 16:00 hrs Lunes a viernes	Ana Wnocur y Jorge Zarza
Hechos de la noche	Canal 13	TV Azteca	22:00 a 23:00 hrs Lunes a viernes	Javier Alatorre
Hechos del sábado	Canal 13	TV Azteca	14:00 a 15:00 hrs sábado	Hannia Novell y Jaime Guerrero
Hechos del 7	Canal 7	TV Azteca	21:00 a 21:30 hrs Lunes a viernes	Pablo Latapí
34-12 Noticias	Canal 12	TV Mexiquense	7:00 a 8:00 hrs Lunes a viernes	Carlos Mota
34-12 Noticias	Canal 12	TV Mexiquense	19:00 a 19:30 hrs Lunes a viernes	Carlos González
34-12 Noticias	Canal 12	TV Mexiquense	21:00 a 22:00 hrs Lunes a viernes	Mónica Mondragón

Monitoreo a Medios Impresos

Medio	Periodicidad
La Jornada	Diario
La Prensa	Diario
El Universal	Diario
Reforma	Diario Domingo
Tribuna	Lunes a sábado
La Voz de Oriente	Semanal