

## **JGE39/2009**

**ACUERDO DE LA JUNTA GENERAL EJECUTIVA DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL POR EL QUE SE INSTRUYE A LAS JUNTAS EJECUTIVAS LOCALES Y DISTRITALES A EFECTO DE QUE CONTINÚEN EL MONITOREO DE LOS ANUNCIOS ESPECTACULARES COLOCADOS EN LA VÍA PÚBLICA, Y SE ORDENA A LA COORDINACIÓN NACIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL (CNCS) QUE CONTINÚE CON EL MONITOREO DE LOS DESPLEGADOS QUE PUBLIQUEN LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN MEDIOS IMPRESOS EN TODO EL PAÍS, DURANTE LAS PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS ELECTORALES CORRESPONDIENTES AL PROCESO ELECTORAL FEDERAL 2008-2009.**

### **A N T E C E D E N T E S**

- I. El trece de noviembre de dos mil siete, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto que reforma los artículos 6o., 41, 85, 99, 108, 116 y 122; adiciona el artículo 134 y deroga un párrafo al artículo 97, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el cual entró en vigor al día siguiente de su publicación, en términos de su artículo Primero transitorio.
- II. El catorce de enero de dos mil ocho, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto por el que se expide el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, el cual conforme a su artículo Tercero Transitorio aboga el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales publicado en el Diario Oficial de la Federación el quince de agosto de mil novecientos noventa, así como sus reformas y adiciones. Dicho decreto entró en vigor al día siguiente de su publicación, de acuerdo con lo señalado en su artículo transitorio Primero.
- III. Con las reformas constitucionales y legales antes señaladas, se creó un órgano técnico del Consejo General del Instituto Federal Electoral dotado de autonomía de gestión, encargado de la fiscalización de las finanzas de los partidos políticos nacionales, denominado Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos.

**IV.** El diez de julio de dos mil ocho, el Consejo General del Instituto Federal Electoral aprobó el Reglamento para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales, el cual fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el ocho de septiembre del mismo año. De conformidad con su artículo Primero transitorio, dicho reglamento entró en vigor el uno de enero de dos mil nueve, con excepción de las obligaciones relativas a la presentación de los informes trimestrales; el registro y comprobación de los gastos relacionados con el desarrollo de las actividades específicas a que se refiere el inciso c) del artículo 36, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; la comprobación y registro de los gastos destinados a la capacitación, promoción y desarrollo del liderazgo político de las mujeres; así como la comprobación y registro de los ingresos y egresos relacionados con las precampañas, las cuales surtieron efectos a partir de su aprobación por el Consejo General del Instituto Federal Electoral.

**V.** Que mediante Acuerdo CG10/2009, en sesión extraordinaria de catorce de enero de dos mil nueve, el Consejo General del Instituto Federal Electoral modificó el Acuerdo CG310/2008 por el que se expidió el Reglamento para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales.

**VI.** Que en la campaña electoral de mil novecientos noventa y cuatro los partidos utilizaron el veinticinco por ciento de sus recursos en la difusión de sus mensajes de campaña a través de la prensa, la radio y la televisión; en la campaña electoral de mil novecientos noventa y siete este porcentaje aumentó en treinta puntos porcentuales, es decir, a cincuenta y cinco por ciento. En los procesos electorales federales de dos mil y de dos mil tres los partidos utilizaron en las campañas electorales el cincuenta y cuatro por ciento de sus recursos para la difusión a través de esos medios. Finalmente, en el proceso electoral federal de dos mil seis, este porcentaje aumentó al cincuenta y ocho por ciento. Del reporte final de monitoreos de promocionales para el Proceso Federal Electoral 2005-2006, realizado del diecinueve de enero al veintiocho de junio de dos mil seis, se detectaron cinco mil setecientos veintidós anuncios espectaculares en la vía pública, de los cuales sesenta y seis por ciento corresponde a espectaculares de candidatos a Presidente de la República, siete por ciento a diputados, trece por ciento a senadores y trece por ciento a genéricos. Derivado de lo anterior y en atención a la reforma constitucional de fecha trece de noviembre del dos mil siete, los partidos políticos sólo podrán acceder a la radio y televisión a través del

Instituto Federal Electoral, por lo que es altamente probable que en el proceso electoral federal 2008-2009, los gastos de precampaña y campaña se concentren en la propaganda difundida a través de medios impresos y anuncios espectaculares colocados en la vía pública.

**VII.** En sesión extraordinaria celebrada el tres de octubre de dos mil ocho, inició formalmente el proceso electoral federal 2008-2009.

## **C O N S I D E R A N D O**

**1.** Que de acuerdo con el artículo 41, Base V, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la fiscalización de las finanzas de los partidos políticos nacionales estará a cargo de un órgano técnico del Consejo General del Instituto Federal Electoral, dotado de autonomía de gestión, que no estará limitado por los secretos bancario, fiduciario y fiscal en el cumplimiento de sus atribuciones.

**2.** Que el artículo 79, párrafo 1, del mismo ordenamiento establece que para los efectos de lo dispuesto por el artículo 41, de la Constitución, la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos es el órgano técnico del Consejo General del Instituto Federal Electoral que tiene a su cargo la recepción y revisión integral de los informes que presenten los partidos respecto del origen y monto de los recursos que reciban por cualquier modalidad de financiamiento, así como sobre su destino y aplicación, y que el párrafo 2, del artículo legal en comento dispone que, en el ejercicio de sus atribuciones, la Unidad contará con autonomía de gestión y su nivel jerárquico será equivalente al de dirección ejecutiva del Instituto.

**3.** Que de acuerdo con el artículo 81, párrafo 1, incisos c), d), e), g) e i), del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos tiene las siguientes atribuciones: (i) vigilar que los recursos de los partidos tengan origen lícito y se apliquen estricta e invariablemente a las actividades señaladas en la ley; (ii) recibir los informes trimestrales y anuales, así como de gastos de precampaña y campaña, de los partidos políticos y sus candidatos, así como los demás informes de ingresos y gastos establecidos por el propio código; (iii) revisar los informes

señalados en el inciso anterior; (iv) ordenar la práctica de auditorías, directamente o a través de terceros, a las finanzas de los partidos políticos; (v) presentar al Consejo General los informes de resultados y proyectos de resolución sobre las auditorías y verificaciones practicadas a los partidos políticos.

**4.** Que la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos tiene la facultad de vigilar que los recursos que ejercen los partidos políticos se apliquen estricta e invariablemente para las actividades señaladas en la Ley, y de presentar al Consejo General los informes de resultados y proyectos de resolución sobre las auditorías y verificaciones practicadas a los partidos especificando las irregularidades en que hubiesen incurrido en el manejo de sus recursos; el incumplimiento de su obligación de presentar los mismos, proponiendo las sanciones que procedan conforme a la normatividad aplicable, derivada de la facultad de revisar los informes trimestrales y anuales, así como de gastos de precampaña y campaña, de los partidos políticos y sus candidatos, atribuciones que se complementan para la eficaz tutela de los bienes jurídicos que la Ley protege a través de la fiscalización del origen y destino de los recursos con que cuentan los partidos políticos.

**5.** Que el artículo 41, Base II, penúltimo párrafo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que la ley fijará los límites a las erogaciones en los procesos internos de selección de candidatos y las campañas electorales de los Partidos Políticos; establecerá el monto máximo que tendrán las aportaciones de sus simpatizantes, cuya suma total no podrá exceder anualmente, para cada partido, al diez por ciento del tope de gastos establecido para la última campaña presidencial; asimismo ordenará los procedimientos para el control y vigilancia del origen y uso de todos los recursos con que cuenten y dispondrá las sanciones que deban imponerse por el incumplimiento de estas disposiciones.

**6.** Que el artículo 22, párrafo 4, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, dispone que los partidos políticos nacionales tienen personalidad jurídica, gozan de los derechos y las prerrogativas y quedan sujetos a las obligaciones que establecen la Constitución y el Código, y que el artículo 23, párrafo 2, del mismo ordenamiento, establece que el Instituto Federal Electoral vigilará que las actividades de los partidos políticos se desarrollen con apego a la ley.

**7.** Que de conformidad con el artículo 38, párrafo 1, incisos a), k) y o), del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, son obligaciones de los partidos políticos nacionales: (i) conducir sus actividades dentro de los cauces legales y ajustar su conducta y la de sus militantes a los principios del Estado democrático, respetando la libre participación política de los demás partidos políticos y los derechos de los ciudadanos; (ii) permitir la práctica de auditorías y verificaciones por los órganos del Instituto facultados por el Código así como entregar la documentación que dichos órganos les requieran respecto de sus ingresos y egresos; y (iii) aplicar el financiamiento de que dispongan, por cualquiera de las modalidades establecidas en el Código, exclusivamente para el sostenimiento de sus actividades ordinarias, para sufragar los gastos de precampaña y campaña, así como para realizar las actividades enumeradas en el inciso c) del párrafo 1 del artículo 36 del propio Código federal electoral.

**8.** Que el artículo 229, establece que los gastos que realicen los partidos políticos, las coaliciones y sus candidatos, en la propaganda electoral y las actividades de campaña, no podrán rebasar los topes que para cada elección acuerde el Consejo General.

**9.** Que el citado artículo 229 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales establece en su párrafo 2, incisos a), fracción I, y c), fracción I, que los gastos de propaganda comprenden los realizados en bardas y mantas, así como en diarios, revistas y otros medios impresos, tales como inserciones pagadas, anuncios publicitarios y sus similares, tendentes a la obtención del voto. En todo caso, tanto el partido y candidato contratante, como el medio impreso, deberán identificar con toda claridad que se trata de propaganda o inserción pagada.

**10.** Que en las campañas electorales de mil novecientos noventa y cuatro, mil novecientos noventa y siete, dos mil, dos mil tres y dos mil seis los partidos políticos han incrementado el porcentaje de los recursos de que disponen para la difusión de sus mensajes de campaña a través de anuncios espectaculares en la vía pública así como en medios impresos. Derivado de lo anterior, es previsible que en el Proceso Electoral Federal 2008-2009 los gastos de precampaña y campaña de los partidos políticos tenderán a concentrarse en propaganda difundida a través de medios impresos y de anuncios espectaculares colocados en la vía pública, así como otros mecanismos novedosos de promoción y difusión de

propaganda, pues bajo el actual modelo de acceso a la radio y a la televisión, los partidos políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular tienen prohibido adquirir espacios en estos medios de comunicación.

**11.** Que en virtud de lo dicho, el órgano encargado de vigilar que los recursos se apliquen estricta e invariablemente para las actividades señaladas en la ley, necesita contar con las herramientas adecuadas que le permitan desempeñar con eficacia sus tareas, particularmente en los rubros de mayor concentración de gasto, de forma que su revisión no se base únicamente en lo reportado por los partidos políticos en sus informes de precampaña y de campaña.

**12.** Que de conformidad con los artículos 13.19 y 20.10, del Reglamento para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos ordenará monitoreos de anuncios espectaculares colocados en vía pública, así como en diarios, revistas y otros medios impresos, y cualquier otro medio que dicho órgano técnico determine, durante las precampañas y campañas electorales. Además, las disposiciones en comento señalan que la Unidad de Fiscalización hará públicos los resultados de los monitoreos, siempre y cuando no se afecten los procedimientos de fiscalización en curso.

**13.** Que el artículo 62, párrafo 1, incisos ñ) y p), del Reglamento Interior del Instituto Federal Electoral, aprobado en sesión extraordinaria del Consejo General celebrada el diez de julio de dos mil ocho, establece como atribuciones de la Coordinación Nacional de Comunicación Social, las de brindar apoyo a los órganos institucionales en materia de comunicación social siempre que se lo soliciten, así como recopilar y analizar la información que sobre el Instituto difundan los medios masivos de comunicación, mediante la elaboración de reportes como la síntesis de prensa y la de monitoreo de medios electrónicos.

**14.** Que en las Políticas y Programas Generales del Instituto Federal Electoral para el año 2009, la Coordinación Nacional de Comunicación Social (Unidad Responsable 104) tiene a su cargo el subprograma Información (007), cuyo objetivo específico consiste en informar integral y sistemáticamente a la ciudadanía y a la opinión pública nacional e internacional sobre el Proceso Electoral Federal 2008-2009 y las actividades públicas permanentes de la Institución.

**15.** Que para la consecución de dicho objetivo, en las Políticas y Programas Generales del Instituto Federal Electoral para el año 2009 se prevén las siguientes líneas de acción: (i) dar a conocer a la ciudadanía las actividades permanentes del IFE y las relativas al Proceso Electoral Federal 2008-2009 a través de los medios de comunicación nacionales, así como atender los requerimientos informativos y de capacitación de la prensa; (ii) elaborar, reunir y enviar todos los materiales informativos que genera la Coordinación Nacional de Comunicación Social sobre las actividades que realiza el Instituto; (iii) mantener relaciones con las áreas de comunicación social de entidades externas al Instituto, con el fin de difundir eficazmente los eventos que se realicen en coordinación con otras instituciones, inherentes a las actividades institucionales y al Proceso Electoral Federal 2008-2009, entre otras.

**16.** Que de acuerdo con lo anterior y considerando la naturaleza de las facultades de control y vigilancia de la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos, es pertinente que cuente con el apoyo de la Coordinación Nacional de Comunicación Social en la realización de un monitoreo de los medios impresos a nivel nacional, para estar en posibilidad de verificar la veracidad de lo reportado por los partidos políticos respecto de los gastos aplicados a desplegados e inserciones en medios impresos.

**17.** Que con fundamento en lo dispuesto en el artículo 107, párrafo 1, incisos a) y b), del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, el Instituto Federal Electoral ejercerá sus funciones en todo el territorio nacional a través de sus estructuras desconcentradas, es decir, sus treinta y dos delegaciones en las entidades federativas, y sus trescientas subdelegaciones en cada distrito electoral uninominal.

**18.** Que con base en lo anterior, la Unidad de Fiscalización, a través de la Coordinación Nacional de Comunicación Social, cuenta con el apoyo de los órganos desconcentrados, esto es, las Juntas Locales y Distritales Ejecutivas del Instituto Federal Electoral para llevar a cabo el monitoreo de los medios impresos a nivel nacional, en base a la metodología que para tal efecto han elaborado la Coordinación Nacional de Comunicación Social y la Unidad de Fiscalización, para estar en posibilidad de verificar la veracidad de lo reportado por los partidos políticos respecto de los gastos aplicados a desplegados e inserciones en medios impresos, así como en anuncios espectaculares.

**19.** Que de conformidad con el artículo 135, párrafo 1, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, las juntas locales ejecutivas son órganos permanentes que se integran por: el vocal ejecutivo y los vocales de Organización Electoral, del Registro Federal de Electores, de Capacitación Electoral y Educación Cívica y el vocal secretario.

**20.** Que de conformidad con el artículo 49, párrafo 1, del Reglamento Interior del Instituto Federal Electoral, las Juntas Locales son los órganos ejecutivos colegiados de carácter permanente, integrados por miembros del Servicio Profesional Electoral, encargados de aplicar los programas y políticas del Instituto en el ámbito territorial de cada una de las entidades federativas y en el Distrito Federal.

**21.** Que en términos del artículo 53, párrafo 1, incisos a) y j), del Reglamento Interior del Instituto Federal Electoral, para el cumplimiento de las atribuciones que el Código les confiere, corresponde a las Juntas Locales (i) cumplir y ejecutar los acuerdos del Consejo y los de la Junta; y (ii) las que señalen los reglamentos en materia de transparencia, de quejas, de fiscalización y de radio y televisión.

**22.** Que las Juntas Distritales ejecutivas son los órganos permanentes que se integran por: el vocal ejecutivo, los vocales de Organización Electoral, del Registro Federal de Electores, de Capacitación Electoral y Educación Cívica y un vocal secretario, de acuerdo con el artículo 145, párrafo 1, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

**23.** Que en términos del artículo 56, párrafo 1, del Reglamento Interior del Instituto Federal Electoral, las Juntas Distritales son los órganos ejecutivos colegiados de carácter permanente, integrados por miembros del Servicio Profesional Electoral, encargados de aplicar los programas y políticas del Instituto en el ámbito territorial de cada uno de los distritos electorales.

**24.** Que en las Políticas y Programas Generales del Instituto Federal Electoral para el año 2009, corresponde a la Unidad de Fiscalización de los Recursos Políticos (Unidad Responsable 120) llevar a cabo el subprograma (029) Análisis de Informes Anuales y de Campaña de los Partidos Políticos y Agrupaciones Políticas Nacionales, a través de la Dirección de Auditoría de Partidos Políticos, Agrupaciones Políticas y Otros, cuyos objetivos 2 y 4 consisten en la recepción, revisión y dictamen de los Informes de Precampaña de los partidos políticos, y en la recepción, revisión y dictamen de los Informes de campaña de los partidos políticos y coaliciones, respectivamente.

**25.** Que, como se adelantó, la estructura desconcentrada del Instituto está encargada de aplicar los programas y políticas del Instituto en el ámbito territorial de su competencia, aunado a que de acuerdo con el artículo 107, párrafo 1, incisos a) y b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, el Instituto Federal Electoral ejercerá sus funciones en todo el territorio nacional a través de las treinta y dos delegaciones en las entidades federativas, y las trescientas subdelegaciones, una en cada distrito electoral uninominal. Consecuentemente, la Unidad de Fiscalización cuenta con el apoyo de los órganos desconcentrados, esto es, las juntas locales y distritales ejecutivas del Instituto Federal Electoral para llevar a cabo el monitoreo de los anuncios espectaculares colocados en la vía pública, conforme a la metodología que al efecto la propia Unidad de Fiscalización ha elaborado, para estar en posibilidad de verificar la veracidad de lo reportado por los partidos políticos por este concepto.

**26.** Que por anuncio espectacular se entenderá cualquier medio alternativo de comunicación identificable como objeto inmueble ubicado y observable en la vía pública, que cuenta con una estructura fija y preestablecida, expresamente creada para anunciar contenidos diversos, pudiendo ser de tipo azotea, unipolar, bipolar, trípode o puente.

**27.** Que el Secretario Ejecutivo tiene, entre otras, la atribución de orientar y coordinar las acciones de las direcciones ejecutivas y de las juntas locales y distritales ejecutivas del Instituto; así como proveer a los órganos del Instituto de los elementos necesarios para el cumplimiento de sus funciones, según lo establece el artículo 125, párrafo 1, incisos e) y k), del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

**28.** Que la Dirección Ejecutiva de Administración tiene la atribución de organizar, dirigir y controlar la administración de los recursos materiales y financieros del Instituto, así como acordar con el Secretario Ejecutivo los asuntos de su competencia, de conformidad con lo señalado en el artículo 133, párrafo 1, incisos b) y j), del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

**29.** Que con las acciones de colaboración de los órganos del Instituto Federal Electoral que han sido mencionados, se ha dotado a la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos con una herramienta fundamental para verificar la veracidad de lo reportado por los partidos políticos en sus informes de ingresos y gastos aplicados a precampañas y campañas electorales, pues con los reportes finales del monitoreo de anuncios espectaculares y los del monitoreo de

medios impresos, la autoridad fiscalizadora podrá llevar a cabo una compulsas entre lo reportado por los partidos políticos por estos conceptos y los resultados de los monitoreos, garantizando así la transparencia y maximizando la eficacia de la revisión de los informes de precampaña y campaña.

**30.** Que la Junta General Ejecutiva es un órgano central del Instituto Federal Electoral, en términos del artículo 108, párrafo 1, inciso c), del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

**31.** Que el artículo 122, párrafo 1, incisos b), d) y o), del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales dispone que es atribución de la Junta General Ejecutiva fijar los procedimientos administrativos, conforme a las políticas y programas generales del Instituto; la de supervisar el cumplimiento de las normas aplicables a los partidos políticos nacionales y a las agrupaciones políticas y las prerrogativas de ambos, así como las demás que le encomienden el Código, el Consejo General o su presidente.

**De conformidad con los antecedentes y considerandos vertidos y con fundamento en lo establecido en los artículos 41, Bases II y V, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 108, párrafo 1, inciso c), y 122, párrafo 1, incisos b), d) y o), del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, se emite el siguiente:**

## **A C U E R D O**

**PRIMERO.** Se instruye a las Juntas Locales y Juntas Distritales Ejecutivas del Instituto Federal Electoral que continúen el monitoreo de anuncios espectaculares colocados en las principales vías públicas de la República Mexicana, durante las precampañas y campañas electorales correspondientes al proceso electoral federal 2008-2009.

**SEGUNDO.** Para lo anterior, la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos elaboró la metodología en la que se detalla la forma y términos en que se seguirá llevando a cabo el monitoreo.

**TERCERO.** Se ordena a la Coordinación Nacional de Comunicación Social que continúe llevando a cabo el monitoreo de los desplegados e inserciones en medios

impresos durante las precampañas y campañas electorales correspondientes al Proceso Electoral Federal 2008-2009. Dicho monitoreo se dirige a los medios impresos de circulación nacional así como a los de mayor circulación en el Distrito Federal, con el personal a su cargo; además de coordinar a las Juntas Locales Ejecutivas de las entidades federativas para el monitoreo de los medios impresos de mayor circulación en sus respectivos estados.

**CUARTO.** Para lo anterior, a solicitud de la Coordinación Nacional de Comunicación Social, los Vocales Ejecutivos de las Juntas Locales deben informarle las publicaciones que han sido objeto del monitoreo, información que será confidencial, para no poner en riesgo la eficacia del monitoreo. Asimismo, la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos determinó la metodología con base en la cual se continuará con el monitoreo de medios impresos.

**QUINTO.** Se ordena a la Coordinación Nacional de Comunicación Social y a los Vocales Ejecutivos de las Juntas Locales y Distritales, continúen realizando las tareas encomendadas en el presente acuerdo, respectivamente, y apliquen, a partir de su aprobación, los documentos que se anexan, denominados “Metodología para el monitoreo de anuncios espectaculares colocados en la vía pública que promuevan precandidatos, candidatos, partidos políticos y coaliciones durante el Proceso Electoral Federal 2008-2009” y “Metodología para el monitoreo de inserciones en medios impresos que promuevan precandidatos, candidatos, partidos políticos y coaliciones durante el proceso electoral federal 2008-2009”.

**SEXTO.** La Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos utilizará los resultados de los monitoreos de los anuncios espectaculares en la vía pública, y de medios impresos para contrastarlos con lo reportado en esos rubros por los partidos políticos y, en su caso, coaliciones en sus informes de precampaña e informes de campaña correspondientes al Proceso Electoral Federal 2008-2009, con la finalidad de verificar la veracidad de lo reportado por los partidos políticos y, en su caso, coaliciones bajo estos rubros.

**SÉPTIMO.** Se instruye a la Secretaría Ejecutiva y a la Dirección Ejecutiva de Administración del Instituto Federal Electoral para que, en el ámbito de sus atribuciones, provean los recursos materiales y financieros necesarios para el cumplimiento del presente Acuerdo.



## **UNIDAD DE FISCALIZACIÓN DE LOS RECURSOS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS**

---

**Metodología para el monitoreo de anuncios espectaculares colocados en la vía pública que promuevan precandidatos, candidatos, partidos políticos y coaliciones durante el proceso electoral federal 2008-2009.**

### **I. Presentación**

El proceso de fiscalización de los gastos de precampaña y campaña del proceso electoral federal 2008-2009 que lleva a cabo la autoridad electoral tiene como propósito transparentar los ingresos y egresos efectuados por los precandidatos, candidatos, los partidos políticos y las coaliciones durante las contiendas en las que participen, mediante la revisión y el cotejo de los gastos reportados bajo un riguroso marco normativo.

La tarea de fiscalización se ha convertido en uno de los puntos centrales de la agenda del Instituto Federal Electoral; tanto por la vía de las revisiones de los informes de precampaña, de campaña y anuales, como a través de las investigaciones que se han iniciado respecto de irregularidades en materia de fiscalización, a partir de denuncias o de forma oficiosa. Nunca antes las tareas de revisión y de investigación respecto de los recursos que han ingresado y erogado los partidos políticos y las coaliciones con motivo de procesos electorales habían sido tan exhaustivas como lo han sido en los últimos meses.

El ejercicio que se presenta por este medio contribuye a la construcción de condiciones de credibilidad y confianza, al incorporar a los procedimientos que la Unidad de Fiscalización lleva a cabo, diversas medidas novedosas para controlar y fiscalizar más eficientemente el manejo administrativo y financiero de los actores de la política. Es preciso señalar que las actividades de fiscalización que el IFE ha llevado a cabo se han regido por los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad y objetividad en todo momento.

De esta manera, el monitoreo de anuncios espectaculares colocados en la vía pública constituye una herramienta complementaria de compulsión para verificar y fiscalizar los recursos que los partidos políticos destinen a sus campañas electorales.

### **II. Objetivo General**

Aportar elementos adicionales al proceso de fiscalización de los ingresos y egresos realizados por los precandidatos, candidatos, partidos políticos y/o coaliciones en el marco de las precampañas y campañas electorales de 2009, a través de la detección de anuncios espectaculares colocados en la vía pública para cotejarlos con lo reportado por los partidos y coaliciones bajo este rubro.

### III. Objetivos Específicos

Conocer el número de anuncios espectaculares que contraten los partidos políticos o coaliciones, tendientes a obtener o promover a sus precandidatos o candidatos a cargos de elección popular, al cargo de Diputado Federal por el principio de mayoría relativa, o bien a promocionar genéricamente a un partido político y/o coalición, durante el proceso federal electoral 2008-2009, durante las precampañas y campañas electorales. Es decir, por el periodo comprendido entre 31 de enero y el 15 de julio del 2009.

De manera adicional al número de anuncios espectaculares detectados por precandidato, candidato, partido político y/o coalición, el monitoreo deberá registrar la siguiente información en una base de datos que pueda ser consultada por la Unidad de Fiscalización:

- a. Tamaño del anuncio aproximado;
- b. Entidad;
- c. Plaza;
- d. Referencia domiciliaria o domicilio sobre el cual se encuentra colocado el anuncio, se elaborara para mayor detalle un croquis de la ubicación geográfica del anuncio espectacular, señalando la entidad y plaza de ubicación.
- e. Versión del anuncio
- f. Tipo de anuncio, conforme a lo señalado en el artículo 13.12 del Reglamento para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos;
- g. Fotografía digital del registro;
- h. Fecha y hora del registro;
- i. Nombre del precandidato(s), candidato(s), partido político, coalición, ciudadano, grupo de ciudadanos beneficiados; e
- j. Inversión mensual estimada.

### IV. Líneas de acción

El monitoreo consistirá en la realización de recorridos periódicos por las principales avenidas y calles de las plazas de la localidad, designados por las Juntas Locales y Distritales, con la finalidad de obtener un registro fotográfico que evidencie la presencia de los anuncios espectaculares. Dicho registro deberá estar relacionado electrónicamente con la fecha y hora, así como la información señalada anteriormente en la base de datos que se entregue a la Unidad de Fiscalización. Los recorridos periódicos para la detección de los anuncios espectaculares deberán ser documentados mediante bitácora de ruta misma que deberá ser firmada por el funcionario que la realice, los cuales serán llevados a cabo por el personal capacitado que designen las Juntas Locales y Distritales para garantizar la plena identificación de los espacios publicitarios que cumplan los requisitos de los anuncios espectaculares, señalados en el artículo 13.12 del Reglamento para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos.

### V. Procesamiento de la información

De los recorridos periódicos se extraerá la información relativa a los anuncios espectaculares y se obtendrá el registro fotográfico respectivo, los cuales deberán ser capturados en **bases de datos** especialmente diseñadas para tal efecto; una para el periodo de precampañas y otra para el periodo de campañas electorales, almacenando la evidencia fotográfica acompañada por los datos de registro respectivos.

Adicionalmente, se requerirá la integración y conciliación automatizada de los **reportes finales** generados con la información que proporcionen los partidos políticos y coaliciones respecto de los anuncios espectaculares, para verificar los gastos que los institutos políticos reporten por este concepto.

Los listados finales de las principales calles y avenidas de las plazas a monitorear serán conocidos por los funcionarios designados por las Juntas Locales y Distritales a realizar el recorrido, de igual forma se informará a la Unidad de Fiscalización las rutas a monitorear.

## VI. Presentación de la información

Adicionalmente, con la información que recaben las Juntas Distritales y las Juntas Locales, estas últimas serán responsables de entregar un **reporte final** para el periodo de precampañas y un **reporte final** para el periodo de campañas electorales, en los cuales constarán los datos señalados, así como con un concentrado de los anuncios espectaculares por partido político, por precandidato, por candidato, por ciudadano, grupo de ciudadanos y por plaza. Debiendo señalar la inversión final estimada durante el periodo de precampaña y otra en el periodo de campaña en cada uno de los rubros señalados. En ambos casos la información deberá de remitirse a la Unidad de Fiscalización en medios magnéticos y a la brevedad posible una vez concluidos los periodos señalados.

## VII. Metodología

1. Se deberán recorrer en su totalidad las veces que sean necesarias y como mínimo una por semana, las rutas designadas para cada una de las plazas, registrando con una fotografía digital todos los anuncios espectaculares hallados a lo largo del recorrido de las mismas. La fotografía digital deberá relacionarse con la fecha y hora del registro. Dicha información deberá almacenarse en un archivo inalterable (en adelante, registro) que evidencie de forma incuestionable la vinculación entre la ubicación, la fecha, la hora y la imagen fotográfica.
2. Las imágenes deberán de archivar en un registro fotográfico en formato adobe acrobat y la información relacionada automáticamente con las mismas se compilarán en las **bases de datos**, una para el periodo de precampañas y otra para el periodo de campañas electorales, las cuales se entregarán a la Unidad de Fiscalización. La Junta Local correspondiente será la encargada de concentrar la información y presentar los informes mencionados a la Unidad de Fiscalización previa compilación de datos realizada con las Juntas Distritales.
3. Para el registro en las **bases de datos**, se deberá capturar la información de los anuncios espectaculares por cada plaza y por ruta, con la información que se detalla a continuación:
  - a. Número consecutivo: Se deberá otorgar un número consecutivo a cada uno de los "anuncios espectaculares" registrados de acuerdo con el orden cronológico en que se detecten. Si dos o más "anuncios espectaculares" aparecieran a la misma hora del mismo día, se asignará arbitrariamente el número consecutivo entre ellos. Dicho número será conformado por la clave del Estado, Distrito electoral y en número de "anuncio espectacular", conforme al siguientes ejemplo:

- b. Fotografía: En formato digital (\*.jpg) de 640x480 píxeles; para la elaboración de los registros fotográficos, se deberán archivar las imágenes en formato adobe acrobat;
- c. Fecha: Fecha en que se efectuó el registro, en formato dd/mm/aaaa;
- d. Hora: Hora en que se efectuó el registro, en formato de celda de horas, minutos y segundos (00:00:00);
- e. Referencia domiciliaria o domicilio sobre el cual se encuentre colocado el "anuncio espectacular";
- f. Dimensiones aproximadas, las cuales deberán de ser en metros y centímetros;
- g. Entidad federativa;
- h. Plaza; Localidad a realizarse el recorrido para monitorear anuncios espectaculares;
- i. Versión y tipo de anuncio espectacular: Se identificará la versión de cada "anuncio espectacular" publicitado, y se le denominará conforme a la clasificación que a continuación se detalla: De conformidad con el artículo 13.12 inciso b), del Reglamento de Fiscalización de Partidos Políticos, se entenderá por anuncios espectaculares en la vía pública toda propaganda que se contrate y difunda en buzones, cajas de luz, carteleras, columnas, mantas, marquesinas, muebles urbanos de publicidad con o sin movimiento, muros, panorámicos, parabuses, puentes, vallas, vehículos de transporte público o de transporte privado de pasajeros; así como la que se coloque en cualquier espacio físico en lugares donde se celebren eventos públicos, de espectáculos o deportivos, así sea solamente durante la celebración de éstos y cualquier otro medio similar; en cuanto a la versión se realizará por la descripción de su contenido (imágenes y texto). Con base en ello se integrará constantemente un listado de las versiones durante el monitoreo;
- j. Se realizará una clasificación de acuerdo al individuo que se promueve en el espectacular, con la siguiente información:
  - a) Precandidato o candidato a título personal: Se registrará el nombre de un precandidato o candidato promoviéndose a sí mismo, cuando no hay referencia explícita a un partido político o coalición. Si hay referencia a un partido o coalición, esta celda deberá dejarse en blanco, y el registro del partido político o coalición aludido deberá hacerse en la casilla correspondiente;
  - b) Ciudadano o grupo de ciudadanos: Se registrará el nombre de un ciudadano promocionándose a sí mismo, o grupo de ciudadanos promoviendo a un ciudadano. Si hay referencia explícita a un partido político o coalición, deberá anotarse el nombre del mismo en la casilla correspondiente al punto anterior;

- k. Se realizará una clasificación de acuerdo a la entidad que lo promueve, con la siguiente información:
    - a) Partido político: Se registrará el partido político cuando hay referencia explícita al proceso federal electoral, sin promocionar a ningún precandidato o candidato en particular;
    - b) Coalición: Se registrará la Coalición cuando hay referencia explícita al proceso federal electoral, sin promocionar a ningún precandidato o candidato en particular;
    - c) Genérico: Se registrará un "anuncio espectacular" que hace referencia a un partido político o coalición, pero que no hace referencia o mención de algún ciudadano en particular, ni del proceso federal electoral;
  - l. Inversión estimada: Se deberá registrar el monto total de la tarifa estimada del "anuncio espectacular", señalando el periodo por el cual se contrata, esta información es aproximada por lo que el parámetro para recabarla serán, en lo posible, los datos proporcionados por los habitantes del domicilio donde se encuentre el espectacular, atendiendo a las características propias del tipo de espectacular. Las Juntas locales deberán efectuar un análisis que permita estimar sobre esta base, los costos de los "anuncios espectaculares"
  - m. Monto final: Se deberá registrar en el reporte final para el periodo de precampaña y de campaña, el número total de anuncios espectaculares por partido político y coalición, así como la suma total de la inversión estimada.
4. Para el registro a lo largo del recorrido de las rutas a monitorear, el personal designado por las Juntas Locales y Distritales, deberá seguir los siguientes criterios:
- a. Todas las rutas monitoreadas de conformidad con el mapeo establecido para cada plaza deberá recorrerse al menos una vez a la semana;
  - b. La calidad del formato digital en que se almacenen las fotografías deberá ser de 640x480 píxeles y deberá permitir la lectura e identificación de todos los elementos del anuncio.
5. Las Juntas Locales mantendrán en su poder los respaldos de todos los registros durante 5 años posteriores a la fecha en que haya concluido el plazo para la interposición de recursos de apelación en contra de la resolución respecto de irregularidades encontradas en la revisión de Informes de precampaña y de campañas correspondientes al proceso federal electoral 2008-2009 o, en su caso, hasta que el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación haya resuelto todos los medios de impugnación que se hayan interpuesto.

Los resultados del monitoreo deberán ser presentados en un reporte final correspondiente al periodo de precampaña y otro por el periodo de campaña.

Se presentarán en forma electrónica e impresa a través de archivos en excel o compatible y en su caso en archivos de texto, a la Unidad de Fiscalización, que deberán contener:

- I. La base de datos completa por el periodo correspondiente, que deberá tener la capacidad de generar reportes con la información detallada de cada uno de los anuncios espectaculares contratados por cada partido político y coalición con los datos señalados en el punto 3 del presente documento;
  - II. La base de datos debe poder ser consultada a través de los siguientes filtros: plaza, ruta, partido político, coalición, precandidato, candidato, ciudadano y grupo de ciudadanos, así como tipo y versión;
  - III. Una versión de la base de datos completa, organizada en un libro de excel o compatible, donde cada hoja contenga la información correspondiente a cada precandidato, candidato, partido político y coalición;
  - IV. Una versión de la base de datos (entregada en formato \*.dbf y en texto plano \*.txt) codificada de tal forma que cada variable pueda ser operada por software de análisis estadístico. Es indispensable que la codificación de las variables se ajuste a criterios metodológicos comunes y que se especifique la codificación.
  - V. Concentrado de los anuncios espectaculares por partido político y coalición, por precandidato, por candidato, por ciudadano o por grupo de ciudadanos y por plaza. Se deberá elaborar un formato para cada uno de los partidos políticos, ciudadanos y grupos de ciudadanos, por cada plaza y por cada una de las rutas. Dicho formato contendrá la información acumulada de todo el periodo, indicando la plaza donde se registró el anuncio espectacular, ruta, versión, nombre del precandidato, candidato o ciudadano promovido, tipo de anuncio espectacular registrado, inversión estimada mensual, y la inversión estimada final.
6. La entrega de los resultados del monitoreo deberá presentar toda la información generada durante el mismo y se llevará a cabo conforme a lo siguiente:

La base de datos completa, con las características señaladas en el punto 3 del presente documento, se presentará en discos duros portátiles. Dicha base de datos deberá tener la capacidad de generar reportes con los distintos campos de la base de datos.

Se deberá entregar una versión de la propia base de datos codificada de tal forma que cada variable pueda ser operada por software de análisis estadístico (SPSS, Stata, E-Views). Es indispensable que la codificación de las variables se ajuste a criterios metodológicos comunes y que se especifique la codificación.



## **UNIDAD DE FISCALIZACIÓN DE LOS RECURSOS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS**

---

**Metodología para el monitoreo de inserciones en medios impresos que promuevan precandidatos, candidatos, partidos políticos y coaliciones durante el proceso electoral federal 2008-2009.**

### **I. Presentación**

El proceso de fiscalización de los gastos de precampaña y campaña del proceso electoral federal 2008-2009 que lleva a cabo la autoridad electoral, tiene como propósito transparentar los ingresos y egresos efectuados por los precandidatos, candidatos, partidos políticos y coaliciones durante los procesos en los que contiendan, mediante la revisión y el cotejo de los gastos reportados bajo un riguroso marco normativo.

La tarea de fiscalización se ha convertido en uno de los puntos centrales de la agenda del Instituto Federal Electoral; tanto por vía de las revisiones de los informes de precampaña, campaña y anuales, como a través de las investigaciones que se han iniciado respecto de irregularidades detectadas en materia de fiscalización, a partir de denuncias o de forma oficiosa. Las tareas de revisión y de investigación respecto de los recursos que han ingresado y erogado los partidos políticos y las coaliciones con motivo de procesos electorales no habían sido tan exhaustivas como lo han sido en los últimos meses.

El ejercicio que se presenta por este medio, contribuye a la construcción de condiciones de credibilidad y confianza, al incorporar a los procedimientos que la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos lleva a cabo, medidas novedosas para controlar y fiscalizar los manejos administrativos y financieros de los actores políticos. Es preciso señalar que las actividades de fiscalización que el Instituto Federal Electoral ha llevado a cabo, se han regido en todo momento por los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad y objetividad.

De esta manera, el material hemerográfico constituye una herramienta complementaria de compulsas para verificar y fiscalizar los recursos que los partidos políticos destinen a sus campañas electorales.

### **II. Objetivo General**

Aportar elementos al proceso de fiscalización de los ingresos y egresos realizados por los precandidatos, candidatos, partidos políticos y/o coaliciones en el marco de las precampañas y campañas electorales de 2009, a través de la búsqueda de información en medios impresos de circulación nacional y local, respecto de toda aquella publicidad y propaganda, así como de todos aquellos eventos especiales de precampaña y campaña cuya celebración haya implicado gastos que se deban fiscalizar.

### III . Objetivos Específicos y Meta de la Actividad.

El proyecto pretende, clasificar y reunir la propaganda que los partidos políticos y coaliciones publiquen en medios impresos con motivo del proceso electoral 2008-2009, en periódicos y revistas locales y de circulación nacional, para ponerla a disposición de la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos.

Como puede observarse el objetivo planteado es **primordial**, para que a partir del trabajo que, realice la Coordinación Nacional de Comunicación Social del Instituto Federal Electoral (CNCS) en coordinación con las Juntas Locales; el Instituto y la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos estén en condiciones de realizar una fiscalización apropiada de los recursos de los partidos políticos.

Partiendo de esta situación, la meta del monitoreo debe ser la recopilación del **100%** de los anuncios publicados por los precandidatos, candidatos partidos políticos y/o coaliciones en los **principales** medios impresos en el territorio nacional.

El periodo de realización de la actividad será del **31 de enero al 15 de julio de 2009**

### IV. Procedimiento de Trabajo.

1. Se recibirá la totalidad de los medios impresos aprobados por la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos para el monitoreo; realizando las siguientes actividades.
  - La **Coordinación Nacional de Comunicación Social (CNCS)** dotará del presupuesto necesario para la compra de los medios impresos seleccionados.
  - Es necesario adquirir **dos ejemplares** de cada medio a fin de conservar un original en los archivos, para posteriores aclaraciones. El documento original de archivo deberá permanecer en la Junta Local **5 años** a partir de que queden en firme los resultados del proceso de fiscalización de las campañas<sup>1</sup>.
  - La **CNCS** considerará, además, el presupuesto para llevar a cabo un envío semanal, vía paquetería.
2. Se seleccionará y recopilará la propaganda publicada por los precandidatos, candidatos, partidos políticos y coaliciones, a través de la revisión física de los principales periódicos y revistas de circulación nacional y estatal.
3. La **CNCS** recibirá un informe semanal de la publicidad monitoreada por cada una de las Juntas Locales, **a más tardar los días viernes** de cada semana, a las **10:00 a.m.**<sup>2</sup> Los sobres que no obren en poder de la CNCS a esa hora, no serán incluidos en el reporte semanal correspondiente, informándose de ellos hasta la siguiente semana. El informe irá acompañado de la **página completa original** del diario o revista en que fue localizada.

---

<sup>1</sup> Será responsabilidad de los encargados de las Juntas Locales responder a las dudas o aclaraciones posteriores que la DEPyPP formule en los estados.

<sup>2</sup> Será responsabilidad de cada Junta Local asegurarse de que la información llegue a la CNCS antes del cierre especificado.

- El **miércoles de cada semana**, la **CNCS** enviará un correo electrónico a los responsables del proyecto, recordando que el envío del material monitoreado deberá llegar a la **CNCS** a más tardar el **viernes a las 10:00 a.m.**
  - Cada Junta Local **notificará** a la **CNCS** el envío de la información del monitoreo, proporcionando la **información del envío** correspondiente a fin de que la **CNCS** esté en condiciones de dar seguimiento a los paquetes en cuestión. Al momento de la notificación, la Junta Local tendrá que haber enviado la información vía **correo electrónico** (Ver siguiente punto).
  - La **CNCS** verificará, cada semana, que los sobres enviados por las Juntas Locales con el material remitido cuenten con las características solicitadas en este documento.
4. Se integrará una base de datos en que se clasificará la propaganda recolectada a fin de ordenarla por precandidato, candidato, cargo, partido o coalición y estado. El formato de base de datos será proporcionado por la **CNCS** a cada una de las juntas locales y **sólo en él** podrá vaciarse la información, **sin modificar la fuente o el tamaño de las celdas**. Las juntas incluirán esta base de datos, en formato **impreso, digital** (a través de un disquette rotulado con la información de Junta Local y periodo) y por **correo electrónico**, a las cuentas [juanpablo.aranda@ife.org.mx](mailto:juanpablo.aranda@ife.org.mx), y [sergio.ruiz@ife.org.mx](mailto:sergio.ruiz@ife.org.mx).
- La información deberá ser capturada en la **base de datos correspondiente**. El archivo enviado deberá desarrollarse en una sola hoja de base Excel (.xls), donde se vaciará la información requerida.
  - Cada Junta Local será la encargada de otorgar un **número de folio** consecutivo a cada registro para su identificación. Dicho número será conformado por la clave del Estado, número de Distrito electoral y el número de la inserción, conforme al siguiente ejemplos:

Para el Distrito Federal	DF09XX001
--------------------------	-----------

5. La **CNCS** instrumentará, en oficinas centrales, el monitoreo de medios impresos nacionales y del D.F., siguiendo los lineamientos establecidos.
6. Los resultados del monitoreo deberán ser presentados a la Unidad de Fiscalización, conforme a lo siguiente:
- a. Reporte intermedio durante el periodo de precampañas y mensuales durante el periodo de campañas electorales.
  - b. Un reporte final correspondiente al periodo de precampañas y otro reporte final por el periodo de campañas electorales.

## V. Líneas de Acción

### a) Eventos especiales de precampaña y campaña.

1. Revisar el contenido de los ejemplares de 12 diarios de circulación nacional, a cargo de la **CNCS**, así como, los principales diarios locales de las 31 Entidades Federativas y el Distrito

Federal, que a propuesta de las Juntas Locales Ejecutivas determinen para el periodo comprendido entre el 31 de enero y el 15 de julio de 2009.

Los diarios nacionales que serán objeto de revisión son los siguientes:

- La Crónica
- El Economista
- Excélsior
- El Financiero
- El Heraldo de México
- La Jornada
- Milenio Diario
- La Prensa
- Reforma
- El Sol de México
- Unomásuno
- El Universal

2. En esta revisión se identificarán los eventos especiales realizados por los precandidatos y candidatos a diputados federales así como los partidos políticos y coaliciones participantes en el proceso electoral federal 2008-2009, en lo general.

3. Adicionalmente, la **Coordinación Nacional de Comunicación Social** revisará el contenido de fuentes de información electrónicas como las páginas Web de los diarios referidos, o portales buscadores de información como Google, Yahoo, Hotmail, entre otros, para complementar la información que se obtenga de la verificación a los diarios señalados.

#### **b) Propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos.**

1. La Unidad Técnica de **Coordinación Nacional de Comunicación Social**, a través de las Juntas Ejecutivas Locales y Distritales de las 31 entidades federativas, y del Distrito Federal, revisarán los desplegados publicados por los partidos políticos en medios impresos, así como en los diarios y revistas de circulación nacional y locales en el territorio nacional durante las precampañas y campañas electorales correspondientes al proceso electoral federal 2008-2009.

2. Se informará a la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos los medios que a propuesta de las Juntas Locales Ejecutivas estarán bajo monitoreo en el periodo de precampaña y campaña en las entidades, especificando el costo por ejemplar.

#### **VI. Procesamiento de la información**

- a) Selección de fuentes y sujetos o institutos políticos a cubrir. (Identificadas en las líneas de acción de la presente metodología).
- b) Identificación de notas periodísticas sujetas a revisión. (Identificadas en el objetivo general de la citada metodología).
- c) Clasificación y sistematización de la información sujeta del ejercicio. (Desarrolladas en el siguiente apartado).

## VII. Presentación de la información

1. En virtud del número de diarios nacionales a cubrir, la clasificación y sistematización uniforme de la información sujeta a este ejercicio, se llevará a cabo de conformidad con las variables siguientes, mismas que se presentan en el formato anexo a la presente (**cédula de captura inicial**):

### a) Eventos especiales de precampaña y campaña.

Sujeto (precandidato, candidato, partido y/o coalición);

Fecha del evento;

Fuente;

Ubicación del evento (Entidad Federativa y sitio);

Reseña del evento (descripción sucinta para identificación);

Información destacada (mención de recursos originados por el evento).

### b) Propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos.

Sujeto (precandidato, candidato, partido y/o coalición);

Índice (consecutivo);

Estado;

Fecha;

Fuente;

Página;

Texto de la publicación;

2. Con la cédula de captura diaria, debidamente requisitada por periódico, se procederá al cruce de información con las demás fuentes, es decir, se elaborará un **reporte final por evento** con toda la información relacionada que se haya encontrado en las diversas fuentes. Este cruce de información permitirá concentrar la información de determinado evento en un solo formato, donde destacará la relativa a la mención de los recursos originados por el evento. El formato del reporte final por evento se encuentra en el anexo correspondiente.

3. La información obtenida a partir del análisis de las diversas fuentes tendrá que estar soportada por fotocopias de las notas respectivas para demostrar la veracidad de los acontecimientos a que se refieran, así como, la impresión de las notas obtenidas a través de las fuentes de información electrónicas.

4. Se llevará a cabo la cédula de captura de los medios impresos seleccionados para su verificación en el formato anexo al presente.

## VIII. Requerimientos

Para el desarrollo del presente ejercicio se requiere comprar 2 ejemplares de cada medio impreso a monitorear, a efecto de conservar uno original en los archivos, para posteriores aclaraciones y respaldo de todas las inserciones publicadas en diarios de circulación nacional y local en las 31 entidades federativas y en el Distrito Federal, así como el acceso a una hemeroteca para consulta y confronta de los ejemplares mencionados, así como de personal suficiente con experiencia en el manejo de los medios impresos. El plazo para llevar a cabo esta tarea dependerá de los requerimientos señalados.

ANEXO 1

Cédula de captura inicial

SUJETO: \_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_

FUENTE	UBICACIÓN	RESEÑA	INFORMACIÓN DESTACADA

ANEXO 2

Reporte final por evento

SUJETO: \_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_

FUENTES	UBICACIÓN	RESEÑA	INFORMACIÓN DESTACADA

ANEXO 3

Cédula de captura

SUJETO: \_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_

ÍNDICE	ESTADO	FECHA DE PUBLICACIÓN	FUENTE	PÁGINA	TEXTO PUBLICADO

ANEXO 4.  
EJEMPLOS DE INSERCIONES.

a) Monitoreo de propaganda de los partidos políticos.



Durante el monitoreo de la propaganda de los partidos políticos se pueden presentar casos de difícil captura en la base de datos. Por ejemplo, cuando en una misma plana se publiquen cuatro o más inserciones de partidos políticos se asignará un folio distinto a cada una de ellas —en este caso, cuatro. Por tanto, se debe enviar la misma plana original por el número de candidatos localizados.

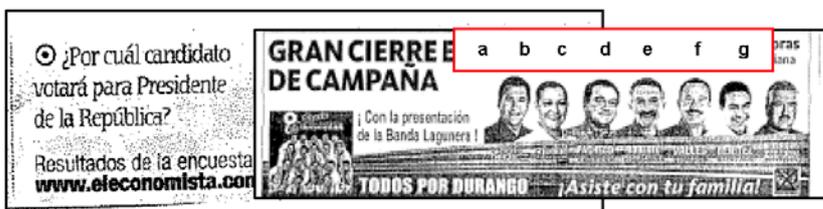
\* \* \*

Por otro lado, cuando se encuentre una inserción en la cual se hace promoción a más de un candidato, como en el ejemplo del fondo de la página, se contabilizará como un mismo folio, pero cada uno de los candidatos será distinguido con una letra, ordenándose los candidatos de derecha a izquierda, en la columna de nombre de candidato, de la siguiente forma:



Nombre de candidato
a) XXXX; b) XXXXX; c) XXXXX; d) XXXXX; e) XXXXXX, f) XXXXXX; g) XXXXXX

b) Monitoreo de encuestas.



Cuando el medio únicamente reporte una pregunta, tal como se observa, se trata de un sondeo.

**METODOLOGÍA:** encuesta estatal en vivienda realizada del 20 al 25 de enero a mil ocho jaliscienses mayores de 18 años que cuentan con credencial para votar en el estado. Margen de error teórico: +/-3.1 por ciento. Nivel de confianza: 95 por ciento. La encuesta fue patrocinada y realizada por Grupo Reforma. Comentarios: [investigacion@reforma.com](mailto:investigacion@reforma.com)

Las metodologías **no siempre** cubren toda la información requerida en la base de datos. Aquí se describe cómo deberían llenarse los campos, de conformidad con la información disponible.

- Periodo:** Seleccionar de la lista el periodo en el que fue publicada la nota.
- Folio:** Se otorga automáticamente, este campo no deberá ser modificado.
- Fecha:** Fecha de publicación del periódico.
- Entidad:** Se otorga automáticamente, este campo no deberá ser modificado.
- Medio:** Reforma.
- Sección:** Nacional.
- Página:** 12
- Tipo de P.:** Encuesta (por ser una encuesta original del Grupo Reforma).
- Patrocinador:** Grupo Reforma.
- Responsable:** Ninguno
- Reallzador:** Grupo Reforma.

Los campos siguientes en la base de datos serán capturados por el personal de la Coordinación Nacional de Comunicación Social. Las Juntas **no deberán** llenar esta información.



La imagen de la izquierda muestra una típica encuesta original publicada, en este caso, por el diario Reforma. Por **encuesta original** se entenderá cualquier encuesta que sea publicada por un diario que, a la vez, funja como patrocinador y responsable de la misma.

Será una **reproducción** cuando un diario filial (El Norte de Nuevo León es filial de Reforma) publique una encuesta patrocinada, cuyo responsable sea el diario de circulación nacional.

Será una **nota informativa** cualquier encuesta publicada por un medio que no se ostente como patrocinador y responsable de la misma.

será una **reproducción**, ya que La Crónica no es patrocinador ni responsable de las encuestas de *Consulta Mitofsky*, de Roy Campos).

Será **artículo, columna, crónica, reportaje** o **editorial** siempre que, respectivamente, un articulista, columnista, crónica, reportaje o editorial, hablen de los resultados de una encuesta. Deberá mencionarse, al menos, la casa encuestadora o el medio que publicó la encuesta para ser incluida en la base de datos.

Será, **inserción**, cuando la encuesta sea parte de un promocional pagado por partidos políticos para la promoción de imagen de algún candidato o de sí mismo.