



METODOLOGÍA PARA EL MONITOREO CON PERSPECTIVA DE GÉNERO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA IMPRESOS, DIGITALES Y DE PROGRAMAS QUE DIFUNDEN NOTICIAS EN RADIO Y TELEVISIÓN EN PRECampañas Y Campañas DEL PROCESO ELECTORAL LOCAL ORDINARIO 2020-2021.

1. POR MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA IMPRESOS, DIGITALES Y DE PROGRAMAS QUE DIFUNDEN NOTICIAS POR RADIO Y TELEVISIÓN SE ENTENDERÁ

El seguimiento especializado de tipo cuantitativo y cualitativo que efectúa el Instituto Tlaxcalteca de Elecciones a un catálogo de medios de comunicación impresos, digitales y de programas que difunden noticias por radio y televisión, aprobado por la Comisión de Medios de Comunicación Masiva y posteriormente por el Consejo General de este Instituto mediante Acuerdo ITE-CG 59/2020.

Es un ejercicio de identificación, registro, procesamiento y presentación de información mediante informes quincenales y uno final que permiten una mejor interpretación de la misma, para consumo público.

1.1 OBJETIVO GENERAL

Generar datos cualitativos y cuantitativos sobre el tratamiento informativo que otorgan medios de comunicación impresos, digitales y noticieros de radio y televisión a precandidaturas y candidaturas en el Proceso Electoral Local Ordinario 2020-2021.

1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Brindar a representantes de los medios de comunicación, a las organizaciones de la sociedad civil, a la academia y a la ciudadanía en general interesada en el tema, información desagregada sobre la cobertura informativa que reciben las y los precandidatos y las y los candidatos.
- Generar información para las y los hacedores de políticas públicas y las y los tomadores de decisiones, respecto de este tema.

2. PERIODO DE MONITOREO

- El periodo de monitoreo abarcará precampañas (23 de diciembre de 2020 al 31 de enero de 2021) y campañas (cuatro de abril al dos de junio de 2021). La frecuencia de esta actividad será de lunes a domingo.

3. ATRIBUCIONES

El Área Técnica de Comunicación Social y Prensa efectuará el ejercicio del monitoreo con el equipo humano y técnico aprobado para ello; elaborará los informes y hará la difusión correspondiente, a través de la página web.

La Comisión de Medios de Comunicación Masiva dará seguimiento a la presentación de los informes quincenales de monitoreo y el informe final.

4. CATÁLOGO DE MEDIOS A MONITOREAR

4.1 MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS DE CIRCULACIÓN LOCAL

Nombre	Periodicidad
1. El Sol de Tlaxcala	Diario
2. ABC	Lunes a Viernes
3. La Jornada de Oriente	Lunes a Viernes
4. El Periódico de Tlaxcala	Lunes a Viernes
5. El Imparcial	Semanal

4.2 MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES

Medio	Dirección electrónica
1. Síntesis Digital	https://sintesis.com.mx/tlaxcala/
2. E-Consulta Tlaxcala	http://e-tlaxcala.mx/
3. Gente Tlx	http://gentetlx.com.mx/
4. Línea De Contraste	http://lineadecontraste.com/
5. El Cuarto De Guerra	http://www.elcuartodeguerra.com/
6. 385 Grados	http://385grados.com/
7. Tlaxcala al Día	https://www.tlaxcalaaldia.com/
8. Índice Media	http://www.indicemedia.com.mx/
9. Agenda Tlaxcala	https://www.agendatlaxcala.com/2020/
10. Expediente Político	https://www.xn--expedientepolticomx-

4.3 PROGRAMAS DE RADIO Y TELEVISIÓN

No.	Nombre del noticieros	Emisora	Nombre Comercial	Frecuencia	Hora inicio
1	Las Noticias, Primera Emisión	XHUTX-FM	Radio Universidad	99.5	07:00
2	Las Noticias, Segunda Emisión	XHUTX-FM	Radio Universidad	99.5	14:00
3	Ahora Noticias, Emisión Vespertina	XHTLX-TDT	Coordinación De Radio, Cine Y Televisión De Tlaxcala	Canal23	15:00
4	Ahora Noticias, Emisión Nocturna	XHTLX-TDT	Coordinación De Radio, Cine Y Televisión De Tlaxcala	Canal23	20:00
5	Centro Informativo, Primera Emisión	XHXZ-FM	Fm Centro	100.3	07:30
6	Centro Informativo, Segunda Emisión	XHXZ-FM	Fm Centro	100.3	13:45
7	Frente A Frente	XETT-AM	Radio Tlaxcala	1430	13:00
8	Mesa De Redacción	XETT-AM	Radio Tlaxcala	1430	19:00

5. METODOLOGÍA

La unidad de análisis a monitorear es la pieza de monitoreo, que es el material informativo que contiene todas las variables a medir.

5.1 ACTORAS/ES POLÍTICAS/OS QUE SERÁN OBJETO DE ESTE SEGUIMIENTO

- Las precandidaturas y candidaturas de cualquier partido político, coalición o candidatura común.
- Las precandidaturas o candidaturas independientes.

5.2 DE LA INFORMACIÓN

5.2.1 INFORMACIÓN QUE HA DE SER OBJETO DE MONITOREO

- Toda aquella que informe sobre las actividades de las precandidaturas y candidaturas en campaña y precampaña.

5.2.2 INFORMACIÓN QUE NO HA DE SER OBJETO DE MONITOREO

- Información cuyo tema sea distinto al de informar sobre actividades, propuestas y perfiles de las precandidatas y candidatas.
- Publicación de texto, fotografías, inserciones o videos o cualquier otro material que sea pagado por los partidos políticos, precandidaturas y candidaturas, que contengan la leyenda inserción pagada por el partido político y/o precandidato/a y/o candidato/a.

- Los géneros de opinión como artículo, columna y editorial, además de los debates.
- Las videonotas de los medios digitales.

5.3 CLASIFICACIÓN DE LAS PIEZAS INFORMATIVAS RESPECTO DE LA FUENTE

- Se registrará la información atribuida a una fuente identificada.
- La fuente identificada puede ser: la/el declarante citada/o en la propia pieza informativa por su nombre y apellido.
- Se registrará la información sin fuente identificada.
- Se registrarán los boletines o comunicados emitidos por partido, precandidata, candidata o comité de campaña.
- Aquella información de actividades cubiertas por el reportero.
- Las piezas informativas sin fuente identificada pueden ser aquellas cuya información se atribuye a fuentes cercanas a la precandidata o candidata, fuentes bien informadas o un informante que pide no ser identificado.
- También se clasificará como pieza informativa sin fuente identificada cuando la información sea atribuible a documentos cuya autoría no son citados por el reportero o reportera.
- La pieza le será atribuida al partido al que pertenezca el/la emisor/a del mensaje.
- La pieza no se atribuirá a aquella persona que sea mencionada en segundo término, excepto que en el mismo texto se incluya su versión.
- La misma pieza será atribuida más de una vez, en función de la cantidad de actoras que sean mencionadas en ella y observando el punto anterior.

5.4 VARIABLES A MEDIR

- a) Género periodístico
- b) Importancia de la pieza informativa
- c) Tamaño/tiempo de la pieza informativa
- d) Mención de las propuestas
- e) Juicio de valor
- f) Encuestas o sondeos de opinión
- g) Igualdad de género y no discriminación
- h) Violencia política contra las mujeres en razón de género

5.4.1 DESCRIPCIÓN DE LAS VARIABLES

a) GÉNERO PERIODÍSTICO

Géneros que serán monitoreados en medios impresos y digitales:

- Noticia
- Reportaje
- Entrevista

Géneros que serán monitoreados en medios electrónicos:

- Noticia
- Reportaje
- Entrevista
- Análisis y opinión

Los géneros se entenderán de la siguiente forma:

Noticia. Se trata de un hecho probable o consumado y que a juicio del o la periodista, podría ser de gran trascendencia y de interés general. Expone oportunamente un hecho noticioso.

Reportaje. Género narrativo y expositivo que presenta los hechos, los interrelaciona, contrasta y analiza. A través de estas operaciones establece una interpretación, pero no los valora directamente. El reportaje cumple su función con el ofrecimiento de los datos. El reportaje atribuye las opiniones a las personas que las mantienen, pero no ofrece las del o la reportera.

Entrevista. Género descriptivo-narrativo. Da a conocer una situación, un hecho o una personalidad con base en una serie de preguntas y respuestas.

De opinión y análisis. El enunciador interpreta y valora la noticia.

Piezas que serán objeto de monitoreo en medios impresos y digitales

- Nota informativa firmada por reportero/a
- Reportajes
- Entrevistas
- Fotonotas
- Infografías

Piezas que serán monitoreadas en medios electrónicos

- Notas con crédito
- Teasers

- Entrevistas
- Análisis
- Opiniones

b) IMPORTANCIA DE LA PIEZA INFORMATIVA

La importancia de la pieza informativa estará dada por su ubicación en los programas que difunden noticias de radio y televisión y en los medios impresos y digitales.

MEDIOS IMPRESOS

- La ubicación de la pieza se refiere a la página y sección en que fue publicada.
- La ubicación de la página será: portada, contraportada e interiores.
- El número de página que se asiente será el primero que se advierta (ej. En la portada puede haber solo un llamado, mientras que en interiores se asentará la información completa, en este caso el número de página será 1).
- El criterio anterior aplicará cuando haya envío de una página a otra.
- Las secciones serán divididas en local, nacional e internacional, deportes, espectáculos y suplementos para el caso de medios locales.

MEDIOS DIGITALES

- La ubicación se refiere a la sección de la página o sitio.
- Las secciones se clasificarán como: elecciones, política, municipios, portada, las más leídas.

MEDIOS ELECTRÓNICOS

- La ubicación se registrará de acuerdo en función de en qué parte aparezca:
 - Presentado en el resumen introductorio.
 - Vinculada con el resumen introductorio.
 - Sin relación con el resumen introductorio.
- Segmento del tiempo en que apareció la nota:
 - Primeros cinco minutos
 - Del minuto cinco al 15
 - Del minuto 15 al 30
 - Del minuto 30 al 60
 - Del minuto 60 al 90

- Del minuto 90 al 120
- Posterior
- El segmento de tiempo en que apareció la información puede ser menor o igual al tiempo de piezas monitoreadas, en virtud de que una candidata puede aparecer en más de dos segmentos.

c) TAMAÑO/TIEMPO DE LA PIEZA INFORMATIVA

El tamaño de la pieza informativa estará determinado por el espacio/tiempo que ocupe en el medio impreso, digital o electrónico.

En lo que corresponde a los medios impresos y digitales, el sistema de medición sugerido es el métrico decimal (base por altura) porque además de que tiene vigencia legal, es de aplicación uniforme en cualquier formato.

MEDIOS IMPRESOS

- El área a medir abarca: a lo alto desde el título de la nota incluido, el balazo, encabezado y sumario hasta la última línea del texto; a lo ancho, a partir del medianil donde inicia el texto y hasta el medianil donde termina.
- La superficie a medir abarca todo el cuerpo de la pieza informativa, incluidos: fotografías, pie de foto, gráficas y recuadros incluidos en el cuerpo de la nota.
- En los casos de las piezas cuyo texto se divide (por ejemplo con un envío a página distinta: pase, llamado etc.) y aparece en varias páginas, se ha de hacer una suma de todos los fragmentos.
- En el caso de piezas cuyo título se refiere a dos o más actrices/actores políticas/políticos, el cuerpo completo de la nota se ha de dividir en partes iguales entre todas personas que declaren. Mismo criterio se ha de aplicar cuando el encabezado se refiera a las precandidatos (as) y candidatos (as).
- Cuando el título de la nota corresponda a un precandidato (a) o candidato (a) pero en el texto se incluyan declaraciones de otras precandidatos (as) o candidatos (as), la medida del encabezado contará para la mujer mencionada en el mismo y este resultado se sumará a la parte de texto que le corresponda. Luego, los fragmentos de texto correspondientes al resto de las precandidatas o candidatas declarantes en la misma nota, se han de medir de manera individual y asignar el espacio a su respectivo partido.
- Cuando en el título de la nota, el sumario o el balazo, se haga mención de dos o más precandidatas (os) o candidatas (as), pero en el texto de la nota declaren o

informen otras más, el área del encabezado se ha de medir y se dividirá en partes iguales entre todas los personajes mencionados y el área resultante se sumará a la que tenga el texto, que también será dividido en partes iguales, excepto los párrafos donde declaren las precandidatas (os) o candidatas (as) no mencionadas en el título. Estos espacios serán medidos por separado y sin tomar en cuenta la superficie del título.

- El área de las notas referentes a debates y mesas de discusión serán divididos en partes iguales entre todas las personas participantes.
- Cuando el texto y encabezado sea divisible entre dos o más precandidatas (os) o candidatas (os), pero la fotografía corresponda sólo a una de ellas, la medida de ésta ha de contabilizarse aparte y sumarse al área de texto de la precandidata (os) o candidata (o) que corresponda.
- Cuando el título de la nota tenga un tamaño mayor al del texto se medirá por separado y su área será sumada al del resto de la nota.

MEDIOS DIGITALES

- El instrumento de medición será una regla de tipo digital utilizada para medir pantallas
- Los criterios de medición serán iguales a los que se han enunciado para los medios impresos.
- En el caso de periódicos digitales se medirá la dimensión de la caja de texto, foto o pie de foto.

MEDIOS ELECTRÓNICOS

- Se medirá el tiempo efectivo, en minutos y segundos, que se destine a la información de precandidaturas y candidaturas de partidos políticos e independientes, en el marco de precampañas y campañas electorales, dentro de cada programa que difunda noticias, haciendo distinción entre cada una de ellas.
- Asimismo, se registrará el tiempo otorgado a cada precandidatura o candidatura y se presentará destacando la proporción.
- En los casos en que se emita información sobre las precampañas o campañas de manera general o respecto de un conjunto de partidos, precandidaturas o candidaturas, se medirá el tiempo por separado.

- El tiempo total de transmisión equivale al tiempo total de las piezas de monitoreo dedicado a las precandidaturas o candidaturas en precampañas o campañas electorales en todos los cargos.
- El tiempo total de piezas de monitoreo será igual al total de tiempo de piezas informativas. El tiempo destinado a menciones de precandidaturas (piezas de monitoreo) será distinto al tiempo dedicado a candidaturas, contabilizando en piezas informativas debido a que pueden ser mencionadas más de una vez en distintas piezas de monitoreo.
- En caso de que la pieza de monitoreo sea específica para una candidatura, sin consideración del género periodístico del que se trate, se le otorgará el tiempo total. Si la pieza de monitoreo se refiere de manera general a precandidaturas o candidaturas se otorgará el mismo tiempo entre quienes se mencionen.
- La suma del tiempo de las valoraciones positivas y negativas es equivalente al tiempo total de piezas valoradas.

d) MENCIÓN DE PROPUESTAS DE CANDIDATURAS

- Se registrará si las piezas informativas mencionan al menos una propuesta de las precandidaturas o candidaturas.
- Los temas de las propuestas serán los siguientes y serán enunciativos mas no limitativos:
 - Salud
 - Educación-cultura
 - Economía (campo, agricultura, turismo, artesanías)
 - Justicia
 - Seguridad
 - Pueblos indígenas
 - Género
 - Medio ambiente
 - Deporte
 - Desarrollo social
- Se presentará la información de manera proporcional respecto de la suma total del tiempo de las piezas informativas. Asimismo se presentará el tema más mencionado en las propuestas.

e) JUICIOS DE VALOR DENTRO DE LA PIEZA INFORMATIVA

- Se clasifica como información valorada aquella que presente verbalmente adjetivos calificativos y/o frases idiomáticas que se utilicen como adjetivos y sean mencionadas por la o el conductor o la o el reportero del noticiero, así como la o el locutor o cualquier voz en off; analistas de información o autor/a de las piezas informativas impresas.

CLASIFICACIÓN GENERAL DEL JUICIO DE VALOR

1. Positivo

Se considerará positivo cuando la nota enaltezca a titulares de precandidaturas o candidaturas, explícitamente con el uso de adjetivos calificativos.

2. Negativo

Se considerará negativo cuando la nota denueste o degrade a precandidatos/as o candidatos/as explícitamente con adjetivos calificativos.

3. Neutral

Se considerará neutral cuando la nota se enfoque al qué, cuándo, cómo, dónde y con qué efectos, sin incluir adjetivos calificativos.

VALORACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y OPINIÓN

- Se contabilizará el número de piezas informativas que presentaron alguna valoración expresada mediante algún adjetivo calificativo o frase idiomática utilizada como adjetivo explícito, hacia precandidaturas o candidaturas. Se contabilizará también el número de piezas informativas que no tuvieron ninguna valoración a través de algún adjetivo calificativo explícito, las cuales se considerarán como piezas no adjetivadas. Se tomarán en cuenta todos los géneros periodísticos citados.
- De la información que presentó alguna valoración, implicación o calificación, en los términos expuestos en el punto anterior, se deberá distinguir entre aquellas que fueron negativas y aquellas que fueron positivas.
- Adicionalmente se deberá contabilizar el tiempo que representó el número de menciones/notas sin valoración y el número de menciones/notas con valoración. De éstas últimas, se deberá contabilizar el tiempo que representó el número de menciones valoradas positiva y negativamente.

- Adicionalmente, se enlistarán los adjetivos calificativos y/o frases idiomáticas que se utilicen como adjetivos y sean mencionadas por la o el conductor, la o el reportero del programa, los/las locutores/as o cualquier voz en off, así como por los/as analistas de información o autor/a de la nota en todas las piezas de monitoreo.
- En consideración y respeto a los principios de la libertad de expresión, la información clasificada como propia del género "opinión y análisis", no se analizará como información valorada ni positiva ni negativamente.
- Las valoraciones se medirán en relación con los géneros periodísticos, excepto el de "opinión y análisis". Así, el tiempo total de valoraciones será equivalente al tiempo total de géneros periodísticos menos las piezas informativas de opinión y análisis y debate. En el caso de los medios impresos y digitales, el espacio deberá tener la suma del total de notas de todos los géneros.
- Las valoraciones por precandidaturas y candidaturas serán diferentes a las menciones por partido o coalición, ya que en una pieza informativa pueden mencionarse distintos partidos políticos o coaliciones sin que todos ellos sean valorados.

G) ENCUESTAS O SONDEOS DE OPINIÓN

- Se registrarán las encuestas o sondeos de opinión que se difundan en los programas noticiosos o medios impresos y digitales que formen parte de los catálogos aprobados.
- Para el registro de los resultados de las encuestas presentadas en los programas noticiosos y/o programas de radio y televisión y medios impresos y digitales analizados, se deberá capturar lo siguiente:
 - La entidad, plaza y nombre del noticiero o programa en el que se difundió la encuesta o sondeo de opinión
 - La empresa que elaboró la encuesta o sondeo de opinión
 - Publicación o no de vitrina metodológica
 - Fecha de publicación de los resultados de la encuesta o sondeo de opinión
 - Los resultados

i) IGUALDAD DE GÉNERO Y NO DISCRIMINACIÓN

- Se buscará conocer el sexo de la persona de la enunciación en el caso de los programas noticiosos y del autor/a de la pieza informativa impresa o digital para identificar si la persona que realiza la enunciación es hombre o mujer.
- Se registrará el sexo de la persona de enunciación (los y las reporteras, locutoras o conductoras, los y las analistas de información y cualquier voz en off, así como de la persona que firme las noticias impresas o digitales), con la finalidad de identificar si existe alguna relación entre la persona que emite la nota, entrevista reportaje, etc., respecto de la presencia de estereotipos de género y uso de lenguaje incluyente y no sexista.
- Se registrará si se utilizó lenguaje incluyente; también se identificará si se utiliza lenguaje sexista. La información será presentada de forma proporcional en relación al total del número de piezas de monitoreo.
- Se registrarán las frases en las que se haga uso de un lenguaje sexista, que sean mencionadas por las y los reporteros, las y los locutores o las y los conductores, las y los analistas de información y cualquier voz en off, así como de las y los autores de las piezas de monitoreo de los programas de radio y televisión que difundan noticias, así como de medios impresos y digitales.
- Se registrará si se hace mención de que la persona pertenece a alguna comunidad o etnia.

j) VIOLENCIA POLÍTICA EN RAZÓN DE GÉNERO

- Se registrará el número de piezas de monitoreo valoradas que presentan al menos un rol o estereotipo de género mencionadas por los y las reporteras, locutoras o conductoras, analistas de información, cualquier voz en off o autor/a de la pieza. La información se presentará de forma proporcional en relación con el total del número de piezas de monitoreo de las precampañas y campañas.
- Se identificará la existencia de los roles o estereotipos de género respecto de su participación en las precandidaturas y candidaturas, de forma enunciativa, pero no limitativa:
 - Cosificación de las mujeres. Las mujeres aparecen en roles de víctimas u objetos sexuales, reduciendo sus atributos a sus presuntos vínculos y relaciones afectivas, y al ejercicio de su sexualidad.
 - Roles domésticos. Se refuerza una imagen de las mujeres vinculada a roles domésticos (madre, esposa o ama de casa, cuidadora de su familia)

- Relevancia a su vida privada: Se genera información sobre su vida privada como un hecho noticioso.
- Rasgos físicos o vestimenta. Se privilegia la mención de la vestimenta o rasgos físicos.
- Edad. La tendencia a mencionar la edad de las mujeres al presentarlas o hacer referencia a ellas.
- Rasgos de subordinación. Tendencia a cuestionar las capacidades de las mujeres, identificándolas con rasgos de subordinación falta de autonomía, impotencia, fragilidad, insuficiente preparación, inexperiencia impericia e incompetencia, o como dependientes de los liderazgos de los hombres y presentando a las mujeres como personas manipulables, aun cuando ocupen cargos de alto nivel.
- Expresiones sexistas en las declaraciones (machismo, misoginia y homofobia). Las formas más relevantes de sexismo son el machismo, la misoginia y la homofobia.

5.5. RECURSOS TÉCNICOS UTILIZADOS PARA PRESENTAR LA INFORMACIÓN

En programas que difunden noticias en radio y televisión

- Se identificarán los recursos técnicos utilizados del audio y de la imagen.
- En radio debe tomarse en cuenta:
 - Cita y voz: presentación de la noticia por los/as conductores/as con o sin reportera o reportero, pero con la voz de las precandidatos/as y candidatos/as.
 - Cita y audio: presentación de la noticia por los/as conductores/as, con reportera o reportero, pero sin la voz de las precandidatos/as y candidatos/as.
 - Sólo voz: entrevistas grabadas o en vivo, llamadas telefónicas con los/as precandidatos/as o candidatos/as.
 - Sólo cita: únicamente lectura de la información por parte de los/as conductores, sin ningún tipo de recurso técnico como apoyo.
- En televisión debe tomarse en cuenta:
 - Voz e imagen: presentación de los/as conductores/as, así como de las reporteras o reporteros, pero con la imagen y el audio de los/as precandidatos/as y candidatos/as. Se incluirán las entrevistas realizadas en estudio.

- Cita e imagen: presentación o no de los/as conductores/as pero con cobertura de la reportera o reportero y con la imagen de los/as precandidatos/as y candidatos/as, pero sin su audio.
- Sólo voz: presencia de los/as precandidatos/as y candidatos/as en el noticiero vía telefónica.
- Sólo imagen: reporte de las noticias a cargo del/la conductor/a, con imagen de apoyo, de archivo, fija o en vivo.
- Sólo cita: lectura a cargo del/la conductor/a de las notas emitidas por los partidos políticos sobre las precandidaturas y candidaturas.

En medios impresos

- Se registrará si el medio de comunicación utiliza imágenes como fotografías, ilustraciones o infografías.
- Si presenta la información a color o blanco y negro
- Si utiliza hipertextos.
- Si está diseñada de forma diferente al resto de la plana donde ha sido publicada.

En medios digitales

- Se registrará si posee alguna de las anteriores pero se incluye video.

5.6. DE LOS INFORMES

Los informes de monitoreo serán emitidos uno para, que aglutinará los datos de todo el ejercicio.

- Los reportes serán difundidos tres días naturales después de cada corte.
- Se entregarán en el formato que acuerde la Comisión de Medios de Comunicación Masiva, y se difundirán a través de la página web del Instituto Tlaxcalteca de Elecciones, así como por redes sociales.
- Se reportarán los datos de cada una de las variables, y se presentarán sus resultados, cada una por el medio en el que se publicó, por número de piezas informativas y por espacio/tiempo dedicado a las precandidaturas y candidaturas, atendiendo las particularidades de cada variable descrita en la presente metodología.

CALENDARIO DE INFORMES

PRECAMPAÑAS		CAMPAÑAS	
23/12/2020	31/12/2020	04/04/2021	15/04/2021
01/01/2021	15/01/2021	16/04/2021	30/04/2021
16/01/2021	31/01/2021	01/05/2021	15/05/2021
		16/05/2021	02/06/2021