

ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO ELECTORAL DE TLAXCALA, POR EL CUAL SE DETERMINA LA METODOLOGÍA PARA EL MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA, IMPRESOS Y ELECTRÓNICOS, PARA PRECampañas Y Campañas Electorales para el Proceso Electoral 2007.

ANTECEDENTES

- 1.- Que la LVIII Legislatura del Estado, integró al nuevo Consejo General del Instituto Electoral de Tlaxcala, mediante acuerdo publicado en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado el día uno de diciembre de dos mil seis.
- 2.- En sesión extraordinaria celebrada por el Consejo General, el día ocho de diciembre de dos mil seis, se acordó la integración e instalación de la Comisión de Medios de Comunicación Masiva, la cual quedó conformada en términos de lo dispuesto por el artículo 183 fracción III del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, de la siguiente manera: Presidenta: Lic. Mary Cruz Cortés Ornelas, Vocales: 1) Lic. Fernando Valdez Zainos; y 2) Lic. Melecio Domínguez Morales.

CONSIDERANDO

- I. Que de conformidad con los artículos 116 fracción IV de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 10 fracción IV de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tlaxcala, 2, 135 y 137 del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, el ejercicio de la función estatal electoral, se rige por los principios de constitucionalidad, certeza, legalidad, autonomía, independencia, imparcialidad, equidad, objetividad y profesionalismo.
- II. Que conforme a lo dispuesto en los artículos 10 fracción IV de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tlaxcala y 136 del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, la organización, dirección, vigilancia y el desarrollo de los procesos electorales en el Estado, estarán a cargo del Instituto Electoral de Tlaxcala, autoridad en la materia, dotado de independencia funcional, autonomía, carácter permanente y patrimonio propio.
- III. Que de acuerdo con los artículos 10 fracción IV de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tlaxcala, 152 y 153 del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado, el órgano superior y titular de la dirección del Instituto Electoral de Tlaxcala, es su Consejo General, responsable de vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales en materia electoral, así como garantizar que sus órganos se ajusten a sus principios rectores.

IV. Que conforme al artículo 175 fracción VI del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, el Consejo General tendrá la atribución de aprobar los reglamentos interiores, las circulares y los lineamientos generales necesarios para el funcionamiento del Instituto y sus órganos.

V. Que el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, en sus artículos 73, 74 y 175 fracción XVIII, establece que, durante las precampañas y campañas electorales, el Instituto Electoral de Tlaxcala, realizará el monitoreo diario del contenido de por lo menos tres periódicos que tengan mayor circulación en el territorio del Estado, así como, el monitoreo de medios electrónicos de comunicación masiva y para tal efecto, la Unidad de Comunicación Social y Prensa será la encargada de realizarlo y de presentar al Consejo General el informe correspondiente por períodos no mayores a quince días; asimismo, la Comisión de Medios de Comunicación Masiva y la Unidad de Comunicación Social y Prensa del Instituto, elaborarán la metodología que se requiere, misma que será puesta a consideración y aprobación del Consejo General.

VI. Que a efecto de cumplir con el principio de certeza que ordenan los artículos 10 fracción IV, párrafo segundo de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tlaxcala y 2, 63, 71 y 175 fracción LI, del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, y toda vez que en el proceso electoral de dos mil siete tendrá verificativo la elección intermedia en la que se elegirán sólo diputados, ayuntamientos y presidencias de comunidad, resulta necesario emitir la metodología que se describe en el considerando VII.

VII. Que previo estudio y análisis, la Comisión de Medios de Comunicación Masiva y la Unidad de Comunicación Social y Prensa del Instituto, en cumplimiento a lo ordenado en el propio Código, han procedido a la elaboración de la Metodología para el Monitoreo de Medios de Comunicación Masiva, Impresos y Electrónicos, para Precampañas y Campañas Electorales, misma que ponen a consideración y aprobación del Consejo General en los siguientes términos:

Se presenta propuesta de Metodología para el Monitoreo de Medios de Comunicación Masiva, Electrónicos e Impresos para el periodo de Precampañas y Campañas Electorales para el año electoral 2007, de acuerdo a lo que señala el artículo 73 del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, *“Durante las precampañas y campañas electorales, el Instituto realizará monitoreo diario del contenido de por lo menos tres periódicos, de entre los que tengan mayor circulación en el territorio del Estado, así como el monitoreo de medios electrónicos de comunicación masiva...”*

PERIODO DE MONITOREO

Precampañas

Será a partir de que los partidos políticos inicien sus procesos internos una vez que hayan notificado al Instituto Electoral de Tlaxcala con cinco días de anticipación (Art. 250 Cipet). Sin embargo, la Unidad realizará seguimiento de los actos anticipados de precampaña y campaña, toda vez que algunos ciudadanos aspirantes a algún puesto de elección popular han iniciado actividades de posicionamiento que bien pudieran encuadrarse en el supuesto del artículo 244, que a la letra dice: *“Los ciudadanos que realicen actividades*

propagandísticas o publicitarias, por sí mismos o a través de partidos políticos, con el objeto de promover y obtener apoyo a su aspiración de ser postulado a un cargo de elección popular, se ajustarán a los plazos y disposiciones que establece este Código y la normatividad interna del partido político de que se trate”.

Mismo que concluirá, como lo señala el mismo ordenamiento legal en el artículo 245, “...y deberán concluir a más tardar cinco días antes del inicio del periodo de registro de candidatos de la elección de que se trate”.

Campañas

Como lo señala el artículo 301 del Código a partir del día siguiente de la publicación del registro de los candidatos y concluirá tres días antes al de la jornada electoral.

Sin perjuicio de que se realice monitoreo los días que no estén comprendidos en los puntos que anteceden.

OBJETIVO GENERAL

Analizar el comportamiento de los medios masivos de comunicación electrónicos e impresos, en relación al espacio otorgado y la intencionalidad a los partidos políticos, precandidatos y candidatos, teniendo como marco la equidad y la imparcialidad, para el proceso electoral local 2007.

METODOLOGÍA PARA MEDIOS ELECTRÓNICOS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Medir a través de un seguimiento sistemático el tiempo que otorgan los noticiarios de radio y televisión a los precandidatos y, en su momento, candidatos de los partidos políticos en precampañas y campañas electorales, respectivamente.
- Identificar los recursos técnicos utilizados por los noticiarios de radio y televisión.
- Obtener la intencionalidad de los espacios en los noticiarios de radio y televisión, en relación con la información que emiten los partidos políticos y sus aspirantes a candidatos y, en su momento, candidatos en precampañas y campañas electorales.

INTEGRACIÓN DE LA MUESTRA

Para fines de estudio, el Instituto Electoral de Tlaxcala realizará el monitoreo de los siguientes medios de comunicación y sus espacios informativos.

RADIO

ESTACIÓN	NOTICIEROS	DÍAS DE TRANSMISIÓN	HORARIO
XETT RADIO TLAXCALA 14.30 AM	CORACYT NOTICIAS	Lunes a viernes	07:30 a 08:30 horas 14:00 a 15:00 horas 19:00 a 19:30 horas

XHTLAX RADIO ALTIPLANO 96.5 FM	PROGRAMA CONTROVERSIA	Jueves	18:00 a 19:00 horas
XHXZ FM CENTRO 100.3 FM	CENTRO INFORMATIVO	Lunes a viernes	07:45 a 09:00 horas 14:00 a 15:00 horas 19:00 a 19:15 horas
XEHT RADIO HUAMANTLA 810 AM	EN PUNTO	Lunes a viernes Lunes a viernes Sábado	08:00 a 09:00 horas 14:00 a 15:00 horas 08:00 a 08:30 horas
	ENCUENTRO	Sábado	11:00 a 14:00 horas
XHUTX RADIO UNIVERSIDAD 99.5 FM	ALTERNATIVA 99.5	Lunes a Viernes	07:15 a 08:45 horas 14:00 a 15:15 horas 18:30 a 18:45 horas

NOTA 1: Para fines del monitoreo, en el caso de CORACYT Noticias, sólo será estudiada la estación XETT Radio Tlaxcala, ya que se transmite simultáneamente el noticiero en Radio Calpulalpan XHCAL y Radio Altiplano XHTLAX.

En esta misma radiodifusora se realizará el monitoreo de los cortes informativos del día sábado sólo en caso de que CORACYT Noticias contemple incluir cobertura de aspirantes a candidatos en estos espacios.

NOTA 2: Se hará monitoreo de XHMAXX Stéreo Max 98.1 FM., sólo en periodo de campañas ya que regularmente en periodos proselitistas implementa espacios especiales, como cápsulas informativas o noticiarios.

NOTA 3: En caso de que las radiodifusoras abran espacios informativos o modifiquen los horarios de los espacios ya establecidos que puedan contener información o entrevistas con los aspirantes a candidatos, candidatos y/o partidos políticos y coaliciones, se dará el seguimiento y se anexará a los espacios considerados para la medición.

TELEVISIÓN

TELEVISORA	NOTICIERO	DÍAS DE TRANSMISIÓN	HORARIO
Tlaxcala TV	CORACYT NOTICIAS	Lunes a viernes	15:00 a 15:30 horas 20:00 a 21:00 horas
Tlaxcala TV	"AL DESCUBIERTO"	Lunes	21:00 a 22:00 horas
CABLECOM	UNIVERSO INFORMATIVO	Lunes a viernes	08:30 a 09:00 horas 20:00 a 21:00 horas
TV AZTECA 7	HECHOS PARA DESPERTAR	Lunes a viernes	06:30 a 09:00 horas
TV AZTECA 13	HECHOS PUEBLA	Lunes a viernes	15:30 a 16:00 horas
TV AZTECA 13	HECHOS PUEBLA	Lunes a viernes	23:30 a 24:00 horas
XHT-TV CANAL 3	BUENOS DÍAS PUEBLA	Lunes a viernes	06:55 a 09:00 horas
XHT-TV CANAL 3	AL TANTO	Lunes a viernes	15:00 a 15:30 horas
XHT-TV CANAL 3	AL TANTO	Lunes a viernes	21:00 a 22:00 horas

NOTA: En caso que las televisoras abran espacios informativos o modifiquen los horarios de los espacios ya establecidos que puedan contener información o entrevistas con los aspirantes a candidatos, candidatos y/o partidos políticos y coaliciones, se dará el seguimiento y se anexará a los espacios considerados para la medición.

Variables que se medirán en el monitoreo de radio y televisión

- Manejo equitativo de los tiempos de transmisión
- La importancia de las noticias
- Valoración de la nota
- Calidad uniforme en el manejo de la información
- Igualdad en la apertura de espacios para cada partido político y su aspirante a candidato y en su momento candidato.

PERIÓDICOS DIGITALES

- E – CONSULTA
- PERIÓDICO DIGITAL TLAXCALA

Variables que se medirán en el monitoreo de periódicos digitales

- Nota completa en la página principal
- Mención de la nota con liga
- Nota con foto

NOTA: Para el caso de periódicos digitales se imprimirá la nota y la foto, en su caso, y se medirá en centímetros cuadrados, anexando la intencionalidad.

VARIABLES

1.- TIEMPO DE TRANSMISIÓN: Consiste en conocer el tiempo que cada noticiario dedica a las precampañas y campañas de los aspirantes a candidatos y, en su momento, candidatos de cada uno de los partidos políticos.

- a) Se medirá el tiempo efectivo que se destine a la información sobre precampañas y campañas electorales de los aspirantes a candidatos y, en su momento, candidatos de cada partido político.
- b) El tiempo total dedicado a las precampañas y campañas electorales de cada partido político será la suma de cada uno de los géneros utilizados para emitir la información.
- c) Adicionalmente, se deberá registrar el número de ocasiones de cada género informativo que aparece durante el noticiario por cada uno de los partidos políticos.
- d) Además, se deberá elaborar una gráfica y un cuadro comparativo del tiempo dedicado a cada partido político por cada noticiario.

2.- UBICACIÓN DE LAS NOTAS: Consiste en conocer la ubicación de la información sobre las precampañas y campañas electorales de cada partido político dentro del noticiario.

- a) Se identificará el orden de aparición de la información por número de notas con base en las siguientes categorías:
 - 1) **Entrada** del programa
 - 2) **Desarrollo** o cuerpo del programa
 - 3) **Resumen** o final del programa
- b) Adicionalmente, se deberá contabilizar el tiempo que cada una de las variables indicadas en los incisos 1 al 3 significaron en la emisión de la información de las precampañas y campañas electorales en los noticiarios de radio y televisión.
- c) Los datos obtenidos del análisis de esta variable, tanto en radio como en televisión, se presentarán en formatos que al menos incluyan la información generada.

3.- RECURSOS TÉCNICOS UTILIZADOS EN LA COBERTURA DE LAS NOTICIAS: Consiste en identificar el tipo de recursos técnicos para cubrir la información sobre las precampañas y campañas electorales de los partidos políticos.

- a) Se identificarán los recursos técnicos utilizados para garantizar la calidad del audio y de la imagen, así como, la claridad, fluidez y coherencia de los mensajes. En general, se tomarán en cuenta los elementos que contribuyan a mejorar la presentación de la información.
- b) En **RADIO** deben tomarse en cuenta:
 - **CITA Y VOZ:** Presentación de la noticia por el conductor con reportero y con la voz del aspirante a candidato y, en su momento, candidato.
 - **SÓLO CITA:** Únicamente lectura de la información por parte del conductor, sin ningún tipo de apoyo.
 - **CITA SIN AUDIO:** Presentación de la noticia por el conductor, reportero, pero sin la voz del aspirante a candidato y, en su momento, candidato.
 - **SÓLO VOZ:** Entrevistas en vivo o llamadas telefónicas de los aspirantes a candidatos y/o candidatos.
- c) En **TELEVISIÓN** deben tomarse en cuenta:
 - **IMAGEN DE TRANSMISIÓN DIRECTA:** Presentación del conductor o reportero, con la imagen y el audio del aspirante a candidato y, en su momento, 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 del reportero y con la imagen del aspirante a candidato y, en su momento, 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 notas del partido por parte del conductor sin ningún tipo de apoyo técnico.
 - **SÓLO VOZ:** Entrevista en vivo o llamadas telefónicas del aspirante a candidato y, en su momento, candidato.
- d) Adicionalmente, al número de ocasiones que cada recurso técnico fue utilizado en la emisión de cada nota, se deberá contabilizar el tiempo que cada una de las variables indicadas en los incisos b y c significaron en la información de las precampañas y campañas en los noticiarios de radio y televisión.

4.- VALORACIÓN DE LAS NOTAS: Consiste en diferenciar entre la presentación de un hecho sin valorarlo, calificarlo o implicarse, personalmente o institucionalmente en forma verbal y la presentación de la información con algún tipo de valoración o implicación hacia algún aspirante a candidato y, en su momento, candidato y/o partido político.

- a) Se contabilizará el número de notas vertidas que presentaron alguna valoración, implicación o calificación hacia el partido político o aspirante a candidato y en su momento, candidato; y se contabilizará el número de notas que no tuvieron ningún tipo de valoración, de cada uno de los partidos políticos.
- b) De las notas que presentaron algún tipo de valoración, implicación o calificación, se deberán distinguir entre aquéllas que fueron negativas, positivas y neutrales.
- c) Del total de valoraciones negativas se deberá distinguir el tipo de recursos técnicos utilizados para la emisión de las notas, como se hizo en el caso de radio.
- d) Adicionalmente, se deberá contabilizar el tiempo que cada una de las variables indicadas en los incisos a) al d) significaron en la emisión de la información de las precampañas y campañas electorales en los noticiarios de radio y televisión.

5.- MENCIONES

Se elaborarán gráficas que muestren el total de menciones dedicadas a cada partido por cada periodo de quince días y en el acumulado.

Se hará una que conjunte radio, televisión y periódicos digitales; y una gráfica referente a cada medio antes citado.

PRESENTACIÓN DE LOS INFORMES

Los informes de monitoreo se presentarán de manera quincenal, uno acumulado por mes y otro más con carácter final. Se entregarán en el formato que acuerde la Comisión de Medios de Comunicación Masiva, y se difundirá a través de la página web del Instituto Electoral de Tlaxcala.

Se reportarán los datos del análisis de cada una de las variables, separando los resultados obtenidos del análisis de los noticiarios de radio y televisión y de medios impresos y periódicos digitales. De esta manera se presentarán los resultados de todas las variables, cada una por el medio en el que se transmitió, por número de notas y por tiempo dedicado.

METODOLOGÍA PARA MEDIOS IMPRESOS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Monitorear la información de manera sistemática relativa a las precampañas y campañas electorales para renovar el Poder Legislativo, Ayuntamientos y Presidencias de Comunidad, publicada en los medios impresos de circulación local.
2. La información publicada a evaluar se circunscribirá exclusivamente a los géneros de tipo informativo, a saber: nota, entrevista de fondo y reportaje. Los géneros de opinión tales como: artículo, columna y editorial, no serán tomados en cuenta.

3. El periodo de monitoreo de precampañas electorales será a partir de que los partidos políticos inicien sus procesos internos, una vez que hayan notificado al Instituto Electoral de Tlaxcala con cinco días de anticipación, tal como lo marca el artículo 250 del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, y concluirá, como lo marca el mismo ordenamiento legal, en el artículo 245, cinco días antes del registro de candidatos de que se trate.
4. El periodo de monitoreo de campañas electorales iniciará a partir del día siguiente de la publicación del registro de los candidatos y concluirá tres días antes al de la jornada electoral.
5. Sin perjuicio de que se realice monitoreo los días que no estén comprendidos en los puntos que anteceden.

VARIABLES Y CRITERIOS A MEDIR

Las variables que serán evaluadas en el monitoreo de medios de comunicación impresos son las siguientes:

1. Espacio otorgado a los aspirantes a candidatos y, en su momento, a los candidatos de cada partido político o coalición, durante el periodo que abarca el monitoreo.
2. Ubicación de las notas, según sea la página y la sección donde fue publicada.
3. Notas con información atribuida a una fuente plenamente identificada.
4. Juicios de valor hechos por el reportero o editor, incluidos en el texto o la presentación de la nota.
5. Alusión y respuesta del aludido

La unidad a medir es la nota o fragmento de la misma, relativa a información de precampañas y campañas electorales.

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

Las notas a considerar en el monitoreo son:

- 1) Nota informativa firmada.
- 2) Boletín informativo generado por el aspirante a candidato y, en su momento, el candidato, su comité de campaña, partido político o coalición.
- 3) Toda declaración formulada por los aspirantes a candidatos y, en su momento, los candidatos.
- 4) Notas que informen sobre actividades de precampañas y campañas, incluidas aquellas en donde el generador principal de la nota sea un personaje destacado de algún partido político, pero que informa sobre los actos de precampañas y campañas. Ejemplos de este tipo de notas son las que generan los dirigentes nacionales de los partidos políticos, así como, las reuniones de evaluación y participación en actos públicos que hacen esos personajes.
- 5) Notas o reportajes sobre debates o mesas de discusión donde participen precandidatos o candidatos.
- 6) Toda fotografía de aspirantes a candidatos o candidatos, incluidos sus respectivos pies de foto.
- 7) Notas generadas por dirigentes o personalidades (funcionarios públicos federales, estatales y/o municipales, militantes y simpatizantes de algún partido político) donde

se refieran a los aspirantes a candidatos o los candidatos del partido. En estos casos, se ha de medir por separado el fragmento de nota donde declare el aspirante a candidato, en su momento candidato o candidatos aludidos.

INFORMACIÓN QUE NO HA DE TOMARSE EN CUENTA

1. Notas generadas por dirigentes o personalidades de partidos políticos, en las cuales el tema tratado sea distinto al de informar sobre las precampañas y campañas electorales. Ejemplo de este tipo de notas: Cuando algún dirigente partidista, coordinador parlamentario o personaje destacado opina sobre la reforma fiscal, la ley indigenista, el informe de gobierno o la actuación del gobierno en turno.
2. Publicación de texto, fotografías o cualquier otro material que sea pagado por los partidos políticos, coaliciones, aspirantes a candidatos o candidatos, que contengan la leyenda “inserción pagada por el partido político, coalición y/o aspirante a candidato y, en su momento, candidato” o similar.

CRITERIOS GENERALES DE MEDICIÓN

1. El sistema de medición sugerido es el métrico decimal (base por altura), porque tiene vigencia legal y es de aplicación uniforme en cualquier formato de periódico.
2. 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.
3. La superficie a medir abarca todo el cuerpo de la nota, incluidos: fotografías, pie de foto, gráficas y recuadros incluidos en el cuerpo de la nota.
4. En los casos de las notas cuyo texto se divide (por ejemplo con un envío a página distinta: “pase”, etc.) y aparece en varias páginas, se ha de hacer una sola suma de todos los fragmentos.
5. En el caso de notas cuyo título se refiere a dos o más aspirantes a candidatos o candidatos, el cuerpo completo de la nota se ha de dividir en partes iguales entre todos los que declaren. Mismo criterio se ha de aplicar cuando el encabezado se refiera a los aspirantes a candidatos y candidatos.
6. Cuando el título de la nota corresponda a un aspirante a candidato o candidato, pero en el texto se incluyen declaraciones de otros aspirantes, la medida del encabezado se contabilizará al mencionado 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 los aspirantes a candidatos o candidatos declarantes en la misma nota, se han de medir de manera individual y asignar el espacio a su respectivo partido.
7. Cuando en el título de la nota, el sumario o el “balazo”, se haga mención de dos o más aspirantes a candidatos o candidatos, pero en el texto de la nota declaren o informen otros más, el área del encabezado se ha de medir y se dividirá en partes iguales entre todos los ahí 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 los aspirantes a candidatos o candidatos no mencionados en el título. Estos espacios serán medidos por separado y sin tomar en cuenta la superficie del título.
8. El área de las notas referentes a debates y mesas de discusión serán divididos en partes iguales entre todos los participantes.

9. Cuando el texto y encabezado sea divisible entre dos o más aspirantes a candidatos o candidatas, pero la fotografía corresponda sólo a uno de ellos, la medida de ésta ha de contabilizarse a parte y sumada al área de texto del aspirante a candidato o candidata que corresponda.
10. 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.

CRITERIOS GENERALES DE UBICACIÓN

1. La ubicación de la nota se refiere a la página y sección en que fue publicada.
2. La ubicación de la página se clasificará en: primera, segunda, tercera, contraportada e interiores.
3. La nota será clasificada en la página donde aparezca por primera vez. Ejemplo: Si en la portada aparece un cintillo, llamada o foto llamada, pero el texto se encuentra en páginas posteriores, la nota se clasificará como de portada.
4. El mismo criterio que en el inciso inmediato anterior, se aplicará a las notas con envío a otra página, y serán ubicadas en donde la nota inició o apareció por primera vez.
5. Las secciones serán divididas en: local, nacional, e internacional; deportes; espectáculos, sociales; y suplementos especiales.

CRITERIOS GENERALES PARA CLASIFICAR NOTAS CON FUENTE O SIN FUENTE

Las notas serán clasificadas en:

- a) Información atribuida a una fuente identificada; e
- b) Información sin fuente identificada.

Una fuente identificada puede ser:

- a) Información atribuida a un declarante citado en la nota por su nombre y apellido.
- b) Un comunicado oficial de algún partido o coalición, aspirante a candidato, candidato o comité de campaña.
- c) Algún otro tipo de documento oficial (desplegado con firmantes identificados, por ejemplo).
- d) Actividades públicas cubiertas por el reportero.

Las notas sin fuente identificada pueden ser aquellas cuya información se atribuye, por ejemplo, a: “fuentes cercanas al aspirante a candidato o candidata”, “fuentes bien informadas”, “un informante que pidió no ser identificado”, o bien, las notas atribuidas a información “que circula en los corrillos del partido” o a la que “se comenta en círculos políticos de la localidad”.

También se clasificará como nota sin fuente identificada, cuando la información sea atribuible a documentos cuyo autor o autores no son citados por el reportero. El mejor ejemplo de esos casos son los llamados “estudios” de que dispone o dice tener en su poder el reportero.

CRITERIOS PARA CLASIFICAR LOS JUICIOS DE VALOR DENTRO DE LA NOTA

- I) El monitoreador deberá analizar cuidadosamente la nota seleccionada a fin de detectar su juicio de valor hacia un aspirante o candidato.
- II) El juicio de valor se clasificará en:
 - 1) Positivo
 - 2) Negativo
 - 3) Neutral
- III) Se considerará como juicio de valor cualquier opinión acerca de los hechos de que se informa o los actos de los aspirantes a candidatos y candidatos, independientemente del formato de la información.
- IV) Se considerará positivo cuando la nota enaltezca al aspirante o candidato o cualquier acción de su partido, explícitamente con adjetivos calificativos.
- V) Se considerará negativo cuando la nota humille o degrade al aspirante o candidato o cualquier acción de su partido, explícitamente con adjetivos calificativos.
- VI) Se considerará neutral cuando la nota se enfoque al qué, cuándo, cómo, dónde y con qué efectos, sin incluir adjetivos calificativos.

CRITERIOS PARA CLASIFICAR NOTAS CON ALUSIÓN Y RÉPLICA DEL ALUDIDO

- 1. La réplica del aludido se contabilizará siempre que sea publicada en la misma edición en que se hizo la referencia inicial, o en la del día posterior a ésta; si ésta se da después de ese tiempo, se contabilizará como nota independiente.
- 2. Cuando el medio de comunicación informe que no pudo obtener la réplica del aludido, se contabilizará como nota para el aludido.

INTEGRACIÓN DE LA MUESTRA

Los diarios que integrarán la muestra en Tlaxcala son:

- A. EL SOL DE TLAXCALA**
- B. SÍNTESIS PERIODICO DE TLAXCALA**
- C. LA JORNADA DE ORIENTE**
- D. ABC NOTICIAS**
- E. EL PERIÓDICO DE TLAXCALA**

PRESENTACIÓN DE LOS INFORMES

Los informes de monitoreo se presentarán de manera quincenal, uno acumulado por mes y otro más con carácter final. Se entregarán en el formato que acuerde la Comisión de Medios de Comunicación Masiva, y se difundirá a través de la página web del Instituto Electoral de Tlaxcala.

Se reportarán los datos del análisis de cada una de las variables, separando los resultados obtenidos del análisis de los noticiarios de radio, televisión, medios impresos y periódicos

digitales. De esta manera se presentarán los resultados de todas las variables, cada una por el medio en el que se transmitió, por número de notas y por tiempo dedicado.

Por lo anteriormente expuesto y fundado, se emite el siguiente:

A C U E R D O

PRIMERO.- Se aprueba la Metodología para el Monitoreo de Medios de Comunicación Masiva, Impresos y Electrónicos, para Precampañas y Campañas Electorales, contenida en el considerando VII, para el proceso electoral de 2007.

SEGUNDO.- Publíquese el punto primero del presente acuerdo en el Periódico Oficial de Gobierno del Estado, en un diario de mayor circulación en el Estado; y la totalidad del mismo, en la página web del Instituto Electoral de Tlaxcala.

Así lo aprobaron por unanimidad de votos los CC. Consejeros Electorales integrantes del Consejo General del Instituto Electoral de Tlaxcala, en sesión pública especial de fecha veinte de abril de dos mil siete, firmando al calce la Consejera Presidenta y el Secretario General del Instituto Electoral de Tlaxcala, con fundamento en el artículo 192, fracciones II, VI y VII del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala. Doy fe.

Lic. Mary Cruz Cortés Ornelas
Presidenta del Consejo General del
Instituto Electoral de Tlaxcala

Lic. Javier Conde Méndez
Secretario General del
Instituto Electoral de Tlaxcala