

**CG 35/2004**

**ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO ELECTORAL DE TLAXCALA  
POR EL CUAL SE DETERMINA LA METODOLOGIA PARA EL MONITOREO DE  
MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA, IMPRESOS Y ELECTRÓNICOS, PARA  
PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS ELECTORALES.**

---

**ANTECEDENTES**

---

- 1.- Mediante decreto número sesenta, de fecha treinta de septiembre de dos mil tres, publicado el tres de noviembre de ese mismo año en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado, el Honorable Congreso del Estado reformó y adicionó en materia electoral, diversos artículos de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tlaxcala, reformas y adiciones que fueron aprobadas en términos del artículo 120 del mismo ordenamiento fundamental y de entre los cuales se creó un nuevo órgano de dirección del Instituto Electoral de Tlaxcala, integrado por un Consejero Presidente, seis Consejeros Electorales, concurriendo a las sesiones del Consejo General el Secretario General y los Representantes de los Partidos Políticos acreditados y registrados ante el propio Instituto.
- 2.- El acuerdo por el que la Honorable LVII Legislatura del Estado, integró al nuevo Consejo General del Instituto Electoral de Tlaxcala, fue publicado en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado el día uno de diciembre de dos mil tres.
- 3.- En la misma fecha, uno de diciembre de dos mil tres, rindieron protesta los nuevos integrantes del Consejo General del Instituto Electoral de Tlaxcala e iniciaron desde luego sus funciones.
- 4.- Mediante decreto número setenta y cuatro, publicado el veintiséis de diciembre de dos mil tres, en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado, el Honorable Congreso del Estado emitió el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, en concordancia con la reforma constitucional y en el cual se encuentra previsto, en la Sección Segunda del Capítulo I del Título Cuarto del Libro Segundo, el apartado correspondiente al Monitoreo de los Medios de Comunicación Masiva; y

---

**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 el artículo 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 los 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 periodos no mayores a quince días y así mismo que, 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 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:

## **MONITOREO DEL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN SOBRE LAS PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN LOS ESPACIOS NOTICIOSOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS DEL ESTADO DE TLAXCALA**

### **PERIODO DE MONITOREO**

El artículo 73 del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, señala la obligatoriedad de realizar el monitoreo de medios de comunicación masiva electrónicos e impresos. 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; mismo que concluirá, como lo señala el mismo ordenamiento legal en el artículo 245, cinco días antes del registro de candidatos.

El periodo de monitoreo de campañas electorales será, como señala el artículo 301 del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, a partir del día siguiente de la publicación del registro de los candidatos y concluirá tres días antes al de la jornada electoral.

## OBJETIVO GENERAL

Dar seguimiento a la cobertura y tratamiento que brindan los espacios informativos en medios electrónicos (radio y televisión), a las precampañas y campañas electorales para Gobernador, Diputados Locales y Ayuntamientos en el estado de Tlaxcala; con la finalidad de medir el porcentaje de equidad que los medios electrónicos proporcionan a cada partido político, con miras a las elecciones ordinarias del 14 de noviembre del 2004.

## OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Realizar un seguimiento sistemático sobre el tiempo que otorgan los noticieros de radio y televisión a los diferentes aspirantes a candidatos y en su momento candidatos de los partidos políticos en precampaña y campaña electorales.
- Obtener una visión general del comportamiento de 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 precampaña y campaña.
- Identificar los recursos técnicos y humanos que designan los medios de comunicación para cada contendiente.

## INTEGRACIÓN DE LA MUESTRA

Para los fines del estudio que plantea el Instituto Electoral de Tlaxcala, se llevará a cabo el monitoreo de los siguientes espacios informativos y medios de comunicación:

## RADIO

ESTACION	NOTICIEROS	DÍAS DE TRANSMISIÓN	HORARIO
XETT RADIO TLAXCALA	SUCESOS	Lunes a viernes	7:30 hrs– 9:00 hrs 14:30 hrs - 15:00 hrs 19:00 hrs – 19:30 hrs
XHXZ FM CENTRO DE APIZACO	CENTRO INFORMATIVO	Lunes a viernes	8:00 hrs – 9:00 hrs.
		Lunes a viernes	14:00 hrs – 14:30 hrs.
		Lunes a viernes	19:00 hrs – 19:15 hrs.
XEHT RADIO HUAMANTLA	EN PUNTO	Lunes a viernes	8:00 hrs – 8:30 hrs 14:00 hrs – 14:30 rs
		sábados	8:00 hrs – 8:30 hrs
XHUTX RADIO UNIVERSIDAD	CAMPUS INFORMATIVO	Lunes a Viernes	7:30 hrs – 8:30 hrs 14:00 hrs – 15:00 hrs

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

En esta misma emisora se realizará el monitoreo de los cortes informativos del día sábado sólo en caso de que la Coordinación contemple incluir cobertura de candidatos en estos espacios.

**NOTA:** En caso de que se abran espacios informativos que puedan contener información o entrevistas con los aspirantes, se dará el seguimiento y se anexará a los espacios considerados para la medición.

## TELEVISIÓN

TELEVISORA	NOTICIERO	DIAS DE TRANSMISIÓN	HORARIO
CORACYT	SUCESOS	Lunes a viernes	15:00 hrs – 15:30 hrs. 20:00 hrs – 21:00 hrs.
CABLECOM	SISTEMA INFORMATIVO UNIVERSO 10	Lunes a viernes	8:00 hrs – 9:00 hrs 20:30 hrs – 21:00 hrs

## ASPECTOS QUE SE MEDIRÁN EN EL MONITOREO DE RADIO Y TELEVISIÓN

### 1.- MANEJO EQUITATIVO DE LOS TIEMPOS DE TRANSMISIÓN

En este concepto, durante el monitoreo se examinará la equidad en los tiempos de transmisión de la información correspondiente a cada partido político y sus aspirantes a candidatos y en su momento candidatos. Cuando se organicen debates dentro de los programas noticiosos, deberá medirse la participación de todos los partidos políticos contendientes.

### 2.- LA IMPORTANCIA DE LAS NOTICIAS

Ubicación y duración de la información sobre un partido político dentro del formato del noticiario, entendiendo a éste como el orden en que las noticias se presentan.

### 3.- VALORACIÓN DE LA NOTA

Deberá estudiarse la presentación de la información, es decir, si al anunciar o concluir una nota se presenta con o sin valoraciones por parte del conductor o el reportero, ya que lo ideal sería que fuera emitida como información pura, sin valoraciones, reflejando fielmente los hechos a que se refiera y evitando calificarlos en forma alguna. Sin duda, debería evitarse la editorialización de las notas informativas y el uso de las mismas tendientes a favorecer o perjudicar a algún aspirante a candidato y en su momento candidato o partido político.

En consecuencia, la objetividad es la descripción de un hecho sin valorarlo, sin clasificarlo y sin implicarse personal o institucionalmente en forma verbal.

#### 4- CALIDAD UNIFORME EN EL MANEJO DE LA INFORMACIÓN:

En los espacios noticiosos se verificará que al difundir las actividades de las precampañas y campañas políticas, se esté atendiendo o no a los criterios de uniformidad en el formato y en la calidad de los recursos técnicos utilizados por los medios de comunicación; de tal modo que se garantice un trato equitativo y, en su caso, igual a todos los partidos y sus aspirantes a candidatos y en su momento candidatos.

#### 5.- IGUALDAD EN LA APERTURA DE ESPACIOS PARA CADA PARTIDO POLÍTICO Y SU ASPIRANTE A CANDIDATO Y EN SU MOMENTO CANDIDATO.

En este aspecto, se contabilizarán las menciones que se hagan de cada aspirante a candidato y en su momento candidato, sumando éstas en tiempo acumulado a cada partido político.

#### 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 candidato 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*.
  - **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 en su momento candidatos.
- **SÓLO CITA:** Únicamente lectura de la información por parte del conductor, sin ningún tipo de apoyo.
- 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 aspirantes 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 aquellas que fueron negativas y aquellas que fueron positivas.
- 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 en cada periodo de quince días y en el acumulado.  
Se hará una que conjunte radio y televisión y una referente a radio y otra a televisión.

## 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. 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.

**VII.** Que una vez que ha sido analizado y discutido el contenido de los Lineamientos y Criterios Metodológicos para el Monitoreo de Medios de Comunicación Masiva, Impresos y Electrónicos, para Precampañas y Campañas Electorales, se proponen para su aprobación en cuanto al Metodología Aplicada a la Medición de los Espacios Otorgados por los Medios Impresos a las Campañas Electorales, en los siguientes términos:

#### **METODOLOGÍA QUE SE APLICARÁ A LA MEDICIÓN DE LOS ESPACIOS DE COBERTURA INFORMATIVA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS, RELATIVOS A PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS ELECTORALES**

##### **OBJETIVOS**

1. La información relativa a las precampañas y campañas electorales para renovar el poder Ejecutivo, el Congreso del Estado y los Ayuntamientos, publicada en los medios impresos de circulación local, será monitoreada de manera sistemática.
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 análisis, columna y artículo 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.

##### **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, 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.

## METODOLOGÍA

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 habla en la nota, a menos que en el mismo texto se incluya la versión del aludido.

Las notas a considerar en el monitoreo son:

- 1) Nota informativa elaborada por un reportero plenamente identificado.
- 2) Boletín informativo generado por el aspirante a candidato y, en su momento, el candidato, su comité de campaña o partido político.
- 3) Toda declaración formulada por los aspirantes a candidatos y, en su momento, los candidatos.
- 4) Notas que informen sobre actividades de precampaña y campaña, 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 precampaña y campaña. 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 generadas por los comités de precampaña y campaña electoral o las dirigencias de los partidos, en las que se informe de actividades de los aspirantes a candidatos o candidatos, aun cuando en la nota no haya declaraciones de éstos.
- 6) Notas o reportajes sobre debates o mesas de discusión donde participen precandidatos o candidatos.
- 7) Toda fotografía de aspirantes a candidatos o candidatos, incluido su respectivo pie de foto.
- 8) 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 candidato 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 pagada por los partidos políticos, aspirantes a candidatos o candidatos, que contengan la leyenda "inserción pagada por el partido político 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 medianín donde inicia el texto y hasta el medianín donde termina.
- 3) La superficie a medir abarca todo el cuerpo de la nota, incluidos: fotografías, pié 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 candidatos, pero la fotografía corresponda sólo a uno de ellos, la medida de ésta ha de contabilizarse aparte y sumada al área de texto del aspirante a candidato o candidato 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 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, 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 candidato”, “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 leer cuidadosamente la nota seleccionada a fin de detectar si en el cuerpo del texto, el encabezado, el pie de foto o la gráfica, existe alguna línea o párrafo donde el autor de la nota haga algún juicio de valor.
- II) Las notas se clasificarán en:
  - a) Notas sin juicio de valor.
  - b) Notas con algún juicio de valor, el que a su vez se clasificará en:
    - b.1) Positivo.
    - b.2) Negativo.
    - b.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) Sólo se considerará que hubo juicio de valor cuando quede completamente explícito; cuando se trate de insinuaciones o frases “indirectas” que no se deje en claro a quién se refiere, se clasificará como notas sin juicio de valor.
- V) Para clasificar las notas como con juicios de valor positivo o negativo, el comentario deberá ser muy claro, de tal forma que no quede duda si se denostó o exaltó a alguno de los aspirantes a candidatos, candidatos, partidos o actos de precampaña o

campaña. Si no es lo suficientemente claro, el juicio de valor se clasificará como neutral.

#### **CRITERIOS PARA CLASIFICAR NOTAS CON ALUSIÓN Y RÉPLICA DEL ALUDIDO**

1. La replica 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 replica del aludido, se contabilizará como nota para el aludido.

#### **INTEGRACIÓN DE LA MUESTRA**

Los diarios que integrarán la muestra en Tlaxcala son:

- A. SOL DE TLAXCALA
- B. SÍNTESIS
- C. LA JORNADA
- D. ABC NOTICIAS
- E. EL PERIODICO 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 y televisión y de medios impresos. 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 antes expuesto y fundado, se emite el siguiente:

---

#### **ACUERDO**

---

**PRIMERO.-** Se aprueba la Metodología para el Monitoreo de Medios de Comunicación Masiva, Impresos y Electrónicos, para Precampañas y Campañas Electorales.

**SEGUNDO.-** Se instruye a la Comisión de Medios de Comunicación Masiva y a la Unidad de Comunicación Social y Prensa, procedan a elaborar los formatos y la bitácora, que se

refieren en los apartados correspondientes a las variables y los respaldos de la presente Metodología.

**TERCERO.-** Publíquese la Metodología para el Monitoreo de Medios de Comunicación Masiva, Impresos y Electrónicos, para Precampañas y Campañas Electorales en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Tlaxcala y en la página Web del Instituto Electoral de Tlaxcala.

**CUARTO.-** Publíquese la aprobación del presente acuerdo en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Tlaxcala, en un diario de mayor circulación en la Entidad y en la página Web del Instituto.

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

**Lic. Jesús Ortiz Xilotl**  
**Presidente del Consejo General del**  
**Instituto Electoral de Tlaxcala**

**Lic. Angel Espinoza Ponce**  
**Secretario General del Consejo General**  
**del Instituto Electoral de Tlaxcala**