

ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO TLAXCALTECA DE ELECCIONES, POR EL CUAL SE APRUEBA LA METODOLOGÍA PARA EL MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA, IMPRESOS Y DIGITALES, PARA LOS PERIODOS DE PRECAMPAÑA Y CAMPAÑA DEL PROCESO ELECTORAL ORDINARIO 2015-2016.

ANTECEDENTES

1. Los artículos 116 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y 99 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, establecen que los organismos públicos locales electorales contarán con un órgano de dirección superior integrado por un Consejero Presidente y seis Consejeros Electorales, mismos que serán designados por el Consejo General del Instituto Nacional Electoral.
2. Con fecha veintiocho de agosto de dos mil quince, fue publicado en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Tlaxcala, el decreto 124, emitido por el Congreso del Estado de Tlaxcala, por el que se reforman diversas disposiciones de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tlaxcala, en materia electoral, entre los que se encuentra el artículo 95, el cual da vida jurídica al Instituto Tlaxcalteca de Elecciones.
3. El legislador permanente local aprobó la Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, misma que fue publicada en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Tlaxcala, con fecha tres de septiembre de dos mil quince, y su libro segundo establece lo concerniente al Instituto Tlaxcalteca de Elecciones.
4. Mediante Acuerdo INE/CG99/2015, del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, aprobó las convocatorias para la designación de las y los Consejeros Presidentes y las y los Consejeros Electorales de los organismos públicos locales de los estados de Aguascalientes, Baja California, Chihuahua, Coahuila, Durango, Hidalgo, Nayarit, Puebla, Quintana Roo, Sinaloa, Tamaulipas, Tlaxcala y Veracruz.
5. En sesión extraordinaria celebrada el dos de septiembre de dos mil quince, el Consejo General del Instituto Nacional Electoral, aprobó el Acuerdo INE/CG 813/2015, relativo a la designación de la Consejera Presidenta, las Consejeras y los Consejeros Electorales, del órgano superior de dirección del organismo público local del estado de Tlaxcala.
6. En Sesión Pública Solemne celebrada el día cuatro de septiembre de dos mil quince, se procedió a la instalación y toma de protesta a los nuevos integrantes del Consejo General del Instituto Tlaxcalteca de Elecciones, para que dieran inicio a sus funciones.
7. En Sesión Pública Extraordinaria celebrada por el Consejo General, el día dieciocho de septiembre de dos mil quince, se acordó la integración de la Comisión de Medios de

Comunicación Masiva, la cual quedó conformada en términos de lo dispuesto por el artículo 63 fracción III de la Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, de la siguiente manera: Presidente: Lic. Aldo Morales Cruz, Vocales: 1) Mtro. Norberto Sánchez Briones; y 2) Lic. Denisse Hernández Blas.

CONSIDERANDO

I. Competencia. Que el singular 20 de la Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, establece que el Instituto Tlaxcalteca de Elecciones es el depositario de la autoridad electoral de carácter político administrativo dentro del régimen interior del Estado; es responsable del ejercicio de la función estatal de preparación, organización, desarrollo, vigilancia y validez de los procesos de elección para renovar los poderes Legislativo y Ejecutivo del Estado, los Ayuntamientos y las Presidencias de Comunidad, y de la salvaguarda del sistema de partidos políticos y de los derechos político electorales de los ciudadanos; así como de los procesos de consulta ciudadana, de acuerdo con lo que prescriben la Constitución local y las leyes aplicables.

Que este Instituto es competente para emitir el presente Acuerdo en términos de los artículos 79 y 80 de la Ley de Partidos Políticos para el Estado de Tlaxcala, así como el artículo 51 fracción XXV de la Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, toda vez que establecen que, el monitoreo en los medios de comunicación masiva y su contenido se establecerá en la metodología que emita el Consejo General y que dicho monitoreo iniciará treinta días previos al inicio del proceso electoral, el Instituto Tlaxcalteca de Elecciones, a través de la Unidad de Comunicación Social y Prensa, realizará el monitoreo diario del contenido de por los menos seis periódicos locales, tres periódicos nacionales, revistas o gacetas informativas, y presentará al Consejo General el informe correspondiente, por periodos 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.

II. Organismo Público. De conformidad con los artículos 116, fracción IV, inciso b), de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 95 párrafos primero y tercero, de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tlaxcala, y 2 de la Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, el ejercicio de la función estatal electoral corresponde al Instituto Tlaxcalteca de Elecciones, y se rige por los principios de constitucionalidad, legalidad, imparcialidad, objetividad, equidad, certeza, profesionalismo, independencia y máxima publicidad.

Que los artículos 95 párrafo primero, de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tlaxcala, 19, 38 y 39 de la Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, establecen que el Instituto Tlaxcalteca de Elecciones, es un organismo público, autónomo e independiente en su funcionamiento y decisiones, de carácter permanente, profesional en su desempeño y dotado de personalidad jurídica, y 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.

III. Planteamiento. Que la Ley de Partidos Políticos para el Estado de Tlaxcala, en sus artículos 79 y 80, establece que el monitoreo en los medios de comunicación masiva y su contenido se establecerá en la metodología que emita el Instituto y que dicho monitoreo iniciará treinta días previos al inicio del proceso electoral. El Instituto Tlaxcalteca de Elecciones, a través de la Unidad de Comunicación Social y Prensa, realizará el monitoreo diario del contenido de por los menos seis periódicos locales, tres periódicos nacionales, revistas o gacetas informativas impresas y seis periódicos digitales locales, y presentará al Consejo General el informe correspondiente por periodos 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, en término de lo previsto por el artículo 51 fracciones XXV y XXXI, de la Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala.

IV. Análisis. Que a efecto de cumplir con el principio de certeza señalado en los artículos 95 párrafo tercero, de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tlaxcala, 2 de la Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, y toda vez que en el Proceso Electoral Ordinario 2015 - 2016, se elegirá Gobernador del Estado, Diputados Locales, Ayuntamientos y Presidentes de Comunidad, resulta necesario emitir la metodología que se describe en el Considerando que antecede.

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 por el artículo 80 de la Ley de Partidos Políticos para el Estado de Tlaxcala, han procedido a la elaboración de la Metodología para el Monitoreo de Medios de Comunicación Masiva, Impresos y Digitales, para Precampañas y Campañas Electorales, misma que ponen a consideración y aprobación del Consejo General en los siguientes términos:

METODOLOGÍA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA, IMPRESOS Y DIGITALES PARA LOS PERIODOS DE PRECAMPAÑA Y CAMPAÑA DEL PROCESO ELECTORAL LOCAL ORDINARIO 2015-2016.

1. POR MONITOREO SE ENTENDERÁ:

El monitoreo es el seguimiento especializado, cuantitativo y cualitativo, que realiza el Instituto Tlaxcalteca de Elecciones, a los Medios de Comunicación: Impresos e Internet, utilizado para detectar la propaganda de los actores políticos, en los procesos electorales en el Estado de Tlaxcala; en el que se identifica, registra, captura, procesa y presenta la información al Consejo General de las precampañas y campañas electorales.

La presente metodología tiene por objeto, establecer las directrices generales para desarrollar el Monitoreo indicativo a los Medios de Comunicación Impresos y en internet, un mes antes al inicio del Proceso Electoral Local Ordinario, es decir a partir del cuatro de noviembre de dos mil quince, para concluir el cuatro de junio de dos mil dieciséis; además de verificar que los diversos medios de comunicación masiva, ofrezcan a los partidos políticos, precandidatos y candidatos, igualdad, neutralidad y equidad en la contienda electoral, al otorgar la misma cantidad de espacios noticiosos, teniendo como marco los principios de

equidad e imparcialidad, para el Proceso Electoral Ordinario 2015 – 2016, en el que abarcará tanto la etapa de precampaña, como de campaña electoral.

Este monitoreo estará orientado a identificar la propaganda que sin hacer alusión expresa a un contenido político o electoral sea utilizada para promocionar o posicionar el nombre, imagen, o el logotipo que sirva para identificar a algún actor político, además servirá de base para garantizar equidad en la contienda y si fuera el caso para coadyuvar con el Instituto Nacional Electoral.

1.1. Para efectos de la presente Metodología, es aplicable y se entenderá lo siguiente:

a) Respecto a los ordenamientos jurídicos:

- I. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- II. Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tlaxcala.
- III. Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.
- IV. Ley General de Partidos Políticos.
- V. Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala.
- VI. Ley de Partidos Políticos para el Estado De Tlaxcala.

b) Respecto a los sujetos susceptibles de monitoreo:

- I. Actores políticos: Partidos políticos, coaliciones, aspirantes a candidatos independientes, precandidatos, candidatos registrados, dirigentes políticos, militantes, afiliados o simpatizantes, así como servidores públicos.
- II. Partidos Políticos: Partidos Políticos acreditados o con registro ante el Instituto Tlaxcalteca de Elecciones.
- III. Aspirantes a candidatos independientes: Los ciudadanos que pretendan postular su candidatura independiente y obtengan el registro del Instituto Tlaxcalteca de Elecciones, en términos de lo dispuesto en el artículo 296 de la Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala.
- IV. Candidatos registrados: Ciudadanos a quienes el Instituto les otorgue el registro como candidatos por un partido político, coalición, candidaturas comunes o candidatos independientes, para participar por un cargo de elección popular, en el proceso electoral local correspondiente.
- V. Coalición: Unión temporal de dos o más partidos políticos con fines electorales, en la que media un convenio.
- VI. Candidatura Común: Cuando dos o más Partidos Políticos, sin mediar coalición, registren el mismo candidato, formula o planilla de candidatos, por el principio de mayoría relativa.
- VII. Las autoridades y los servidores públicos: Las autoridades y los servidores públicos con función de mando en cualquiera de los poderes de la unión, de los poderes locales, los órganos de gobierno municipales, los órganos autónomos

y cualquier otro ente público.

La Ley de Partidos Políticos para el Estado de Tlaxcala, en su artículo 79 establece que:

“El monitoreo en los medios de comunicación masiva y su contenido se establecerá en la metodología que emita el Instituto. Dicho monitoreo iniciará treinta días previos al inicio del proceso electoral. El instituto, a través de la Unidad de Comunicación Social y Prensa o equivalente, realizará el monitoreo diario del contenido de por lo menos seis periódicos impresos locales, tres periódicos impresos nacionales, revistas o gacetas informativas impresas y seis periódicos digitales locales y presentará al Consejo General el informe correspondiente por periodos no mayores a quince días”.

Derivado de este ordenamiento legal, la Comisión de Medios de Comunicación Masiva en coordinación con el Área Técnica de Comunicación Social y Prensa elaboró la Metodología para el Monitoreo de espacios noticiosos. Por tal motivo el periodo del monitoreo de espacios noticioso empieza a partir del 4 de noviembre del 2015.

2. PERIODO DE MONITOREO

2.1 Precampañas

Tal y como lo establece el artículo 79 de la Ley de Partidos Políticos para el Estado de Tlaxcala, el monitoreo dará inicio treinta días previos al inicio del proceso electoral, el cual iniciará seis meses antes de la jornada electoral, conforme a lo establecido en el artículo 112 de la Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, y en cumplimiento al dispositivo antes citado, el periodo del monitoreo iniciará a partir del 4 de noviembre de dos mil quince, ante tales circunstancias, la Unidad de Comunicación Social y Prensa, se encontrará en posibilidad de dar seguimiento de los actos anticipados de precampaña y campaña, de aquellos ciudadanos aspirantes a algún puesto de elección popular que hayan iniciado actividades de posicionamiento que bien pudieran encuadrarse en el supuesto del artículo 125 de la Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, 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 esta Ley y a las demás disposiciones legales aplicables, así como a la normatividad interna del partido político de que se trate...”*.

2.2 Campañas

Como lo señala el artículo 166 de la Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, las campañas electorales podrán iniciar a partir del día siguiente de la publicación del registro de los candidatos y concluirá tres días antes al de la jornada electoral.

3 OBJETIVO GENERAL

Verificar a través de las publicaciones realizadas en los medios de comunicación masiva impresos y de internet que no se violente la normatividad electoral en las etapas de precampaña y campaña, en cumplimiento a los principios de equidad, durante el Proceso Electoral Ordinario 2015 – 2016, por parte de los institutos y actores políticos participantes.

4. METODOLOGÍA PARA MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS E INTERNET

4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

4.1.1 Monitorear la información de manera sistemática relativa a las precampañas y campañas electorales para renovar Gobernador del Estado, Diputados, Ayuntamientos y Presidentes de Comunidad, publicada en los periódicos impresos y periódicos digitales.

4.1.2 Realizar seguimiento sistemático del espacio que otorgan los medios de comunicación impresos y digitales a cada partido político, aspirante a candidato, candidato, coalición o candidatura común, con miras a las elecciones ordinarias del 5 de Junio del 2016.

4.1.3 Realizar la medición de los espacios que proporcionan los medios masivos de comunicación impresos y digitales a cada partido político, aspirante a candidato, candidato, coalición o candidatura común con miras a las elecciones ordinarias del 5 de Junio del 2016.

4.1.4 Obtener una visión general del comportamiento de los medios masivos de comunicación en relación con la información que emiten los partidos políticos, aspirantes a candidatos, candidatos o coaliciones.

4.1.5 Identificar los géneros periodísticos que designan los medios de comunicación masiva impresos y digitales para los partidos políticos, aspirantes a candidatos, candidatos o coaliciones.

4.2 INTEGRACIÓN DE LA MUESTRA DE PERIÓDICOS IMPRESOS

MEDIO LOCAL	PERIODICIDAD
SOL DE TLAXCALA	Diario
SINTESIS	Diario
ABC NOTICIAS	De lunes a viernes
LA JORNADA DE ORIENTE	De lunes a viernes
EL PERIODICO DE TLAXCALA	De lunes a sábado
LA NOTICIA	PENDIENTE

4.3 INTEGRACIÓN DE LA MUESTRA DE PERIÓDICOS IMPRESOS NACIONALES, REVISTAS O GACETAS INFORMATIVAS

MEDIO	PERIODICIDAD
La Jornada	MENSUAL
Reforma	MENSUAL
El universal	MENSUAL

4.4 INTEGRACIÓN DE LA MUESTRA DE PERIÓDICOS DIGITALES LOCALES

MEDIO	DIRECCION ELECTONICA	PERIODICIDAD
PULSO RED	http://pulsored.com.mx/web/	DIARIO
GENTE TLX	http://gentetlx.com.mx/	DIARIO
E CONSULTA TLAXCALA	http://e-tlaxcala.mx/	DIARIO
LINEA DE CONTRASTE	http://lineadecontraste.com/	DIARIO
POLITICA TLAXCALA	http://politicatlaxcala.com.mx/noticias/	DIARIO
COMUNICATE DIGITAL	http://www.comunicatedigital.com/	DIARIO
CUARTO DE GUERRA	http://www.elcuartodeguerra.com/	DIARIO
385° GRADOS	http://385grados.com/	DIARIO
AGENDA TLAXCALA	http://www.agendatlaxcala.com/2015/	DIARIO
ÍNDICE MEDIA	http://www.indicemedia.com.mx/	DIARIO
ZONA CRÍTICA	http://www.zonacritica.mx/#&panel1-3&panel2-3&panel3-1	DIARIO

4.5 VARIABLES Y CRITERIOS A MEDIR

4.5.1 Las variables que serán evaluadas en el monitoreo de medios de comunicación impresos y digitales 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 (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.

4.5.2 En el caso de los periódicos digitales se considerará también lo siguiente:

1. Imprimirá al 100% de la página o en A4 o carta.
2. Mención de la nota con liga.
3. Nota con foto.
4. Foto con pie de foto.

NOTA: Para el caso de periódicos digitales se imprimirá la nota y la foto en su caso y se mediará en centímetros cuadrados.

4.6 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 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 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 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. 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.

4.7 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, 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.
- 3) 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

4.8 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. En el caso de periódicos digitales se medirá la dimensión de la caja de texto, foto o pie de foto.
- 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 precandidatos 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 precandidatos 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 precandidatos 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.

4.9 CRITERIOS GENERALES DE UBICACIÓN DE PERIODICOS IMPRESOS

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: portada, 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; en caso de medios digitales serán las propias que cada medio maneje.

4.10 CRITERIOS GENERALES DE UBICACIÓN DE PERIÓDICOS DIGITALES

1. En el caso de los periódicos digitales la ubicación de la nota se refiere a la sección de la página o sitio.

4.11 CRITERIOS GENERALES PARA CLASIFICAR NOTAS CON FUENTE O SIN FUENTE

Las notas serán clasificadas en:

- a) Información atribuida a una fuente identificada;
- 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) 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 candidatos, 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.

4.12 CRITERIOS PARA CLASIFICAR LOS JUICIOS DE VALOR DENTRO DE LA NOTA

- I. El operador de monitoreo deberá analizar cuidadosamente la nota seleccionada a fin de detectar su juicio de valor hacia un aspirante o candidato.
- II. El juicio 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.

5. 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 Tlaxcalteca de Elecciones.

Se reportarán los datos de cada una de las variables, y se presentarán los resultados de todas las variables, cada una por el medio en el que se publicó, por número de notas y por espacio dedicado.

5.1 CRONÓGRAMA DE INFORMES DE MONITOREO DE MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES

Entrega de informes relativos al monitoreo de precampañas y campañas 2015 – 2016.

Proponer entrega los días miércoles y cortar los domingos con la finalidad de que la Unidad de Comunicación Social y Prensa integre el día lunes, la Comisión de Medios de Comunicación Masiva valide el martes y se presente al Consejo General los miércoles.

Número de Informe	30 días antes del inicio del proceso electoral		Entrega
	Inicio	Corte	
1° Informe	04/11/15	15/11/15	18/11/15
2° Informe	16/11/15	29/11/15	02/12/15
3° Informe	30/11/15	13/12/15	16/12/15
4° Informe	14/12/15	27/12/15	30/12/15
5° Informe	28/12/15	10/01/16	13/01/16
6° Informe	11/01/16	24/01/16	27/01/16
7° Informe	25/01/16	07/02/16	10/02/16
8° Informe	08/02/16	21/02/16	24/02/16
9° Informe	22/02/16	06/03/16	09/03/16
10° Informe	07/03/16	20/03/16	23/03/16
11° Informe	21/03/16	03/04/16	06/04/16
12° Informe	04/04/16	17/04/2016	20/04/2016
13° Informe	18/04/2016	01/05/2016	04/05/2016
14° Informe	02/05/2016	15/05/2016	18/05/2016
15° Informe	16/05/2016	29/05/2016	01/06/2016
16° Informe	30/05/16	5/06/16	08/06/2016
INFORME FINAL			08/06/2016

De conformidad con lo dispuesto en el contenido del artículo 79 de la Ley de Partidos Políticos para el Estado de Tlaxcala, se presentará ante el Consejo General el Informe correspondiente por períodos de 15 días, haciendo notar que se monitoreará de lunes a domingo.

Por lo 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 Digitales, para Precampañas y Campañas Electorales, contenida en el considerando IV del presente Acuerdo, para el Proceso Electoral Ordinario 2015 - 2016.

SEGUNDO. Téngase por notificados a los representantes de los partidos políticos presentes en esta sesión, y a los ausentes, notifíqueseles por conducto de la Secretaría Ejecutiva, en el domicilio que tienen señalado para tal efecto.

TERCERO. Publíquese el punto **PRIMERO** del presente Acuerdo en un diario de mayor circulación en la entidad, el contenido íntegro de la Metodología, en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado, y su totalidad, en la página web del Instituto Tlaxcalteca de Elecciones.

Así lo aprobaron por unanimidad de votos las y los Consejeros Electorales integrantes del Consejo General del Instituto Tlaxcalteca de Elecciones, en Sesión Pública Extraordinaria de fecha veintinueve de octubre de dos mil quince, firmando al calce la Consejera Presidenta y el Secretario Ejecutivo del Instituto Tlaxcalteca de Elecciones, con fundamento en el artículo 72 fracciones II y VIII, y Sexto Transitorio de la Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala. **Doy fe.**

Mtra. Elizabeth Piedras Martínez
Consejera Presidenta del
Instituto Tlaxcalteca de Elecciones

Ing. Reyes Francisco Pérez Prisco
Secretario Ejecutivo del
Instituto Tlaxcalteca de Elecciones