

CG 32/2012

**ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO ELECTORAL DE TLAXCALA,
POR EL QUE SE APRUEBAN LOS LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE
COMUNICACIÓN IMPRESOS, ELECTRÓNICOS Y DIGITALES PARA EFECTOS DE
FISCALIZACIÓN**

ANTECEDENTES

1. Con fecha treinta y uno de octubre de dos mil doce, en Sesión Ordinaria del Consejo General del Instituto Electoral de Tlaxcala, se aprobó el Acuerdo CG 23/2012, por el que se aprueba el calendario para el proceso electoral ordinario de dos mil trece, en el que se determina la fecha exacta de inicio del proceso electoral para elegir Diputados Locales, Ayuntamientos y Presidencias de Comunidad.
2. En fecha treinta y uno de octubre de dos mil doce, en Sesión Ordinaria del Consejo General del Instituto Electoral de Tlaxcala, se aprobó el Acuerdo CG 24/2012, por el que se aprueba la convocatoria a elecciones ordinarias del año dos mil trece en el Estado de Tlaxcala, para elegir Diputados Locales, Ayuntamientos y Presidencias de Comunidad.
3. Por Decreto número 126, de veintinueve de noviembre de dos mil doce, la LX Legislatura del Honorable Congreso del Estado de Tlaxcala, designó a los ciudadanos que actualmente integran el Consejo General del Instituto Electoral de Tlaxcala y a la Consejera Presidente para el período comprendido del primero de diciembre de dos mil doce al treinta de noviembre de dos mil quince, quienes rindieron la protesta correspondiente.
4. Mediante el acuerdo del Consejo General del Instituto Electoral de Tlaxcala CG 27/2012, se determinaron los lineamientos de la metodología para el monitoreo de medios de comunicación masiva, impresos, y tales, para precampañas y campañas electorales, para el proceso electoral 2013.

CONSIDERANDO

- I. Los artículos 116, fracción IV, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 95 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, dispone que el ejercicio de la función estatal electoral, se rige por los principios de constitucionalidad, certeza, legalidad, autonomía, independencia, imparcialidad, equidad, objetividad y profesionalismo.

II. Los artículos 95 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, establecen que la organización, dirección, vigilancia y 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. De acuerdo con los artículos 95 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tlaxcala, 152 y 153 del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, 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. El artículo 175 fracción VI del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, establece que 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. Acorde al contenido del artículo 67 del código electoral invocado, durante las precampañas y campañas electorales, los espacios contratados por los partidos políticos o coaliciones, en medios de comunicación impresos y electrónicos, serán fiscalizados por el Consejo General conforme a los lineamientos que para tal efecto emita; pudiendo requerir en todo momento la información oportuna y detallada sobre la contratación que realicen los partidos políticos o coaliciones con los medios de comunicación citados. En consecuencia, es procedente emitir los Lineamientos de Monitoreo de Medios de Comunicación Impresos, Electrónicos y Digitales para efectos de Fiscalización, en los siguientes términos:

LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS, ELECTRÓNICOS Y DIGITALES PARA EFECTOS DE FISCALIZACIÓN.

PRESENTACIÓN

El Instituto Electoral de Tlaxcala encargado de la organización, dirección, vigilancia y desarrollo de los procesos electorales en nuestro Estado está obligado a incorporar reformas que puntualicen y que vigilen algunas de las principales características y atributos del régimen que actualmente regula el financiamiento de los partidos políticos, de entre las que se pueden señalar: la prevalencia del financiamiento público sobre el privado, las prohibiciones de aportaciones de personas no identificadas, el establecimiento de nuevos límites al financiamiento de simpatizantes, y una mejor fiscalización del origen, manejo y destino de los recursos de los partidos políticos, mediante la creación de un programa especializado a través de la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos, Administración y Fiscalización en coordinación con la Comisión de Medios de Comunicación Masiva a través de la Unidad de Comunicación Social y Prensa del Instituto Electoral de Tlaxcala.

JUSTIFICACIÓN

Es importante informar que los partidos políticos que cuentan con registro ante el Instituto Electoral de Tlaxcala, reciben financiamiento público y privado para el desarrollo de las actividades tendientes a la obtención del voto; que el papel de la propaganda electoral en medios de comunicación masiva en nuestros días es notorio a tal grado que la sociedad conoce a los candidatos a puestos de elección popular y sus programas de gobierno a través de ellos; que el Instituto Electoral de Tlaxcala verificará que los recursos públicos y privados se apliquen a los fines que la ley establece, lo cual implica la vigilancia, control, revisión y evaluación de la aplicación de los recursos públicos a través de la fiscalización.

SUSTENTO JURÍDICO

El monitoreo para efectos de fiscalización tiene su fundamento en los siguientes artículos: 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 95 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tlaxcala; y 1, 2, 67, 68, 69, 72, 112 Fracciones V y VII, 245, 250, 252, 253, 317, 319, 320, 321, 322 y 323 del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala.

OBJETIVO GENERAL

Realizar el monitoreo de medios impresos, electrónicos y digitales con fines de fiscalización, con la finalidad de cuantificar la propaganda electoral difundida por los mismos, mediante las reglas establecidas en la presente metodología y cualquier otra que determine la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos, Administración y Fiscalización.

PERIODO DE MONITOREO DE FISCALIZACIÓN

Del uno (01) de enero al siete (07) de julio de dos mil trece (2013).

MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES

El artículo 67, párrafo segundo, del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, establece la facultad del Consejo General para requerir en todo momento información oportuna y detallada sobre la contratación que en términos legales realicen los partidos políticos o coaliciones con los medios de comunicación impresos y digitales.

Al mismo tiempo, en el artículo 68 del Código citado, establece la obligación a cargo del Presidente del Instituto Electoral de Tlaxcala de solicitar a más tardar dos meses antes del inicio del proceso electoral a los medios de comunicación masivos, impresos y digitales, proporcionen un catálogo de espacios y tarifas correspondientes disponibles para su compra por los partidos políticos para el periodo que comprende la precampaña y campaña electoral, para el presente caso la que ocurrirá en el año dos mil trece (2013).

Derivado de lo anterior, la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos, Administración y Fiscalización del Instituto Electoral de Tlaxcala en conjunto con la Unidad Técnica de Comunicación Social y Prensa del mismo órgano electoral, han determinado que el monitoreo de fiscalización se desarrollará identificando las publicaciones de cada ejemplar

impreso, midiendo, registrando y contabilizando cada publicación hasta entregar un informe final al concluir el periodo de monitoreo de fiscalización mismo que la Unidad de Comunicación Social y Prensa proporcionará en tiempo y forma a la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos, Administración y Fiscalización del Instituto Electoral de Tlaxcala, quien vigilará que no se rebasen los topes de precampaña y campaña del proceso electoral del dos mil trece, así como las infracciones a disposiciones aplicables en la materia.

Posteriormente, para dar cumplimiento a lo anterior, la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos, Administración y Fiscalización del Instituto Electoral de Tlaxcala efectuará una compulsa entre el catálogo de tarifas de los medios de comunicación masiva y el informe final que resulte de la medición de las publicaciones, elaborado por la Unidad de Comunicación Social y Prensa de este Instituto Electoral, con el objetivo de dar cumplimiento al artículo 67 del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales del Estado de Tlaxcala.

Para el caso de que los medios de comunicación impresos y digitales que por cualquier motivo no entreguen el catálogo de tarifas correspondientes a que se refiere el artículo 68 del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos, Administración y Fiscalización en coordinación con la Dirección de Prerrogativas, Partidos Políticos, Administración y Fiscalización, en uso de las facultades que le otorga el artículo 112 del código electoral local, se allegará de los elementos necesarios para determinar los costos de mercado de los espacios en medios impresos y digitales de que se trate, con la finalidad de salvaguardar los bienes tutelados por las normas jurídicas existentes en materia de fiscalización, esto es, sumar a los gastos de precampaña y campaña los montos que resulten conforme al procedimiento señalado, garantizando así la equidad en el proceso electoral a celebrarse en el Estado de Tlaxcala, durante el año dos mil trece.

De igual forma la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos, Administración y Fiscalización, en caso de detectar una irregularidad al compulsar las facturas cuyo concepto sea por contratación de espacios en medios impresos y digitales proporcionadas a este órgano electoral, por los partidos políticos, coaliciones, o candidatos y la cantidad de publicaciones detectadas en el monitoreo, procederá a informar dicha anomalía al Consejo General, quien por conducto de quien corresponda, solicitará a los diversos medios de comunicación masiva impresos, el contrato de prestación de servicios y factura original testimonio que celebraron con los partidos políticos o coaliciones, así como información detallada y específica de acuerdo al artículo 67 el cual a la letra señala lo siguiente:

“Durante las precampañas y campañas electorales, los espacios contratados por los partidos políticos o coaliciones, en medios de comunicación electrónicos e impresos, con excepción de radio y televisión, serán fiscalizados por el Consejo General conforme a los lineamientos que para tal efecto emita.”

En ese orden de ideas, el párrafo segundo del dispositivo antes mencionado faculta el Consejo General para requerir en todo momento información oportuna y detallada sobre la contratación que en términos de tal artículo, realicen los partidos políticos o coaliciones con los medios de comunicación electrónicos e impresos.

Los presentes lineamientos describen la información detallada que en caso de ser solicitada deberá ser presentada por los Medios de Comunicación Masiva impresos y digitales.

A continuación se describe dicha información:

- a) Monto total del contrato.
- b) Duración del contrato.
- c) Pauta o calendario de publicación de los diseños de propaganda.
- d) El medio de comunicación deberá especificar las medidas de los diseños en medios de comunicación impresa y/o digitales.
- e) Tarifas con sus respectivas variantes de las publicaciones aplicables en dicho contrato.

PARA MEDIOS IMPRESOS, EN LA MODALIDAD DE: PERIÓDICOS, REVISTAS O GACETAS, SE ESPECIFICARÁ:

Tamaño: una plana, una plana color, media plana, media plana color, roba plana, roba plana color, cuarto de plana, cuarto de plana color, octavo de plana, octavo de plana color, oreja, oreja primera plana, oreja primera plana color, oreja interiores, pie de primera plana, portada, contraportada, interior portada, interior contraportada, cintillo, cintillo color, página interior, dos tercios, un tercio u otra medida especial. La ubicación de la publicación; especificar sección, página par o impar, superior o inferior, cargado a la derecha o izquierda.

PARA MEDIOS DIGITALES SE ESPECIFICARÁ:

En este caso los medios de comunicación deberán proporcionar al Consejo General de este órgano colegiado las medidas exactas de los espacios que ofrecen para la venta, así como enunciar las diferentes variables resultantes de dichos espacios con su respectivo costo, por ejemplo, si es banner fijo o con movimiento, musicalizado, con locución o con jingle.

Así como ubicación del banner, es decir; especificar sección, especificar si su publicación es fija o de carrusel, en esta última especificar número de repeticiones por hora. En la web se ubica en el extremo superior izquierdo, derecho y su orden de aparición: superior, media o inferior, así como el tamaño.

VARIABLES DEL MONITOREO DE FISCALIZACIÓN DE MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES.

Para efectos del monitoreo de fiscalización se considerarán las contiendas a todos los cargos de elección popular a desarrollarse en el dos mil trece (2013). En periódicos impresos y digitales se considerarán todas aquellas publicaciones de propaganda en la que se identifique a alguno de los partidos políticos, coaliciones y candidatos respecto de alguno de los cargos de elección popular para promover sus candidaturas buscando obtener el voto.

Los resultados del registro de las publicaciones de propaganda en medios impresos en sus modalidades de: periódicos, revistas, gacetas; así como en los medios comunicación digitales se concentrarán a través de una base de datos cuyo formato y contenido es el siguiente:

- Nombre del candidato: será el nombre que aparezca en la publicación y posteriormente en la base de datos electrónica, se anotará el nombre que tenga registrado ante el Instituto. En aquellos casos en que aparezca más de un candidato se registrará el nombre del partido político o coalición de que se trate.
- Puesto de elección popular: se deberá anotar el puesto de elección popular por el que se postula el candidato. En su caso, se deberá anotar el Distrito Electoral y/o el Ayuntamiento referido.
- Tamaño de la publicación: periódicos impresos, revistas y gacetas. De acuerdo a los criterios generales empleados por el Instituto, tenemos que pueden ser de:

Tamaño de	Publicación
Una plana	Cintillo color
Una plana color	Oreja
Media plana	Oreja primera plana
Media plana color	Oreja primera plana color
Cuarto de plana	Oreja interiores
Cuarto de plana color	Robaplana
Octavo plana	Robaplana color
Octavo plana color	Pie de primera plana
Cintillo	Otro

- Cuando el espacio contabilizado de la publicación no coincida exactamente con las medidas anteriores, se tomará la medida más cercana para su registro.
- Tipo de la publicación en periódicos digitales: de acuerdo a los criterios generales empleados por el Instituto, tenemos que pueden ser de:

VARIABLES DEL ESPACIO CONTRATADO SEGUN ESPECIFICACIONES DEL CATÁLOGO DE TARIFAS EN MEDIOS DIGITALES

- **Banner fijo.**
- **Banner con movimiento.**
- **Duración del banner.**
- **Banner con locución.**
- **Banner musicalizado**
- **Banner con jingle.**
- **Banner en encabezado general de la página web.**
- **Banner en columna derecha o izquierda de la web.**
- **Banner al final de la página web.**
- **Banner con liga a otra web.**
- **Periodo de aparición del Banner.**
- **Video.**
- **Liga a otra página de video con proyección en la misma página.**
- **Tamaño del banner.**

- Partido político o coalición: se deberá registrar el partido político o coalición que postula al candidato.
- Identificar y medir en centímetros cuadrados la publicación, tomando el modelo de base por altura y registrar de acuerdo a la categoría y tamaño de cada medio.
- Registrar el lema o eslogan del candidato, o algún enunciado contenido en la propaganda para su identificación.
- Ficha de seguridad: se deberá anotar el nombre y firma del operador de monitoreo, nombre y firma del coordinador y fecha de elaboración del formato.
- Las publicaciones de propaganda en periódicos digitales, donde intervengan más de un candidato, deberán ser contabilizadas (espacio y tiempo) y se dividirá en partes iguales.
- El periodo de aparición del banner: Se deberá registrar la hora de aparición del banner.
- Estado del banner: Se deberá registrar si el banner es con movimiento o fijo, musicalizado, con locución o con jingle.
- Ubicación de la publicación en periódicos digitales: se especificará la sección donde está publicada la propaganda, identificándose por el orden de aparición de la información con base a las siguientes categorías:
 1. Superior: ubicada en la primera tercera parte de la sección.
 2. Medio: ubicada en la segunda tercera parte de la sección
 3. Inferior: ubicada en la última tercera parte o final de la página.
- Publicación con foto del candidato y especificar si es foto con pie de foto.
- Número de apariciones.
- Costo de la publicación de acuerdo al catálogo de espacios y tarifas previamente otorgado por el medio de que se trate.
- Número de apariciones.

VARIABLES A CONSIDERAR EN EL FORMATO PARA MEDICIÓN DE MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES:

Registrar manualmente en el formato los siguientes datos:

- a. Nombre del medio
- b. Fecha de publicación.
- c. Precandidato o Candidato (Nombre).
- d. Partido Político o Coalición.

- e. Elección.
- f. Lugar de Elección (Distrito Electoral o Municipio).
- g. Espacio Contratado: Sección, Base, Altura.
- h. Variables de espacio contratado.
- i. Tamaño.
- j. Cantidad de espacio contratado.
- k. Costo unitario del espacio contratado.

Cabe mencionar que existe la posibilidad de alteración en el inciso h), dependiendo de las variables que cada medio de comunicación establezca en su catálogo de tarifas.

INTEGRACIÓN DEL UNIVERSO

INTEGRACIÓN DE LA MUESTRA DE PERIÓDICOS IMPRESOS

MEDIO LOCAL	PERIODO DE MONITOREO	PERIODICIDAD
SOL DE TLAXCALA	01-enero-13 al 07-julio-13	Diario
SÍNTESIS	01-enero-13 al 07-julio-13	Diario
ABC NOTICIAS	01-enero-13 al 07-julio-13	Diario
EL PERIODICO DE TLAXCALA	01-enero-13 al 07-julio-13	Diario
LA NOTICIA	01-enero-13 al 07-julio-13	Diario
LA JORNADA DE ORIENTE	01-enero-13 al 07-julio-13	Diario
EL REFORMA	01-enero-13 al 07-julio-13	Diario
EL UNIVERSAL	01-enero-13 al 07-julio-13	Diario

INTEGRACIÓN DE LA MUESTRA DE REVISTAS IMPRESAS

MEDIO	PERIODO DE MONITOREO	PERIODICIDAD
TRASFONDO VERTICE	01-enero-13 al 07-julio-13	MENSUAL
	01-enero-13 al 07-Julio-13	MENSUAL
MOMENTO	01-enero-13 al 07-julio-13	MENSUAL
ECOSS Y EXPRESION	01-enero-13 al 07-julio-13	SEMANAL
LIDERAZGO	01-enero-13 al 07-julio-13	MENSUAL
EL GRITON	01-enero-13 al 07-julio-13	SEMANAL
CONTRAPODER	01-enero-13 al 07-julio-13	MENSUAL

INTEGRACIÓN DE LA MUESTRA DE PERIÓDICOS DIGITALES

MEDIO	PERIODO DE MONITOREO	DIRECCION ELECTRONICA
Pulso red	01-enero-13 al 07-julio-13	http://www.pulsored.mx/renovado/
e-consulta	01-enero-13 al 07-julio-13	http://www.e-consulta.com/tlaxcala/
Communicate digital	01-enero-13 al 07-julio-13	http://www.comunicatedigital.com/
Gente tlx	01-enero-13 al 07-julio-13	http://www.gentetlx.com
Cuarto de guerra	01-enero-13 al 07-julio-13	http://www.elcuartodeguerra.com
Código Tlaxcala	01-enero-13 al 07-julio-13	http://www.codigotlaxcala.com
Índice media	01-enero-13 al 07-julio-13	http://www.indicemedia.com.mx
Agenda Tlaxcala	01-enero-13 al 07-julio-13	http://www.agendatlaxcala.com
Sol de Tlaxcala	01-enero-13 al 07-julio-13	http://www.elsoldetlaxcala.com.mx/
La polilla digital	01-enero-13 al 07-julio-13	http://www.lapolilla.infored.mx

NOTA: Aquellos medios impresos que tengan página web en los que se incluya publicidad de precandidatos o candidatos de partidos políticos y coaliciones, deberá hacerse el monitoreo conforme a las reglas de los periódicos digitales.

VITRINA METODOLÓGICA PARA MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES.

La unidad a medir es el desplegado, relativo a propaganda de precampañas y campañas electorales.

El espacio le será atribuido al partido o candidato beneficiado con el 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.

En periódicos, revistas y gacetas impresas se adquirirá un ejemplar de cada medio, mismo que estará a resguardo de la Unidad de Comunicación Social y Prensa de este Órgano Electoral previendo su posible requerimiento a futuro.

En periódicos digitales diariamente se imprimirá pantalla digital en JPG de las páginas generales o locales del medio o donde se identifique la publicación de propaganda, y será almacenado en carpetas digitales especificando; medio al que pertenece y fecha de captura. Para el acto de monitoreo se imprimirá en hoja tamaño A4 al 100% para que pueda ser medida en centímetros cuadrados.

INFORMACIÓN QUE HA DE TOMARSE EN CUENTA

Publicaciones pagadas por dirigentes o personalidades de partidos políticos, en las cuales el tema tratado sea el de persuadir a las masas sobre aspirantes a candidatos, candidatos

o coaliciones en periodo de precampañas y campañas electorales del dos mil trece (2013).

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. La superficie a medir abarca todo el cuerpo de la publicación.
3. El área de las publicaciones referentes a más de un precandidato, candidato o coalición serán divididos en partes iguales entre todos los participantes.
4. Cuando la publicación 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 la publicación del aspirante a candidato o candidato que corresponda.

CRITERIOS GENERALES DE UBICACIÓN DE PERIÓDICOS IMPRESOS

1. La ubicación del desplegado se refiere a la página y sección en que fue publicada.
2. La ubicación de la página se clasificará en: primera, segunda o tercera, y así sucesivamente. El desplegado será clasificado en la página donde aparezca. Así como el lugar que ocupe superior derecha superior izquierda, inferior derecha, inferior izquierda o centro-centro, centro derecho y centro izquierdo.
3. Las secciones serán divididas en: local, nacional, e internacional; deportes; espectáculos, sociales; y suplementos especiales.

FISCALIZACIÓN SOBRE COSTOS DE PRODUCCIÓN EN RADIO Y TELEVISIÓN

De conformidad con el artículo 41, Base III, Apartado A de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el Instituto Federal Electoral será la autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al estado en radio y televisión tanto a nivel federal como de las entidades federativas, la distribución de los tiempos entre los partidos políticos incluyendo a los de registro local se realizará de acuerdo a los criterios señalados en dicho precepto legal.

En base al artículo 66, párrafo primero del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala, los costos que se originen por concepto de producción de los mensajes de radio y televisión serán contabilizados como gastos de precampaña y campaña de los partidos políticos, por lo cual serán objeto de fiscalización por parte del Instituto Electoral Local; derivado de lo anterior y con fundamento en el artículo 112 del código electoral en cita, la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos, Administración y Fiscalización del Instituto Electoral de Tlaxcala, ha determinado que el monitoreo de fiscalización para medios electrónicos, se llevará a cabo mediante solicitud que se realice al Instituto Federal Electoral, en la cual se pida un informe sobre el número

de spots remitidos por cada partido político para su difusión respecto a las pautas aprobadas por dicha autoridad federal electoral, desde el inicio de la precampaña y hasta el día de la jornada electoral correspondiente al proceso electoral dos mil trece.

Una vez obtenida dicha información la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos, Administración y Fiscalización, efectuará una compulsa que dé certeza de la coincidencia entre lo reportado y lo transmitido en los medios electrónicos, vigilando que no se rebasen los topes de gastos de precampaña y campaña del proceso electoral de dos mil trece, así como que no se violen otras disposiciones en materia de fiscalización.

En este orden de ideas, los partidos políticos se encuentran obligados a reportar todos los gastos que realicen durante las precampañas y campañas electorales, los cuales incluyen los gastos de producción de mensajes en radio y televisión; sin embargo, el Instituto Electoral de Tlaxcala por medio de la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos, Administración y Fiscalización, en caso de detectar una irregularidad en la compulsa o por cualquier otra circunstancia que se considere suficiente, solicitará a las personas físicas o jurídicas que correspondan, proporcionen los costos u otros datos que pudieran resultar necesarios para la fiscalización de los egresos de los institutos políticos. Los datos obtenidos en la forma señalada serán considerados al momento de realizar la revisión, auditoría, verificación y fiscalización de los ingresos y egresos de los partidos políticos a que se refiere el numeral 104 del Código de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Tlaxcala.

PRESENTACIÓN DE LOS INFORMES

Los informes cualitativos y cuantitativos estarán clasificados por cada medio de comunicación establecido en el universo de los presentes Lineamientos de Fiscalización.

Para efecto de eficientar la función fiscalizadora del Instituto Electoral de Tlaxcala, deberán entregarse los siguientes informes parciales:

- Informe de monitoreo del periodo anterior a las precampañas electorales (del uno de enero de dos mil trece a la fecha de inicio de la precampaña electoral de que se trate)
- Informe de monitoreo de precampañas electorales en su caso, conforme al partido político de que se trate.
- Informe de monitoreo del periodo que transcurra del día siguiente al de la conclusión de la precampaña electoral de que se trate al de inicio de la correspondiente campaña electoral.
- Informe de monitoreo de campañas electorales.
- Informe de monitoreo del periodo de veda electoral (tres días antes del día de la elección) y de jornada electoral.

La Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos, Administración y Fiscalización, en su caso, proporcionará al órgano encargado del monitoreo los datos necesarios para determinar los plazos materia de los informes parciales; en ese sentido la Unidad de Comunicación Social y Prensa deberá entregar los informes parciales dentro del plazo que le señale la Comisión mencionada.

Además de los informes parciales, deberá entregarse un informe general de monitoreo de medios de comunicación impresos, electrónicos y digitales para efectos de fiscalización a la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos, Administración y Fiscalización del Instituto Electoral de Tlaxcala, el lunes trece (13) de julio del dos mil trece (2013).

Por lo expuesto y fundado, se emite el siguiente:

A C U E R D O

PRIMERO. Se aprueban los Lineamientos de Monitoreo de Medios de Comunicación Impresos, Electrónicos y Digitales para efectos de Fiscalización.

SEGUNDO. Se faculta a la Consejera Presidente del Consejo General del Instituto Electoral de Tlaxcala, proveer lo necesario para la difusión de los presentes Lineamientos.

TERCERO. Publíquese el punto PRIMERO del presente acuerdo en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado y la totalidad del mismo en la página web del Instituto Electoral de Tlaxcala.

Así lo aprobaron por Unanimidad de votos los Consejeros Electorales integrantes del Consejo General del Instituto Electoral de Tlaxcala, en Sesión Pública Ordinaria de fecha veintinueve de diciembre de dos mil doce, firmando al calce la Consejera Presidente 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. Eunice Orta Guillén
Consejera Presidente del Consejo
General del Instituto Electoral de
Tlaxcala

Ing. Reyes Francisco Pérez Prisco
Secretario General del
Instituto Electoral de Tlaxcala