



INFORME SOBRE LA VALORACIÓN DE LA ACTUACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MONITOREADOS DURANTE EL PERIODO DE CAMPAÑAS ELECTORALES, ASÍ COMO LAS RECOMENDACIONES DERIVADAS DEL INFORME FINAL DE MONITOREO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS Y ELECTRÓNICOS, COMPENDIDO DEL 07 DE MAYO AL 05 DE JULIO DE 2009.

INFORME DE MONITOREO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS Y ELECTRÓNICOS QUE RINDE LA COMISIÓN DE ACCESO A MEDIOS, PROPAGANDA Y DIFUSIÓN AL CONSEJO GENERAL

El artículo 41, numeral III, apartado B de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, establece que *“Para fines electorales en las entidades federativas, el Instituto Federal Electoral administrará los tiempos que correspondan al Estado en radio y televisión en las estaciones y canales de cobertura en la entidad de que se trate”*.

El Instituto Electoral del Estado de México con base en el artículo 66 del Código Electoral del Estado de México tiene como atribución vigilar que el contenido de los mensajes con fines electorales relacionados con los comicios locales, transmitidos por radio y televisión en el territorio estatal, se ajusten a lo establecido en la ley.

Para dar cumplimiento a lo anterior, el propio Código Comicial ordena la realización de monitoreos por parte del Consejo General, a través de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión en cuanto a los siguientes rubros:

- a) Monitoreo cuantitativo en medios de comunicación impresos y electrónicos.
- b) Monitoreo cualitativo en medios de comunicación impresos y electrónicos.

La Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión para este proceso electoral y durante el periodo de campañas electorales se constituyó en el órgano encargado de realizar este tipo de monitoreo, auxiliándose para esta actividad de la empresa “Verificación y Monitoreo S.A. de C.V.” contratada mediante procedimiento de Licitación Pública Nacional, quién llevó a cabo el monitoreo a la radio, televisión, medios impresos e Internet. La Dirección de Partidos Políticos estuvo en contacto permanente para hacer las observaciones correspondientes a los informes presentados por la empresa.

La empresa “Verificación y Monitoreo S.A. de C.V.” presentó y entregó a los integrantes de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión cuatro informes quincenales, un extraordinario y un final, en los que reportó el monitoreo cuantitativo y cualitativo de los medios monitoreados.

El informe de acuerdo a la *ratio legis* de la propia norma, tiene como finalidad poder detectar una incorrecta actuación por parte de los medios de comunicación al difundir mensajes con contenido que vaya en contra de la normatividad electoral.

Cabe destacar que la primera parte del artículo 66 del Código, únicamente acota la atribución del Instituto para vigilar el contenido de los mensajes transmitidos en radio y televisión, mientras que el segundo párrafo alude al seguimiento de notas informativas en medios de comunicación impresos y electrónicos.

No obstante lo anterior, la propia ley ordena que el informe que rinda la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión debe contener la valoración de los mensajes transmitidos a los medios de comunicación impresos y electrónicos monitoreados.

Es de resaltar que en la Acción de Inconstitucionalidad 113/2008, resuelta el año pasado por la Suprema Corte de Justicia de la Nación al analizar la constitucionalidad del artículo 66 del Código Electoral del Estado de México, se indicó:

“... el actual texto del artículo 41 de la Constitución Federal erige al Instituto Federal Electoral como autoridad única y exclusiva a nivel nacional, para la administración de los tiempos que corresponden al Estado en radio y televisión en las estaciones y canales de cobertura tanto nacional como en las entidades federativas, para el efecto de brindar a los partidos políticos el acceso permanente a dichos medios y durante ese tiempo, ya sea en periodo de proceso electoral o fuera de él.

De igual forma, el texto constitucional prohíbe a los Partidos Políticos utilizar en su propaganda política o electoral expresiones denigrantes para las instituciones o para los propios partidos, o que calumnien a las personas; y autoriza la suspensión de toda propaganda gubernamental durante las campañas electorales y hasta la conclusión de las jornadas comiciales, señalando las únicas excepciones admisibles.” (Diario Oficial de la Federación, Miércoles 28 de enero de 2009)

En esa tesitura, de una interpretación sistemática de la norma electoral mencionada, se puede deducir que la finalidad del monitoreo a medios impresos y electrónicos, es la siguiente:

a) Vigilar que el contenido de los mensajes se ajusten a lo establecido en la ley, principalmente en cuanto a los siguientes parámetros (monitoreo cuantitativo):

- Que se observe la equidad entre los actores políticos en los mensajes.
- Que no se observe calumnia, injuria o diatriba en los mensajes.

Es así que, derivado del Informe Final presentado por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V. se realizó un análisis para poder dar una opinión sobre el comportamiento que tuvieron los concesionarios y permisionarios de las emisoras de radio y televisión.

1. El comparativo efectuado para conocer la diferencia entre la pauta de los partidos políticos entregada por el Instituto Federal Electoral a las emisoras de radio y televisión, así como lo que realmente se transmitió.

Es por ello que la Dirección de Partidos Políticos a través de la Secretaría Técnica de la CAMPyD, analizó los informes para verificar las diferencias existentes entre ambas y poder así establecer la existencia o no de la equidad de los mensajes entre los actores políticos, lo que da como resultado lo siguiente:

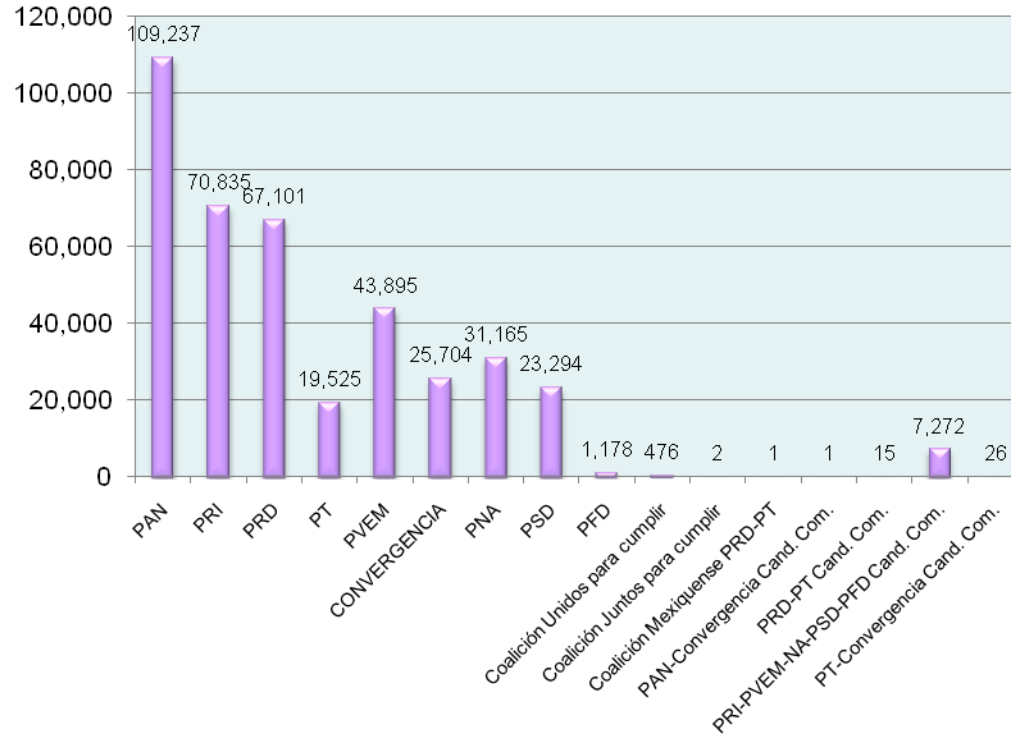
MONITOREO CUANTITATIVO

Presencia de los partidos políticos en los medios de comunicación

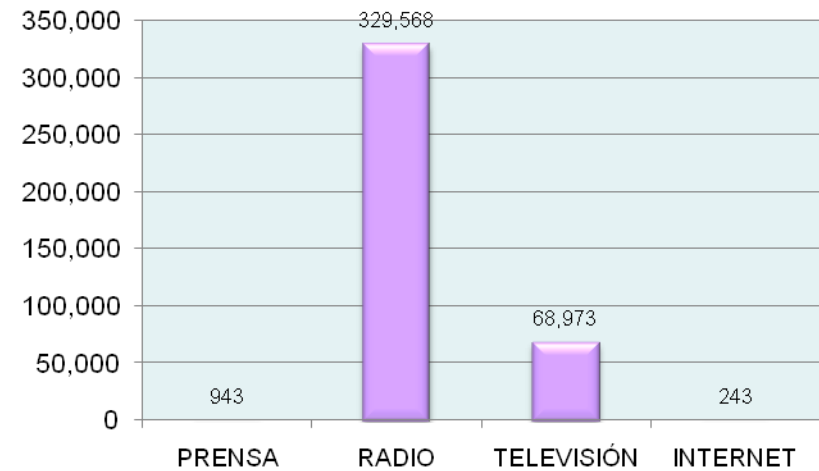
PARTIDO/COALICIÓN	PRENSA	RADIO	TELEVISIÓN	INTERNET	Total
PAN	380	88,710	20,100	47	109,237
PRI	68	58,912	11,819	36	70,835
PRD	128	57,754	9,164	55	67,101
PT	54	16,486	2,971	14	19,525
PVEM	75	36,424	7,396		43,895
CONVERGENCIA	30	20,389	5,276	9	25,704
PNA	1	25,457	5,707		31,165
PSD	1	19,024	4,233	36	23,294
PFD	1	887	290		1,178
Coalición Unidos para cumplir	44		389	43	476
Coalición Juntos para cumplir	1			1	2
Coalición Mexiquense PRD-PT				1	1
PAN-Convergencia Cand. Com.	1				1
PRD-PT Cand. Com.	15				15
PRI-PVEM-NA-PSD-PFD Cand. Com.	118	5,525	1,628	1	7,272
PT-Convergencia Cand. Com.	26				26
Total	943	329,568	68,973	243	399,727

Presencia de los partidos políticos en los medios de comunicación

SPOTS








MEDIOS



INFORME SOBRE LA VALORACIÓN DE LA ACTUACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ANÁLISIS COMPARATIVO DEL MONITOREO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS, DE LOS SPOTS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

CAMPAÑAS ELECTORALES 2009











PARTIDO POLÍTICO	PAUTA IFE	PAUTA EDO MEX	TRANSMISIÓN FEDERAL	TRANSMISIÓN EDMEX	DIFERENCIA GENERAL	DIFERENCIA EDMEX
	129276	40176	106621	2773	-19882	-37403
	95490	34344	46817	31998	-16675	-2346
	92880	38664	38350	27880	-26650	-10784
	34344	14472	20020	92	-14232	-14380
	50529	23760	42429	1504	-6596	-22256
	29085	11448	25404	0	-3681	-11448
	29558	6048	29527	1667	1636	-4381
	24192	6048	22461	1055	-676	-4993
	6048	6048	0	1183	-4865	-4865
	3221	2808	0	484	-2737	-2324

INFORME SOBRE LA VALORACIÓN DE LA ACTUACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ANÁLISIS COMPARATIVO DEL MONITOREO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS, DE LOS SPOTS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

PAUTA INTEGRAL IFE

CAMPAÑAS ELECTORALES 2009

PARTIDO POLÍTICO	PAUTA IFE	TRANSMISIÓN FEDERAL	DIFERENCIA	% DE TRANSMISIÓN
	129276	106621	22655	82.48%
	95490	46817	48673	49.03%
	92880	38350	54530	41.29%
	34344	20020	14324	58.29%
	50529	42429	8100	83.97%
	29085	25404	3681	87.34%
	29558	29527	31	99.90%
	24192	22461	1731	92.84%
	6048	0	6048	0.00%
	3221	0	3221	0.00%

INFORME SOBRE LA VALORACIÓN DE LA ACTUACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ANÁLISIS COMPARATIVO DEL MONITOREO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS, DE LOS SPOTS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

PAUTA ESTADO DE MÉXICO CAMPAÑAS ELECTORALES 2009

PARTIDO POLÍTICO	PAUTA EDO MEX	TRANSMISIÓN EDOMEX	DIFERENCIA EDO MEX	% DE TRANSMISIÓN
	40176	2773	-37403	6.90%
	34344	31998	-2346	93.17%
	38664	27880	-10784	72.11%
	14472	92	-14380	0.64%
	23760	1504	-22256	6.33%
	11448	0	-11448	0.00%
	6048	1667	-4381	27.56%
	6048	1055	-4993	17.44%
	6048	1183	-4865	19.56%
	2808	484	-2324	17.24%

2. Verificación del contenido de los mensajes que se transmitieron de los Partidos Políticos, Coaliciones y Candidaturas Comunes, con el fin de constatar que no se violentara el artículo 156 del Código Comicial.

De los informes presentados por la empresa y de acuerdo a lo observado en los testigos que se generaron y recopilaron en el periodo de campañas electorales, no se observó que existiera ofensa, difamación o calumnia que denigrara a algún candidato, partido político, instituciones o terceros.

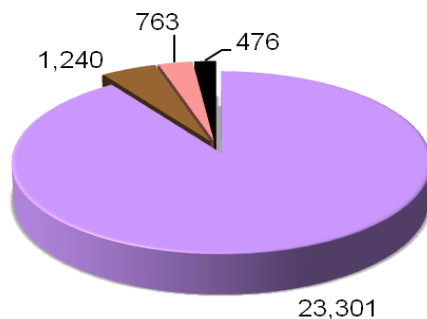
3. De acuerdo a lo señalado en el propio artículo 66 del Código Electoral del Estado de México, se hizo una comparación para observar el tratamiento que los medios de comunicación que fueron monitoreados otorgaran a cada uno de los Partidos Políticos, Coaliciones y Candidaturas Comunes.

MONITOREO CUALITATIVO

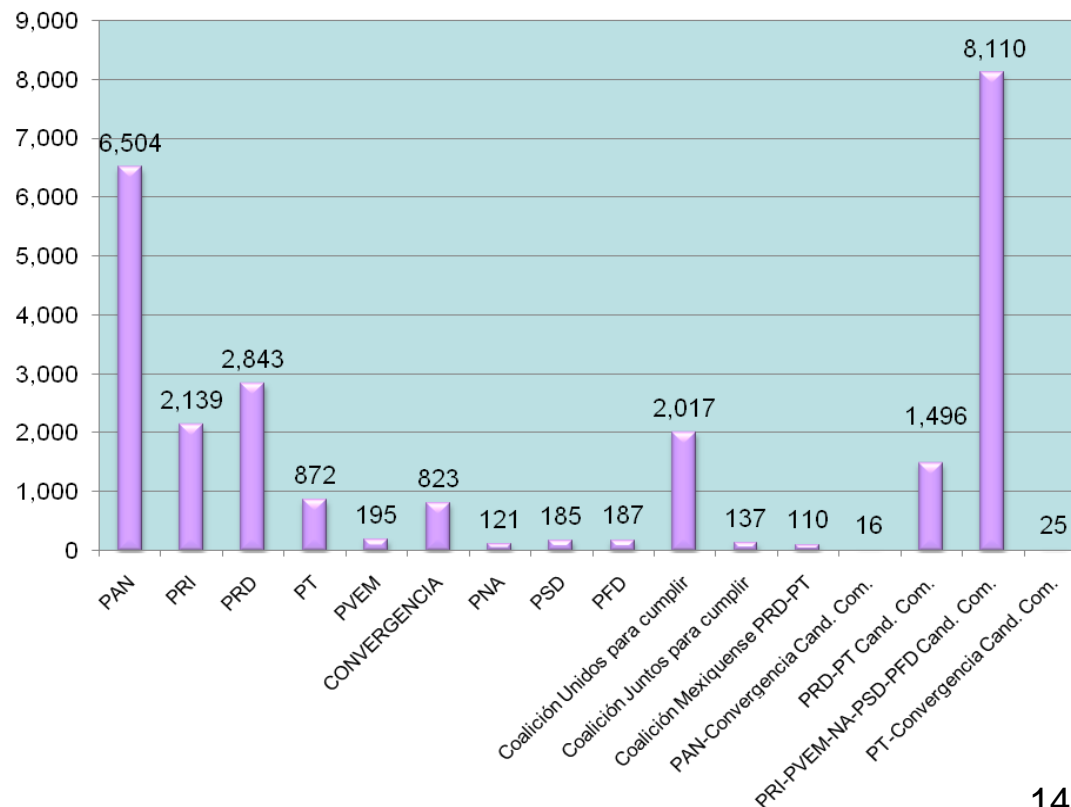
- Equidad en la difusión de los actos de campaña electoral

Partido Político o Coalición

NOTAS POR MEDIO



■ PRENSA ■ RADIO ■ TELEVISIÓN ■ INTERNET



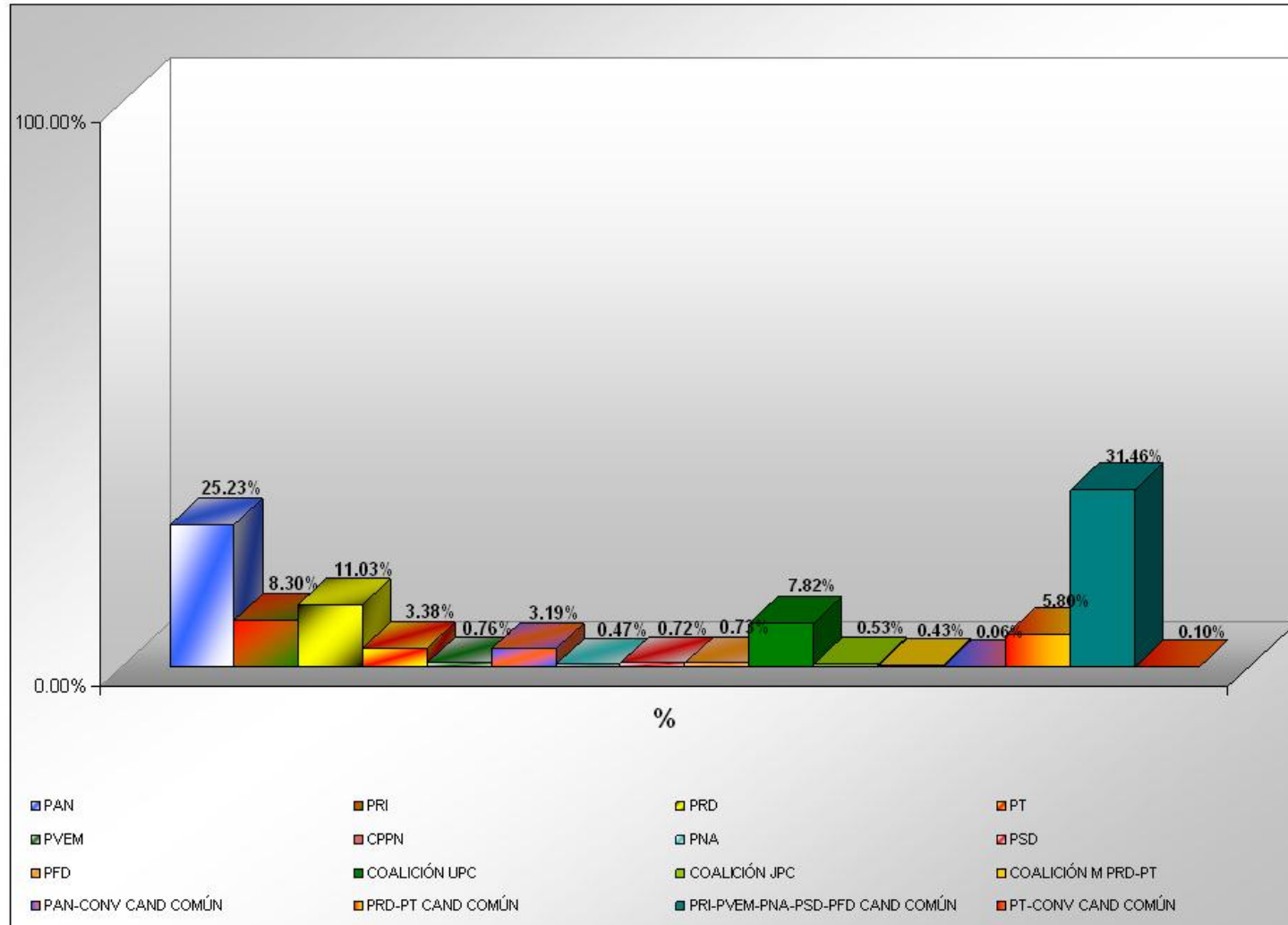
b) Valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados.

Mayor espacio de difusión	Porcentaje	Menor espacio de difusión	Porcentaje
Candidatura Común PRI-PVEM-NA-PSD-PFD	31.46	PVEM	0.76
PAN	25.23	PFD	0.73
PRD	11.03	PSD	0.72
PRI	8.3	Coalición Juntos para Cumplir	0.53
Coalición Unidos para Cumplir	7.82	PNA	0.47
Candidatura Común PRD-PT	5.8	Coalición Mexiquense PRD-PT	0.43
PT	3.38	Candidatura Común PT-CONVERGENCIA	0.1
CONVERGENCIA	3.19	Candidatura Común PAN-CONVERGENCIA	0.06

INFORME SOBRE LA VALORACIÓN DE LA ACTUACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

PRESENCIA DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN (PORCENTAJES)

TOTAL DE NOTAS	PARTIDOS POLÍTICOS, COALICIONES Y CANDIDATURAS COMUNES																TOTAL
	PAN	PRI	PRD	PT	PVEM	CPPN	PNA	PSD	PFD	COALICIÓN UPC	COALICIÓN JPC	COALICIÓN M PRD-PT	PAN-CONV CAND	PRD-PT CAND	PRI-PVEM-PNA-PSD-PFD	PT-CONV CAND	
6,504	2,139	2,843	872	195	823	121	185	187	2,017	137	110	16	1,496	8,110	25	25,780	
%	25.23%	8.30%	11.03%	3.38%	0.76%	3.19%	0.47%	0.72%	7.82%	0.53%	0.43%	0.06%	5.80%	31.46%	0.10%	100.00%	



b) Valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados:

Del análisis realizado por tipo de medio (Anexo 1 y 2), respecto del informe final de monitoreo, se detallan los siguientes porcentajes, detectándose 758 notas informativas en 6 emisoras:

TELEVISIÓN

PARTIDO POLÍTICO O COALICIÓN	Porcentaje		
	A FAVOR	EN CONTRA	NEUTRA
PAN	0.00	36.67	24.97
PRI	0.00	6.67	8.87
PRD	0.00	26.67	12.55
PT	0.00	0.00	4.77
PVEM	0.00	0.00	0.41
CONVERGENCIA	0.00	0.00	3.82
NA	0.00	0.00	0.41
PSD	0.00	0.00	0.68
PFD	0.00	0.00	2.18
COALICIÓN UPC	0.00	0.00	4.23
COALICIÓN MEXIQUENSE PRD-PT	0.00	6.67	0.27
CANDIDATURA COMÚN PRD-PT	0.00	20.00	9.41
CANDIDATURA COMÚN PRI-PVEM-NA-PSD-PFD	0.00	3.33	27.42

RADIO

Se detectaron un total de 1,239 notas informativas en 23 emisoras:

PARTIDO POLÍTICO O COALICIÓN	Porcentaje		
	A FAVOR	EN CONTRA	NEUTRA
PAN	0.00	27.83	23.42
PRI	100.00	26.09	14.51
PRD	0.00	31.30	15.05
PT	0.00	0.00	6.06
PVEM	0.00	0.00	1.60
CONVERGENCIA	0.00	0.00	7.66
NA	0.00	0.00	1.60
PSD	0.00	0.00	1.60
PFD	0.00	0.00	4.10
COALICIÓN UPC	0.00	0.00	2.49
COALICIÓN JPC	0.00	0.00	0.18
COALICIÓN MEXIQUENSE PRD-PT	0.00	1.74	0.27
CANDIDATURA COMÚN PRD-PT	0.00	4.35	4.54
CANDIDATURA COMÚN PRI-PVEM-NA-PSD-PFD	0.00	8.70	16.92

CONCLUSIONES

Derivado del estudio cualitativo de las notas informativas que generaron los medios de comunicación impresos y electrónicos, con base en el monitoreo efectuado, se observó que la actuación de estos medios mantuvo una tendencia hacia la difusión de los Partidos Políticos: PAN, PRI, PRD, Candidatura Común PRI-PVEM-PNA-PSD-PFD y Candidatura Común PRD-PT

Por otra parte, a partir de lo reportado en el informe final del monitoreo, se aprecia inequidad en cuanto al PT, PVEM, PNA, PFD, Coalición JPC, Coalición Mexiquense PRD-PT, Candidatura Común PT-Convergencia, Candidatura Común PAN-Convergencia, ya que en radio, televisión y medios impresos se les otorga menores espacios de difusión.

Durante el monitoreo realizado en el periodo de campañas electorales, la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V., quién auxilió en el monitoreo a medios impresos y electrónicos no observó ni reportó a la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, ofensa, difamación o calumnia de la propaganda observada que denigrara a los actores políticos, como lo señala el artículo 19 de los Lineamientos de Monitoreo a Medios de Comunicación, Impresos, Electrónicos y Alternos para el periodo de Precampañas y Campañas Electorales.

RECOMENDACIONES

ASPECTO CUALITATIVO

Para futuros procesos electorales se sugiere que de manera oportuna, inclusive antes del inicio del proceso electoral correspondiente, se realice un exhorto dirigido a los concesionarios y permisionarios de las emisoras de radio, canales de televisión y a los medios impresos, a través del Instituto Federal Electoral, con la finalidad de que durante las precampañas y campañas electorales, se dé mayor equidad en las notas informativas que difunden de los actores políticos, esto a lo que refieren los artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 347 inciso c) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales y 162 del Código Electoral del Estado de México.

ASPECTO CUANTITATIVO

De acuerdo a el pautado aprobado por el IFE para el periodo de campañas electorales 2009, se observó que fueron diversas las causas por las cuales no fueron aprovechados los espacios destinados para la difusión de los mensajes de los partidos políticos y coaliciones, por lo que, a lo que señala el Artículo 36 de los Lineamientos de Monitoreo a Medios de Comunicación, Impresos, Electrónicos y Alternos para el periodo de Precampañas y Campañas Electorales:

RECOMENDACIONES

“Cuando del monitoreo a radio y televisión se desprenda que no se está cumpliendo con la transmisión de mensajes conforme a las pautas aprobadas por el IFE, el Instituto a través de la Comisión de Acceso, informará a la Secretaría Ejecutiva de tal hecho, soportándolo con la documentación y testigos correspondientes para que el IFE conozca de la irregularidad y proceda conforme a sus atribuciones.” , por lo que se debe sugerir que la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, a través de la Secretaría Técnica, informe de la falta de transmisión de los mensajes de los partidos políticos a la Secretaría Ejecutiva General de este Instituto, para que a su vez pueda enviar un comunicado a las autoridades correspondientes del IFE con el fin de que se emita el exhorto correspondiente y se pueda garantizar una asignación más equitativa de mensajes entre los partidos políticos contendientes para futuros procesos electorales.

La valoración y recomendaciones que emite la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión al Consejo General, tendrá como finalidad, en el caso de la radio y televisión, dar aviso al Instituto Federal Electoral para que se proceda en base a sus atribuciones y analice las causas que se dieron para no ser transmitidos en los espacios destinados a los partidos políticos y coaliciones.

ANEXO 1

- Análisis de la valoración por tipo de medio, tomando como base el Informe Final de Monitoreo a Medios de Comunicación, elaborado por la Empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V., del 7 de mayo al 5 de julio de 2009

ANEXO 2

Extracto del Informe Final de Monitoreo a Medios de Comunicación Impresos y Electrónicos, elaborado por la Empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V., del 7 de mayo al 5 de julio de 2009