

MONITOREO EN MEDIOS IMPRESOS DE LA PROPAGANDA DE LAS PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS DE LOS CANDIDATOS DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS DEL PROCESO ELECTORAL FEDERAL 2008-2009.

15 DE ENERO AL 15 DE JULIO.

I. NORMATIVIDAD.

- **Artículo 41, párrafo V** de la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*:

V. [...] La fiscalización de las finanzas de los partidos políticos nacionales estará a cargo de un órgano técnico del Consejo General del Instituto Federal Electoral, dotado de autonomía de gestión, cuyo titular será designado por el voto de las dos terceras partes del propio Consejo a propuesta del consejero Presidente.

- **Artículos 36, inciso c), 78 y 79** del *Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales*:

Artículo 36

1.

c) Acceder a las prerrogativas y recibir el financiamiento público en los términos del artículo 41 de la Constitución.

Artículo 78

1. Los partidos políticos tendrán derecho al financiamiento público de sus actividades, independientemente de las demás prerrogativas otorgadas por este Código [...].

Artículo 79

1. Para los efectos de lo dispuesto por el artículo 41 de la Constitución, la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos es el órgano técnico del Consejo General del Instituto Federal Electoral que tiene a su cargo la recepción y revisión integral de los informes que presenten los partidos respecto del origen y monto de los recursos que reciban por cualquier modalidad y financiamiento, así como sobre su destino y aplicación.

II. ANTECEDENTES.

- Por medio del oficio CNCS-MCN/0068/2009, firmado por el Lic. Néstor Martínez Cristo el 28 de enero de 2009, se informó que la Coordinación Nacional de Comunicación Social en colaboración con las Juntas Locales, llevaría a cabo un monitoreo de la propaganda publicada por los principales medios impresos del país, durante el periodo comprendido entre el 31 de enero y el 15 de julio del presente, a fin de recopilar y clasificar todas las publicaciones para ponerlas a disposición de la Dirección de la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos.
- A través del oficio CNCS-MCN/0109/2009, signado por el Lic. Néstor Martínez Cristo el 11 de febrero de 2009, se informó el calendario de entregas que realizaría la CNCS, así como los materiales que semanalmente se entregarían a la Dirección de la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos.
- Por medio del oficio CNCS-AGJL/0194/2009, suscrito por el Lic. José Luis Alcudia Goya, fechado el 5 de marzo de 2009, la CNCS informó respecto de la solicitud de baja de los diarios "Crónicas de la Costa", "El Vespertino LC", "Ario Aquí y Ahora", "El Mariscal", "Nuevo Milenio", "Parangaricutiro", "La Fuente", "Mensaje", "El Pescador", "El As del Rumbo de Tierra Caliente", "Tacámbar", "El Día" y "Panorama de Quiroga", en virtud de que ya no circulaban o no expedían factura. Lo anterior, relativo al oficio 1193/2009 signado por el Lic. Martín Martínez Cortazar, Vocal Ejecutivo de la Junta Local de Michoacán.

- A través del oficio CNCS-AGJL/0415/2009, aprobado por el Lic. José Luis Alcudía Goya, con fecha del 15 de abril de 2009, la CNCS informó —acerca del oficio 1766/2009 signado por el Lic. Martín Martínez Cortazar, Vocal Ejecutivo de la Junta Local de Michoacán— la solicitud de baja del diario “Síntesis” de la lista de medios impresos utilizados para este monitoreo, en virtud de que este medio se ha negado a extender factura por concepto de suscripción.
- Finalmente, por medio del oficio CNCS-AGJL/0606/2009, el Lic. José Luis Alcudía Goya, el 19 de mayo de 2009, informó —respecto al oficio VE/0978/2009, remitido por el Mtro. Joaquín Rubio Sánchez, Vocal Ejecutivo de la Junta Local de Hidalgo— su solicitud de incluir los diarios “Milenio Hidalgo” e “Independiente” en la lista de medios utilizados en este monitoreo. Asimismo, que el otrora periódico “Milenio Hidalgo”, que pertenecía a la cadena de medios de Grupo Milenio, había cambiado su nombre al independizarse de dicho grupo por el de “Crítica Hidalgo”, y que el Grupo Milenio había lanzado un nuevo “Milenio Hidalgo”.
- Finalmente, en atención al oficio UF/DAPPAPO/1881/09, signado por el C.P. Alfredo Cristalin Kaulitz, por el que requiere información respecto del monitoreo de propaganda, la CNCS envió el oficio CNCS-AGJL/740/2009, signado por el Lic. José Luis Alcudía Goya el 10 de junio de 2009.

III. PLAN DE TRABAJO.

El proyecto se fijó el **objetivo** de seleccionar, clasificar y reunir la propaganda que los partidos políticos y coaliciones publiquen con motivo del proceso electoral 2008-2009, en periódicos y revistas locales y de circulación nacional, para ponerla a disposición de la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos.

La meta del monitoreo fue definida como la recopilación del **100%** de los anuncios publicados por los partidos políticos y coaliciones en los **principales** medios impresos en el territorio nacional.

Para la correcta realización de esta actividad, se llevaron a cabo las siguientes actividades:

1. La Coordinación Nacional de Comunicación Social solicitó a las Juntas Locales informaran los medios que participarían en este monitoreo. Posteriormente, la CNCS dotó a las Juntas del presupuesto necesario para la compra de estos medios. Adicionalmente, se consideró el presupuesto por concepto de paquetería.
2. Las Juntas Locales y la CNCS seleccionaron y organizaron los anuncios publicados por los medios, a través de la revisión física de los mismos.
3. Se recibió un informe semanal de cada Junta Local sobre los anuncios monitoreados, el viernes de cada semana. En dichas comunicaciones, se hizo del conocimiento de la CNCS el envío, por paquetería, de los materiales originales y la base de datos correspondiente, así como el número de guía de la empresa de mensajería que coadyuvó a dar seguimiento a los paquetes.
4. Se integró una base de datos en donde se clasificaron los anuncios recolectados, a fin de ordenarlos por entidad, partido y candidato.

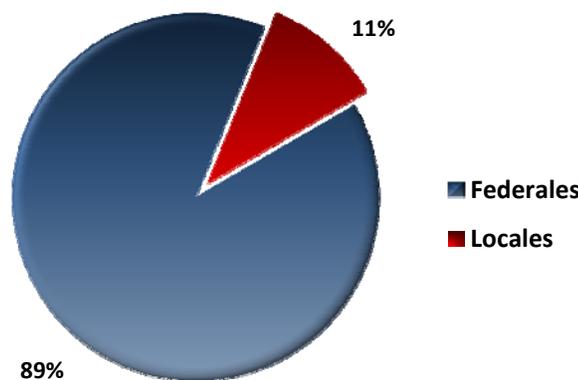
IV. NUMERALIA: RESULTADOS DEL MONITOREO.

El trabajo realizado por las Juntas Locales, así como por el personal de la Coordinación Nacional de Comunicación Social en oficinas centrales, arrojó un total de **4,900** piezas periodísticas relacionadas con la propaganda de los partidos políticos en el marco del Proceso Electoral Federal 2008-2009:

- ❏ **4,382** se reportaron como **inserciones federales**, es decir, que correspondieron a las precampañas y campañas para diputaciones federales.
- ❏ **4,262** se reportaron publicadas durante el periodo comprendido del 15 de enero al 1 de julio.
- ❏ **117** se reportaron publicadas del 2 al 15 de julio.
- ❏ **518** piezas periodísticas enviadas por las Juntas Locales se catalogaron como “**No se apega al proyecto**”, ya que se trató de inserciones sobre elecciones locales.

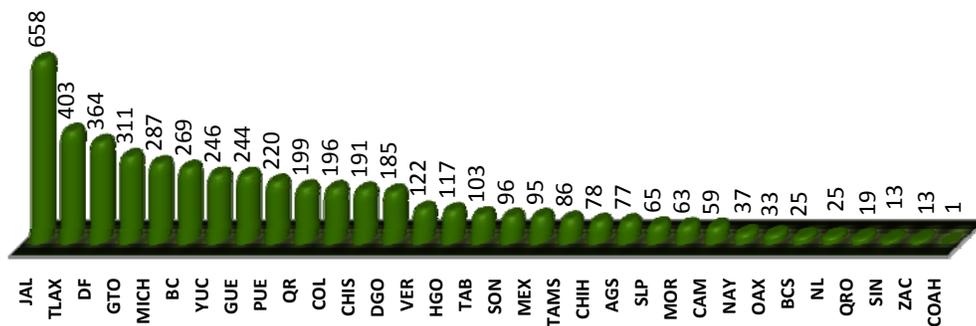
El gráfico siguiente da cuenta, en términos porcentuales, de las encuestas recopiladas por el proyecto: **89 por ciento** correspondieron a inserciones federales y **11 por ciento** a elecciones locales.

1. TIPO DE INSERCIÓN



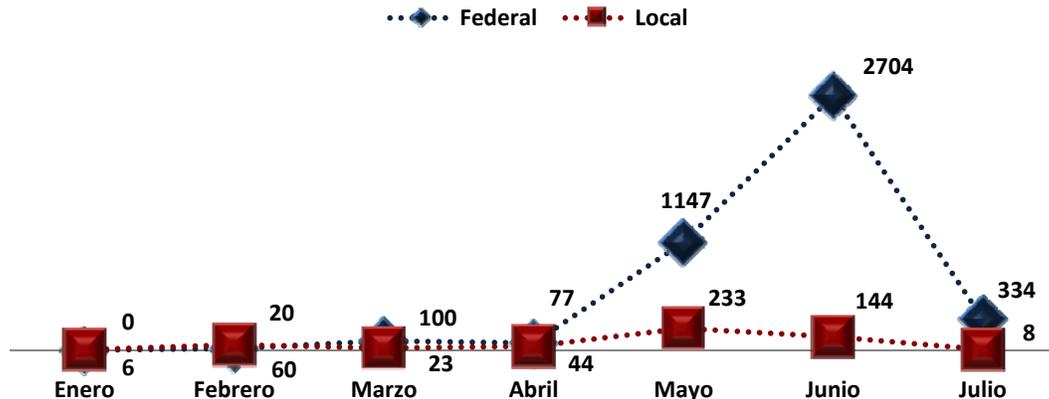
A continuación se presenta la distribución de las encuestas totales, desagregadas por entidad. En el estado de **Jalisco** se encontró **13.43 por ciento** de las inserciones totales. Asimismo, si consideramos las cinco entidades que más inserciones localizaron —Jalisco, Tlaxcala, Distrito Federal, Guanajuato y Michoacán—, se tiene que concentraron, en conjunto, **2,023** inserciones totales, que representan **41.29 por ciento** del total. Finalmente, al considerar la parte baja del gráfico, las cinco entidades que menos inserciones localizaron —Nuevo León, Querétaro, Sinaloa, Zacatecas y Coahuila— concentraron **1.45 por ciento** de las inserciones totales. Destaca el caso de Coahuila, que localizó una inserción en todo el periodo.

2. INSERCIÓNES TOTALES, POR ENTIDAD



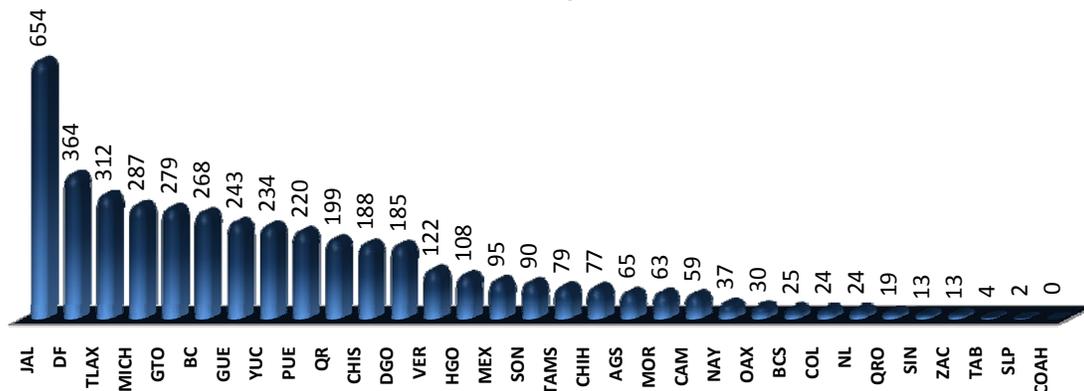
En cuanto al flujo de información a lo largo del periodo de la actividad, se tiene que en el mes de junio se registró la mayor cantidad de inserciones publicadas en medios impresos. Los meses de febrero, marzo, abril y mayo reportaron un promedio de inserciones locales relativamente constante.

3. INSERCIONES POR PERIODO, POR TIPO



Pasando al análisis de las **4,382** inserciones federales localizadas entre el 15 de enero y el 02 de julio del presente año, encontramos una situación bastante similar a lo reportado en el gráfico de encuestas totales. De nueva cuenta, Jalisco, Tlaxcala, Distrito Federal, Guanajuato y Michoacán son las entidades que mayor número de inserciones reportaron, concentrando un total de **1,896** inserciones, que representan **43.27 por ciento** del total de inserciones federales totales. Similar es la situación cuando analizamos a las entidades con menor número de inserciones: Querétaro, Sinaloa, Zacatecas, Tabasco y San Luis Potosí que concentraron **1.16 por ciento** de las inserciones totales. Coahuila es la única entidad que no localizó ninguna inserción federal.

4. Federales, por entidad



V. ANEXOS A ESTE DOCUMENTO.

Con la finalidad de transparentar los trabajos realizados por la Coordinación Nacional de Comunicación Social, así como para dotar a la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos de un archivo general donde consten los documentos a través de los cuales se llevó a cabo este monitoreo, se anexan a este documento los siguientes productos:

- 1 base de datos de inserciones federales.
- 1 base de datos de inserciones locales.
- 1 base de datos del PVEM.
- **262** inserciones del PVEM.
- **760** testigos digitales de oficios de las Juntas Locales.
- **27** testigos digitales de oficios de la CNCS a la Dirección de la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos.
- **1** testigo digital del oficio CNCS-MCN/0068/2009, firmado por Lic. Néstor Martínez Cristo, fechado el 28 de enero de 2009.
- **1** testigo digital del oficio CNCS-MCN/0109/2009, signado por Lic. Néstor Martínez Cristo, fechado el 11 de febrero de 2009.