

METODOLOGÍA PARA LA REALIZACIÓN DE MONITOREOS DE LAS TRANSMISIONES EN LOS PROGRAMAS DE RADIO Y TELEVISIÓN SOBRE LAS PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS DEL PROCESO ELECTORAL FEDERAL 2011-2012 PARA PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, DIPUTADOS Y SENADORES DEL CONGRESO DE LA UNIÓN, EN LOS PROGRAMAS DE RADIO Y TELEVISIÓN QUE DIFUNDAN NOTICIAS.

I. Fundamento Legal

- a) Artículo 76, numeral 8 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, que a la letra establece lo siguiente:

Artículo 76.

[...]

“El Consejo General ordenará la realización de monitoreos de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas en radio y televisión que difundan noticias. Los resultados se harán públicos, por lo menos cada quince días, a través de los tiempos destinados a la comunicación social del Instituto Federal Electoral y en los demás medios informativos que determine el propio Consejo.”

- b) Artículos 6, numerales 1, inciso c), y 2, inciso j); 66, numeral 2, inciso d); y 66, numeral 3 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, que establecen lo siguiente:

Artículo 6.

[...]

1. Son atribuciones del Consejo General:

[...]

- c)** *Aprobar el Acuerdo que establezca la metodología y el catálogo de noticiarios para el monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas que difundan noticias en radio y televisión;*

2. Son atribuciones del Comité:

[...]

j) Proponer al Consejo la metodología y catálogo de noticieros para el monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales federales en los programas en radio y televisión que difundan noticias;

Artículo 66.

[...]

2. Los citados Lineamientos serán elaborados de conformidad con las siguientes directrices:

[...]

d) Procurar esquemas de comunicación de los monitoreos a que se refiere el artículo 75, párrafo 8, en forma conjunta con la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión y la Red de Radiodifusores Educativas y Culturales de México, A.C., preferentemente y

[...]

3. Los resultados del monitoreo que se mencionan en el artículo 76, párrafo 8, del Código, así como las grabaciones base de los mismos serán públicos y podrán ser puestos a disposición del interesado para el ejercicio del derecho de réplica, en los términos de la ley de la materia.

- c) Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral por el que se aprueba el proyecto de sugerencias de lineamientos generales aplicables a los noticieros de radio y televisión respecto de la información o difusión de las actividades de precampaña y campaña de los partidos políticos durante el Proceso Electoral Federal 2011-2012, identificado con la clave CG291/2011.
- d) Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral por el que se ordena la realización de monitoreos de las transmisiones sobre las precampañas y campañas federales del Proceso Electoral Federal 2011-2012 en los programas de radio y televisión que difundan noticias, identificado con la clave CG337/2011.

II. Objetivos

Objetivo general

Proporcionar al Consejo General del Instituto Federal Electoral (IFE) y a la sociedad mexicana información que permita conocer el tratamiento que se dará a las precampañas y campañas electorales de los precandidatos y candidatos a Presidente de la República, Diputados y Senadores del Congreso de la Unión de los Estados Unidos Mexicanos, en los términos expresados en los objetivos específicos de la presente Metodología, en los programas que difundan noticias en la radio y la televisión durante los siguientes periodos:

Precampañas electorales: 18 de diciembre del 2011 al 15 de febrero del 2012.

Campañas electorales: 30 de marzo al 27 de junio del 2012.

Para ello, se analizarán las siguientes variables: (i) tiempos de transmisión; (ii) género periodístico; (iii) valoración de la información; (iv) recursos técnicos utilizados para presentar la información y (v) ubicación o jerarquización de la información.

Adicionalmente, se deberán registrar y hacer públicos los resultados de las encuestas o sondeos de opinión presentados en los programas de radio y televisión que determine el Consejo General.

Objetivos específicos

- a) Monitorear los programas de radio y televisión que difundan noticias de conformidad con el Catálogo de Noticieros aprobado por el Consejo General.
- b) Elaborar reportes semanales respecto de los programas de radio y televisión incluidos en el Catálogo de Noticieros, en cuyo contenido se enuncie a las precampañas y campañas electorales para contender por la Presidencia de la República, especificando en cada reporte el trato otorgado a los precandidatos y candidatos que postulen cada partido político o coalición.

- c) Elaborar reportes semanales respecto de los programas de radio y televisión incluidos en el Catálogo de Noticieros, en cuyo contenido se enuncie a las precampañas de Diputados y Senadores del Congreso de la Unión de los Estados Unidos Mexicanos de forma genérica; es decir, se expresará únicamente en términos porcentuales la cobertura a las menciones que se realicen a los distintos precandidatos postulados, ya sea por partido político o por coalición.
- d) Elaborar reportes semanales respecto de los programas de radio y televisión incluidos en el Catálogo de Noticieros, en cuyo contenido se enuncie a las campañas de Diputados y Senadores del Congreso de la Unión de los Estados Unidos Mexicanos, especificando en dicho reporte el trato otorgado a cada partido político o coalición.
- e) Difundir los resultados a través de los tiempos destinados a la comunicación social del IFE, en la página de Internet del Instituto, así como en los medios que, en su caso, determine el Consejo General.

III. Consideraciones generales

1. La metodología del monitoreo de programas noticiosos se construyó con base en el documento emitido por el IFE: *Lineamientos Generales aplicables en los noticieros de Radio y Televisión respecto de la Información o difusión de las actividades de precampaña y campaña de los partidos políticos o coaliciones, durante el Proceso Electoral Federal.*
2. La Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) recibirá por parte del IFE, la metodología y las variables con las que se realizará el monitoreo y análisis de contenido de las transmisiones en los programas de radio y televisión que difundan noticias sobre precampañas y campañas electorales de los precandidatos y candidatos a la Presidencia de la República, Diputados y Senadores del Congreso de la Unión de los Estados Unidos Mexicanos, en los términos expresados en los objetivos específicos de la presente Metodología.

3. La UNAM recibirá también por parte del IFE, el Catálogo de programas noticiosos que serán objeto de monitoreo, aprobado por el Consejo General.
4. El monitoreo se realizará en dos etapas: del 18 de diciembre del 2011 al 15 de febrero del 2012 y del 30 de marzo al 27 de junio del 2012, que corresponden a los periodos de precampañas y campañas respectivamente.

IV. Criterios metodológicos

Con el fin de obtener resultados más exactos en el análisis del monitoreo, se adoptarán diversos criterios metodológicos, que se precisan a continuación:

1. **Unidades de análisis.** Se establecen piezas de monitoreo, piezas informativas y valoraciones.
 - a. **Pieza de monitoreo.** Unidad de análisis que contiene todas las variables, es decir, la fracción o las fracciones generadas por la división de la información presentada a lo largo de la transmisión del noticiario. En la nomenclatura de esta metodología pieza de monitoreo equivale a mención.
 - b. **Pieza informativa.** Unidad completa de información que se define por las características propias del género periodístico del que se trate. Por ejemplo, un reportaje puede presentarse en el cuerpo del noticiario y en el resumen informativo. En ese caso, se trata de una sola pieza informativa pero se toman como dos piezas de monitoreo porque se suman los tiempos que haya registrado en ambos casos, lo cual permite una mayor precisión.
 - c. **Valoraciones:** Se clasifica como información valorada aquella que presente verbalmente adjetivos calificativos y/o frases idiomáticas que se utilicen como adjetivos y sean mencionadas por el conductor o reportero del noticiario.
2. **Sujetos de la enunciación (el que habla).** Se determinan para delimitar el universo de los actores a ser monitoreados. Se establece que el monitoreo considerará sólo aquellas menciones sobre las precampañas y campañas, hechas por los siguientes agentes o sujetos:

- Del Medio de Comunicación:

- a) Conductores.
- b) Reporteros o locutores (*cualquier voz en off*).
- c) Analistas de información.

- Actores Políticos:

- a) Precandidatos y candidatos a Presidente de la República, Diputados y Senadores del Congreso de la Unión de los Estados Unidos Mexicanos de cualquier partido político o coalición, en los términos expresados en los objetivos específicos de la presente Metodología.
- b) Presidentes nacionales y estatales de los partidos políticos.
- c) Líderes de bancada o fracción parlamentaria.
- d) Presidente de la República.
- e) Gobernadores Constitucionales de los Estados y Jefe de Gobierno del Distrito Federal.
- f) Secretarios de Estado federales y locales
- g) Líderes morales o históricos (siempre que sean anunciados así por el medio).

Objeto de enunciación (de lo que se habla). Se monitoreará cualquier mención sobre precampañas y campañas electorales de los precandidatos y candidatos a Presidente de la República, Diputados y Senadores del Congreso de la Unión de los Estados Unidos Mexicanos de cada partido político o coalición, así como cualquier aparición de los precandidatos y candidatos en los espacios que difunden noticias independientemente del tema que traten y la manera en que sean presentados.

3. No se tomará en cuenta aquella información en los programas noticiosos, que refiriéndose al proceso electoral, no mencionen a precandidatos, candidatos, partidos políticos o coaliciones.

4. No se monitoreará aquella información sobre precampañas y campañas electorales de los precandidatos y candidatos a Presidente de la República, Diputados y Senadores del Congreso de la Unión de los Estados Unidos Mexicanos, emitida por algún otro sujeto que esta metodología no considere.

V. Variables del monitoreo.

A continuación se explica la metodología que será aplicable al monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas del Proceso Electoral Federal 2011-2012.

1. Tiempos de transmisión.

Consiste en el tiempo que cada noticiario dedica a las precampañas y campañas de los precandidatos y candidatos de cada uno de los partidos políticos o coaliciones contendientes, en los términos expresados en los objetivos específicos de la presente Metodología.

Método para evaluar “**Tiempos de transmisión**”:

- a) Se medirá el tiempo efectivo, en minutos y segundos, que se destine a la información sobre las precampañas y campañas electorales de los precandidatos y candidatos a Presidente de la República, Diputados y Senadores del Congreso de la Unión de los Estados Unidos Mexicanos de cada partido político o coalición, dentro de cada noticiario, haciendo distinción entre cada una de ellas.
- b) Asimismo, se registrará el tiempo otorgado a cada precandidato, candidato, partido político o coalición y se presentará en forma de porcentaje con respecto del total otorgado a todos los partidos políticos.
- c) En los casos en que se emita información sobre las precampañas o campañas federales de los partidos políticos o coaliciones de manera general o respecto de un conjunto de partidos o candidatos, se medirá el tiempo por separado destinado a cada uno de los partidos o coaliciones involucrados.

- d) El tiempo total dedicado a las precampañas o campañas electorales de cada partido o coalición será la suma de cada uno de los géneros periodísticos utilizados para emitir la información que se describen en el siguiente apartado.
- e) El tiempo total de transmisión representa el tiempo total de las piezas de monitoreo que se dedica a los partidos políticos o coaliciones en precampañas o campañas electorales a Presidente de la República, Diputados y Senadores del Congreso de la Unión de los Estados Unidos Mexicanos, en los términos expresados en los objetivos específicos de la presente Metodología.
- f) El tiempo total de piezas de monitoreo será igual al total de tiempo de piezas informativas. El tiempo de menciones por partido político o coalición (piezas de monitoreo) será distinto al tiempo dedicado a partidos políticos o coaliciones por piezas informativas debido a que éstos pueden ser mencionados más de una vez en distintas piezas de monitoreo.
- g) En caso de que la pieza de monitoreo sea específica para un partido político o coalición, independientemente del género periodístico del que se trate, se le otorgará el tiempo total, aunque se mencione circunstancialmente a otro partido o coalición. Sólo si la pieza de monitoreo se refiere de manera general a las precampañas, campañas, precandidatos o candidatos de diferentes partidos o coaliciones, se otorgará el mismo tiempo entre aquellos que se mencionen.

2. Género periodístico.

Es el utilizado para la presentación de la información sobre las precampañas y campañas de los partidos políticos o coaliciones y sus precandidatos o candidatos, el cual se deberá clasificar, al menos, en los siguientes rubros: (1) nota informativa, (2) entrevista, (3) debate, (4) reportaje, y (5) opinión y/o análisis.

Método para evaluar “**Género periodístico**”:

- a) Para la medición de esta variable se deberá distinguir el tiempo dedicado a cada partido político o coalición, a través de cada uno de los siguientes géneros: nota informativa, entrevista, debate, reportaje y opinión y/o análisis.
- b) El género periodístico equivale a una pieza informativa. El tiempo total de menciones o piezas de monitoreo será igual al tiempo total de los géneros periodísticos.
- c) Para fines del monitoreo, los géneros periodísticos se definieron de la siguiente manera:
- **Nota informativa.** Se trata de un hecho probable o consumado y que a juicio del periodista, será de gran trascendencia y de interés general. Expone oportunamente un hecho noticioso.
 - **Entrevista.** Género descriptivo-narrativo. Da a conocer una situación, un hecho o una personalidad con base en una serie de preguntas y respuestas.
 - **Reportaje.** Género narrativo y expositivo que presenta los hechos, los interrelaciona, contrasta y analiza. A través de estas operaciones establece una interpretación, pero no los valora directamente. El reportaje cumple su función con el ofrecimiento de los datos. El reportaje atribuye las opiniones a las personas que las mantienen, pero no ofrece las del reportero.
 - **De opinión y análisis.** El enunciador interpreta y valora la noticia.
 - **Debate.** Género argumentativo donde los participantes exponen sus ideas respecto de algún tema desde distintos puntos de vista. Generalmente es moderado por el conductor o reportero.

3. Valoración de la información y opinión.

Se clasificará como información valorada aquella que presente verbalmente adjetivos calificativos y sean mencionados por los conductores y reporteros de programas noticiosos.

Método para evaluar “**Valoración de la información y opinión**”:

- a) Se contabilizará el número de piezas informativas que presentaron alguna valoración expresada mediante algún adjetivo calificativo o frase idiomática utilizada como adjetivo explícito hacia el partido político, coalición o su precandidato o candidato, en los términos expresados en los objetivos específicos de la presente Metodología. Se contabilizará también el número de piezas informativas que no tuvieron ninguna valoración a través de algún adjetivo calificativo explícito, las cuales se considerarán como piezas no adjetivadas. Se tomarán en cuenta todos los géneros periodísticos.
- b) De la información que presentó alguna valoración, implicación o calificación, se deberá distinguir entre aquellas que fueron negativas y aquellas que fueron positivas.
- c) Adicionalmente, se deberá contabilizar el tiempo que representaron el número de menciones sin valoración y el número de menciones con valoración. De éstas últimas, se deberá contabilizar el tiempo que representaron el número de menciones valoradas positiva y negativamente.
- d) Se clasifica como información valorada aquella que presente verbalmente adjetivos calificativos y/o frases idiomáticas que se utilicen como adjetivos y sean mencionadas por el conductor o reportero del noticiario, locutores o cualquier voz en *off*, así como por los analistas de información.
- e) En consideración y respeto a los principios de la libertad de expresión, la información clasificada como propia del género “opinión y análisis, así como debate” no se analizará como información valorada ni positiva ni negativamente.
- f) Las valoraciones se medirán en relación con los géneros periodísticos, excepto el de opinión y análisis, así como debate. Así, el tiempo total de valoraciones será equivalente al tiempo total de géneros periodísticos menos las piezas informativas de opinión y análisis, y debate.

- g) Las valoraciones por partido político o coalición serán diferentes a las menciones por partido o coalición, ya que en una pieza de información pueden mencionarse distintos partidos políticos o coaliciones sin que todos ellos sean valorados, o bien, pueden valorarse partidos o coaliciones más de una vez dentro de la misma pieza.
- h) Tipos de valoración. Se clasifican como positivas y negativas, dependiendo de si son a favor o en contra de los partidos o coaliciones, o bien precandidatos o candidatos en campaña, en los términos expresados en los objetivos específicos de la presente Metodología. La suma del tiempo de las valoraciones positivas y negativas es equivalente al tiempo total de piezas valoradas. Las menciones de los partidos o coaliciones por tipo de valoración pueden ser iguales o mayores al total de menciones por piezas informativas, ya que un partido o coalición puede ser valorado más de una vez y de distintas maneras en una misma información.

4. Recursos técnicos utilizados para presentar la información.

En los espacios noticiosos se deberán difundir las actividades de las precampañas y campañas políticas, atendiendo a criterios de uniformidad en el formato y los recursos técnicos utilizados por los medios de comunicación, de tal modo que se garantice un trato equitativo a todos los partidos o coaliciones y sus candidatos.

Método para evaluar “**Recursos técnicos utilizados para presentar la información**”:

- a) Se identificarán los recursos técnicos utilizados, del audio y de la imagen.
- b) En *radio* debe tomarse en cuenta:
- Cita y voz: presentación de la noticia por el conductor con o sin reportero, pero con la voz del precandidato, candidato o dirigente del partido político o coalición.
 - Cita y audio: presentación de la noticia por el conductor, con reportero, pero sin la voz del precandidato, candidato o dirigente del partido político o coalición.

- Sólo voz: entrevistas grabadas o en vivo, llamadas telefónicas de los precandidatos, candidatos o dirigentes del partido político o coalición.
- Sólo cita: únicamente lectura de la información por parte del conductor, sin ningún tipo de apoyo.

c) En *televisión* debe tomarse en cuenta:

- Voz e imagen: presentación del conductor o reportero, pero con la imagen y el audio del precandidato, candidato o dirigente de que se trate. En este aspecto se incluirán las entrevistas realizadas en estudio.
- Cita e imagen: presentación o no del conductor pero con cobertura de reportero y con la imagen del precandidato, candidato o dirigente pero sin su audio.
- Sólo voz: presencia del precandidato, candidato o dirigente en el noticiario por vía telefónica.
- Sólo imagen: reporte de las notas por el conductor, con imagen de apoyo, de archivo, fija o en vivo.
- Sólo cita: únicamente lectura de las notas del partido o coalición por parte del conductor.

5. Importancia de las noticias.

Consiste en la jerarquización de la información considerando la ubicación de la nota al interior del noticiario.

Método para evaluar “**Ubicación de la nota**”:

a) Se deberá jerarquizar información dentro del programa de radio o televisión conforme a los siguientes indicadores:

I. Jerarquización de la nota

- a.1 Presentado en el resumen introductorio
- a.2 Vinculada con el resumen introductorio
- a.3 Sin relación con el resumen introductorio

II. Segmento del tiempo en que apareció la nota

- b.1 Primeros cinco minutos.
- b.2 Del minuto cinco al quince
- b.3 Del minuto quince al treinta
- b.4 Del minuto treinta al sesenta
- b.5 Del minuto sesenta al noventa
- b.6 Del minuto noventa al ciento veinte
- b.7 Posterior

- b) El segmento del tiempo en que apareció la información puede ser menor o igual al tiempo de piezas monitoreadas en virtud de que un partido puede aparecer en más de dos segmentos.

6. Registro de encuestas o sondeos de opinión.

Se deberán registrar las encuestas o sondeos de opinión que se difundan en los programas noticiosos que se monitoreen. Para el registro de los resultados de las encuestas presentadas en los programas noticiosos y/o programas de radio y televisión analizados, se deberá capturar lo siguiente:

- a) La entidad, plaza y nombre del noticiario o programa en el que se difundió la encuesta o sondeo de opinión;
- b) La empresa que elaboró la encuesta o sondeo de opinión;
- c) Publicación o no de vitrina metodológica;
- d) El día de publicación de los resultados de la encuesta o sondeo de opinión,
y
- e) Los resultados de la encuesta o sondeo de opinión que se difunden.

Quedan exceptuadas de dicho registro, las encuestas ordenadas por los propios partidos políticos al ser considerada información no pública, conforme a lo dispuesto en el artículo 44, numeral 1, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.