

REPORTE FINAL DE LOS MONITOREOS DE PROMOCIONALES

PERIODO DEL 19 DE ENERO AL 28 DE JUNIO DE 2006

1. Antecedentes

- Del **19 de enero al 28 de junio** de 2006, el IFE realizó el monitoreo muestral de promocionales en radio y televisión, inserciones en prensa y anuncios espectaculares en la vía pública que promueven a los candidatos federales durante las campañas electorales de 2006.
- Para inversión publicitaria se procesaron **1,391,166** horas en más de **150** canales de televisión y alrededor de **240** estaciones de radio.
- Diariamente se procesaron **7,602** horas y se detectaron, durante todo el periodo, un total de **704,502 spots** de radio y televisión.
- Además, se monitorearon más de **200** periódicos que se publican en las **32** entidades federativas del país.
- Finalmente, el monitoreo de anuncios espectaculares en la vía pública se realizó en las principales avenidas de **20** plazas del país.
- Por mandato de la Comisión de Fiscalización del IFE, los resultados han estado a disposición del público a través del portal de Internet del Instituto e inserciones en prensa.
- Dicha medida representa un esfuerzo de la autoridad electoral por perfeccionar la fiscalización y transparencia de los recursos de los partidos políticos y coaliciones, en específico, el origen y destino dentro de las actividades para el desarrollo de las tareas de campaña.

2. Marco Normativo

- El Consejo General del IFE aprobó, en sesión del **30 de septiembre de 2005**, un acuerdo por el se instruye a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos que contrate los servicios de empresas especializadas para la realización de monitoreos a la publicidad transmitida y publicada en medios de comunicación masivos durante las campañas electorales federales.
- Por su parte, la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas aprobó los siguientes acuerdos:
 - El **26 de octubre de 2005**, se aprobó el acuerdo por el que se instruyó al Secretario Técnico de la Comisión para que llevara a cabo los trámites correspondientes para hacer del conocimiento público los resultados concentrados derivados de los monitoreos en los promocionales en radio y televisión, inserciones en prensa y anuncios espectaculares.

- El **10 de marzo de 2006**, se aprobó el acuerdo por el que se instruyó al Secretario Técnico de la Comisión para que llevara a cabo los trámites correspondientes para hacer del conocimiento público los resultados concentrados derivados de los programas de larga duración en radio y televisión que adquirieran los partidos políticos y coaliciones para promover candidatos a la presidencia de la República, programas de acción o plataformas electorales.

3. Metodología

- Debe destacarse que los monitoreos son **muestrales** y por ningún motivo representan la totalidad del espectro en el que se anuncian candidatos, partidos políticos o coaliciones.
- El monitoreo de radio y televisión está respaldado por grabaciones, mismas que están clasificadas por periodo, canal o estación, siglas, plaza, así como el partido político o coalición, candidato y grupo televisivo en el que fueron detectados.
- Por **promocionales** de radio y televisión se entienden aquellos *spots*, también conocidos como comerciales, que tienen un soporte visual, auditivo o audiovisual de breve duración que transmiten un hecho básico o una idea, generalmente de carácter publicitario, es decir, que forman parte de una publicidad, promoción o propaganda. Por lo anterior, la contabilización de promocionales no incluye programas informativos, radiofónicos o televisivos, de ningún tipo.
- En la publicación de los resultados concentrados de los promocionales se distingue entre aquellos que promueven una candidatura en específico de los que promueven varios tipos de candidaturas o que tienden a la obtención del voto sin distinguir las campañas beneficiadas. Estos últimos se denominan **promocionales genéricos**.
- En el caso del monitoreo en medios impresos, se cuenta con el respaldo de todas las inserciones publicadas en diarios de circulación nacional y local en las 32 entidades federativas.
- El monitoreo de anuncios espectaculares en la vía pública implicó la observación e identificación sistemática, así como la georreferenciación y registro del contenido de materiales propagandísticos utilizados por los partidos y coaliciones durante la campaña electoral. La autoridad electoral cuenta con los respaldos en fotografía digital de todos los anuncios detectados durante la campaña electoral en las rutas establecidas para este ejercicio.
- La metodología completa puede consultarse en el portal del Instituto Federal Electoral.

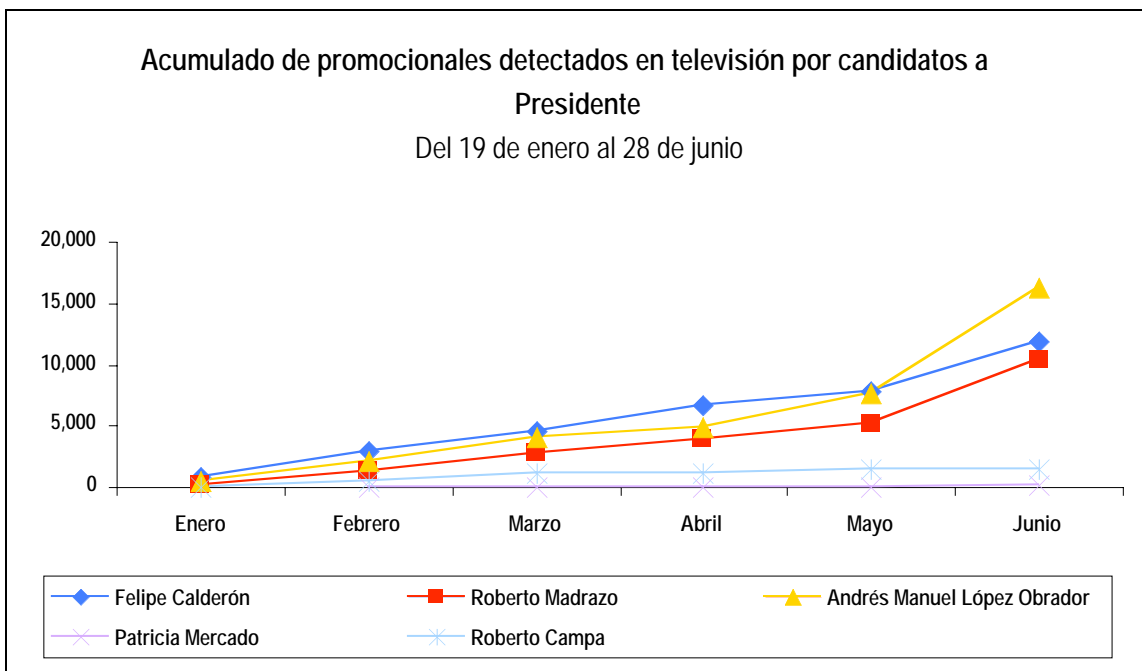
4. Monitoreo de promocionales en televisión

- Del 19 de enero al 28 de junio, se detectaron 142,358 promocionales en televisión, equivalentes a 3,028,153 segundos u 841 horas, de los cuales 28% corresponde a promocionales de candidatos a Presidente de la República, 12% a Diputados, 31% a Senadores y 29% a genéricos.

Promocionales detectados en televisión por candidatos a Presidente

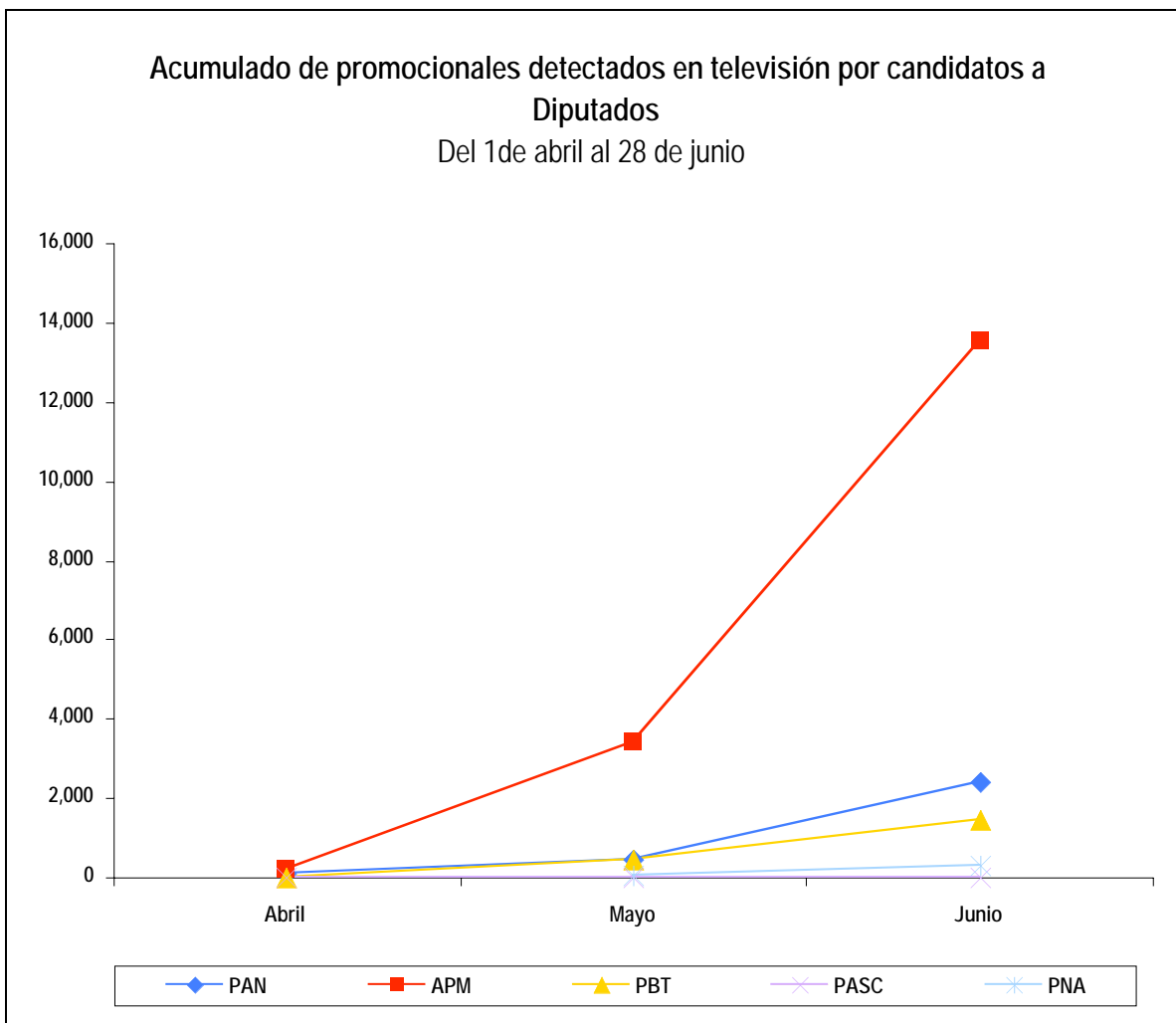
Del 19 de enero al 28 de junio

Partidos Políticos o Coalición	Número de Promocionales	Tiempo total de los promocionales (segundos)
Partido Acción Nacional (PAN)	11,904	275,309
Alianza por México (APM)	10,425	276,311
Coalición por el Bien de Todos (CPBT)	16,316	319,155
Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesina (PASC)	206	4,830
Partido Nueva Alianza (PNA)	1,454	29,062
Total	40,305	904,667



Promocionales detectados en televisión por candidatos a Diputados
Del 19 de enero al 28 de junio

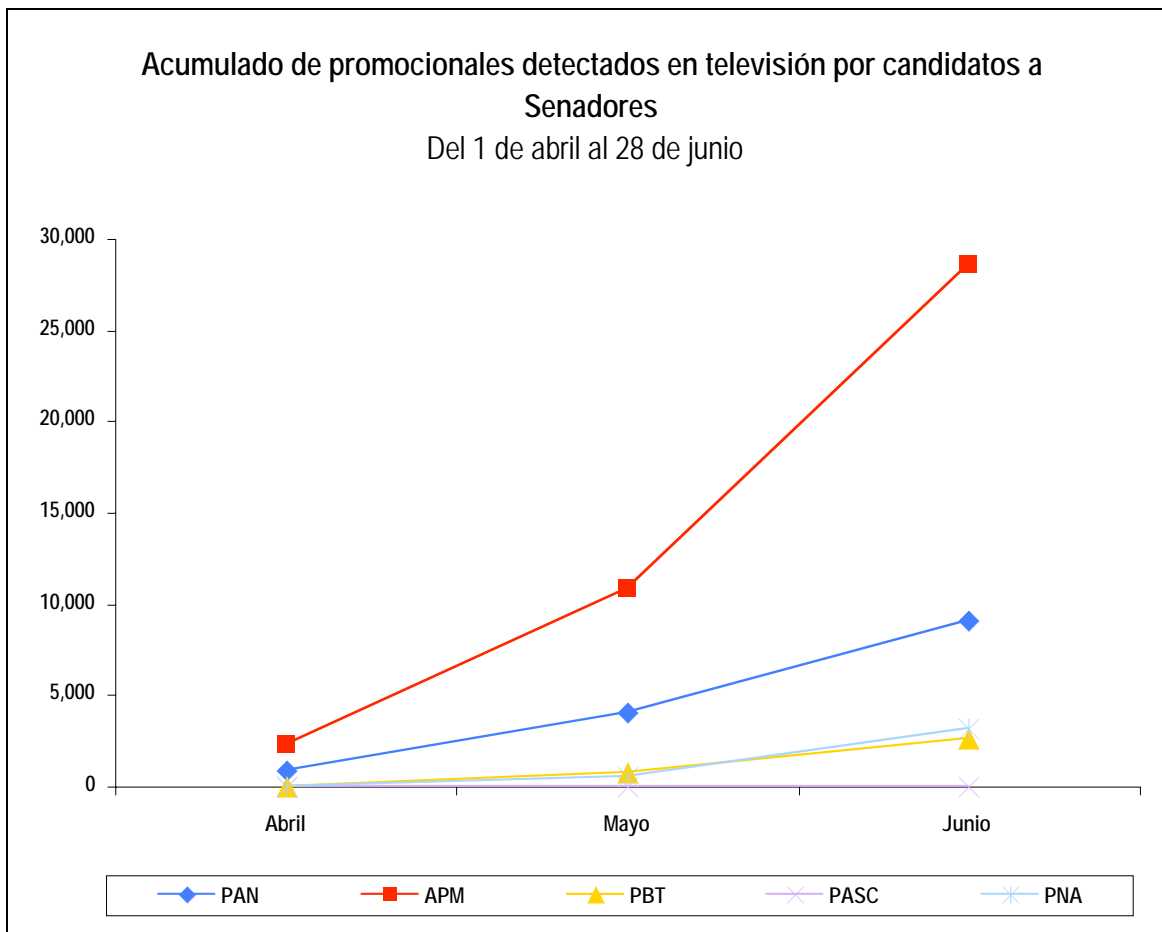
Partidos Políticos o Coalición	Número de Promocionales	Tiempo total de los promocionales (segundos)
Partido Acción Nacional (PAN)	2,389	48,362
Alianza por México (APM)	13,540	271,027
Coalición por el Bien de Todos (CPBT)	1,465	31,058
Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesina (PASC)	0	0
Partido Nueva Alianza (PNA)	287	5,615
Total	17,681	356,062



Promocionales detectados en televisión por candidatos a Senadores

Del 19 de enero al 28 de junio

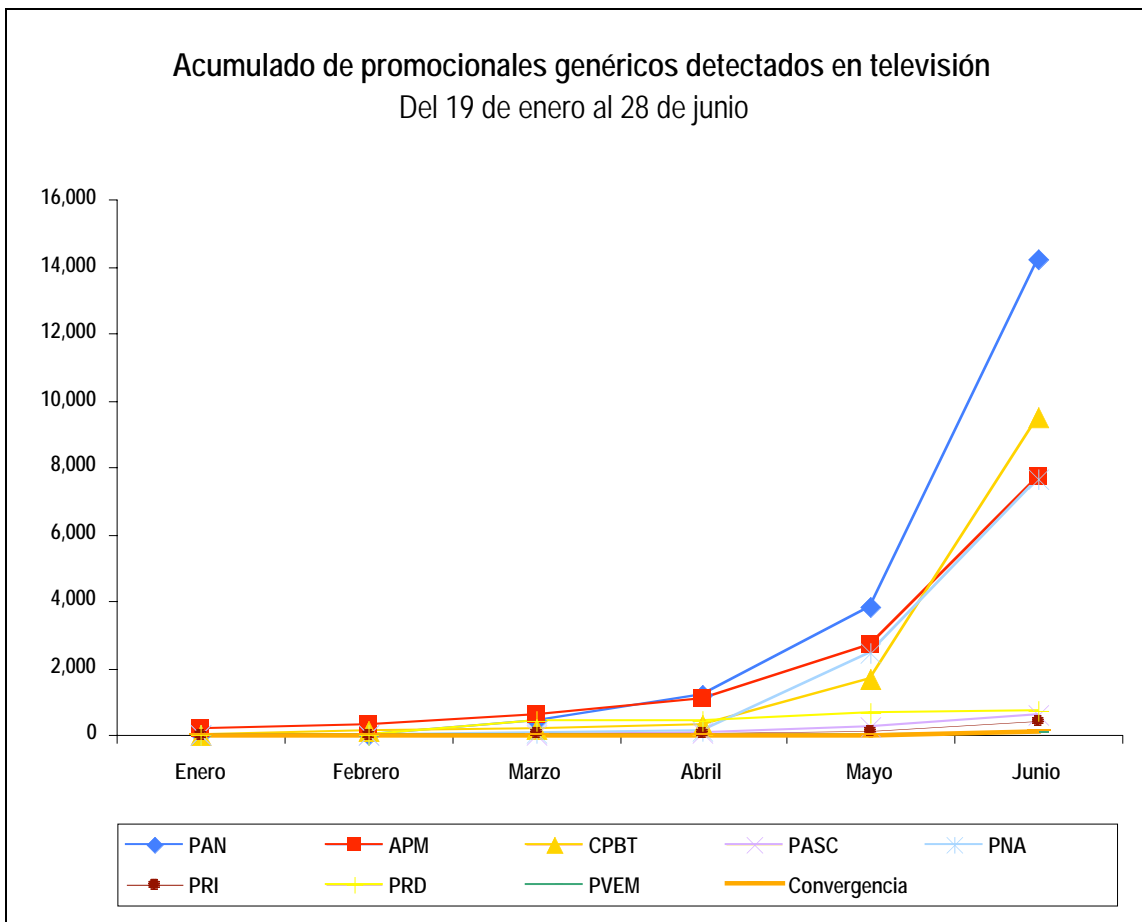
Partidos Políticos o Coalición	Número de Promocionales	Tiempo total de los promocionales
Partido Acción Nacional (PAN)	9,114	186,097
Alianza por México (APM)	28,554	582,578
Coalición por el Bien de Todos (CPBT)	2,646	53,854
Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesina (PASC)	0	0
Partido Nueva Alianza (PNA)	3,163	63,217
Total	43,477	885,746



Promocionales genéricos detectados en televisión

Del 19 de enero al 28 de junio

Partidos Políticos o Coalición	Número de Promocionales	Tiempo total de los promocionales
Partido Acción Nacional (PAN)	14,196	295,635
Alianza por México (APM)	7,705	181,889
Coalición por el Bien de Todos (CPBT)	9,496	206,851
Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesina (PASC)	586	14,569
Partido Nueva Alianza (PNA)	7,668	154,803
Partido Revolucionario Institucional (PRI)	396	10,721
Partido de la Revolución Democrática (PRD)	708	12,132
Partido Verde Ecologista de México (PVEM)	45	2,955
Convergencia	95	2,123
Total	40,895	881,678



5. Monitoreo de programas de larga duración en televisión

- Del 19 de enero al 28 de junio, se detectaron 179 programas de larga duración pagados por los partidos políticos o coaliciones en televisión en horario regular nacional. Los 179 programas acumulan 298,297 segundos u 82 horas y corresponden a los siguientes partidos políticos o coaliciones como lo muestran las siguientes tablas:

Número de programas de larga duración en televisión en horario regular nacional

Partidos Políticos o Coalición	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total
Coalición por el Bien de Todos (CPBT)	9	20	23	40	46	40	178
Partido Acción Nacional (PAN)	0	0	0	1	0	0	1

Segundos de transmisión de programas de larga duración en televisión en horario regular nacional

Partidos Políticos o Coalición	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total
Coalición por el Bien de Todos (CPBT)	15,996	35,776	41,148	58,095	74,204	71,279	296,498
Partido Acción Nacional (PAN)				1,799			1,799

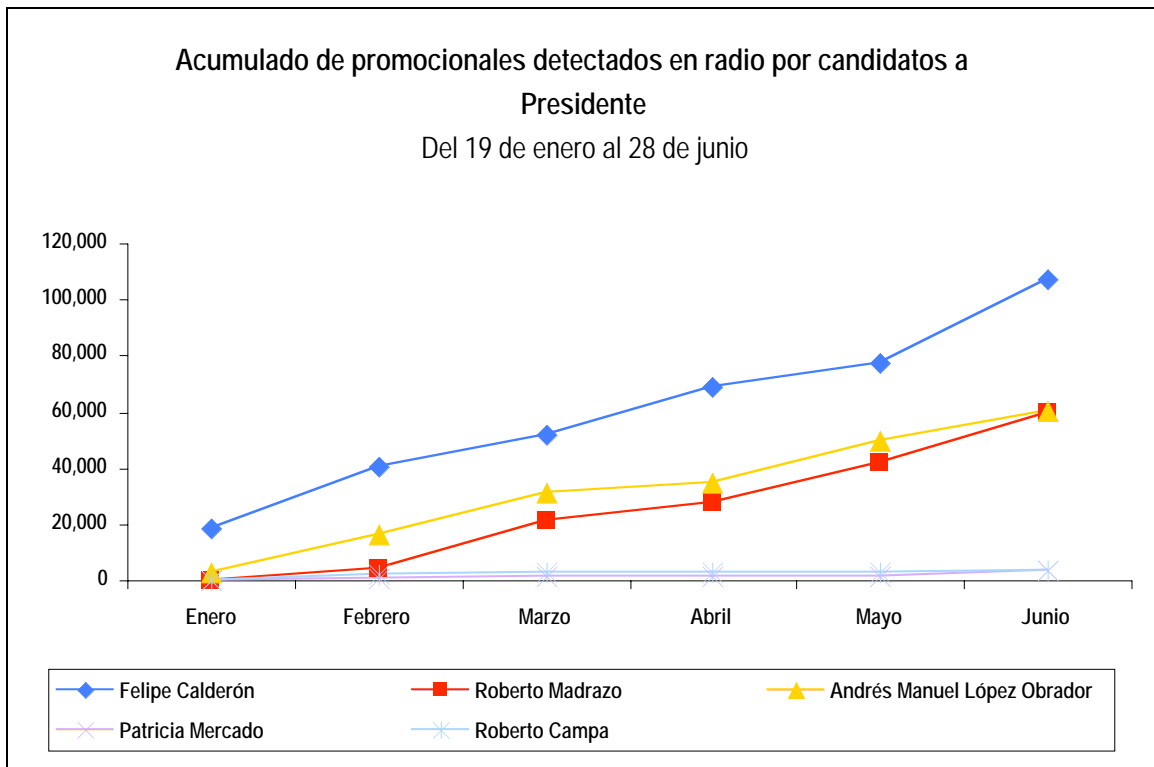
6. Monitoreo de promocionales en radio

- Del 19 de enero al 28 de junio, se detectaron 562,144 promocionales en radio, equivalentes a 11,358,819 segundos o 3,155 horas, de los cuales 42% corresponde a promocionales de candidatos a Presidente de la República, 13% a Diputados, 21% a Senadores y 25% a genéricos.

Promocionales detectados en radio por candidatos a Presidente

Del 19 de enero al 28 de junio

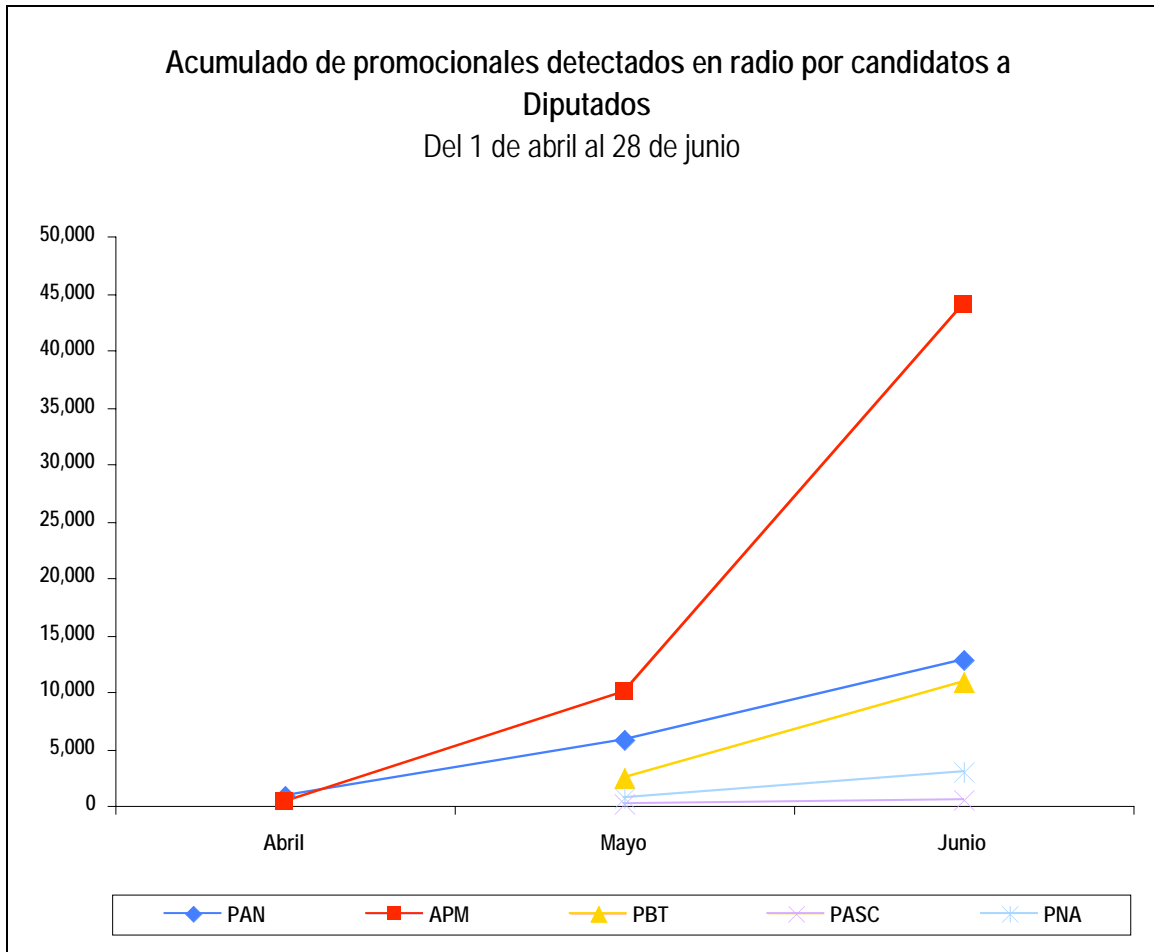
Partidos Políticos o Coalición	Número de Promocionales	Tiempo total de los promocionales
Partido Acción Nacional (PAN)	106,960	1,889,295
Alianza por México (APM)	59,414	1,520,659
Coalición por el Bien de Todos (CPBT)	60,410	1,218,434
Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesina (PASC)	3,199	68,462
Partido Nueva Alianza (PNA)	3,368	66,993
Total	233,351	4,763,843



Promocionales detectados en radio por candidatos a Diputados

Del 1 de abril al 28 de junio

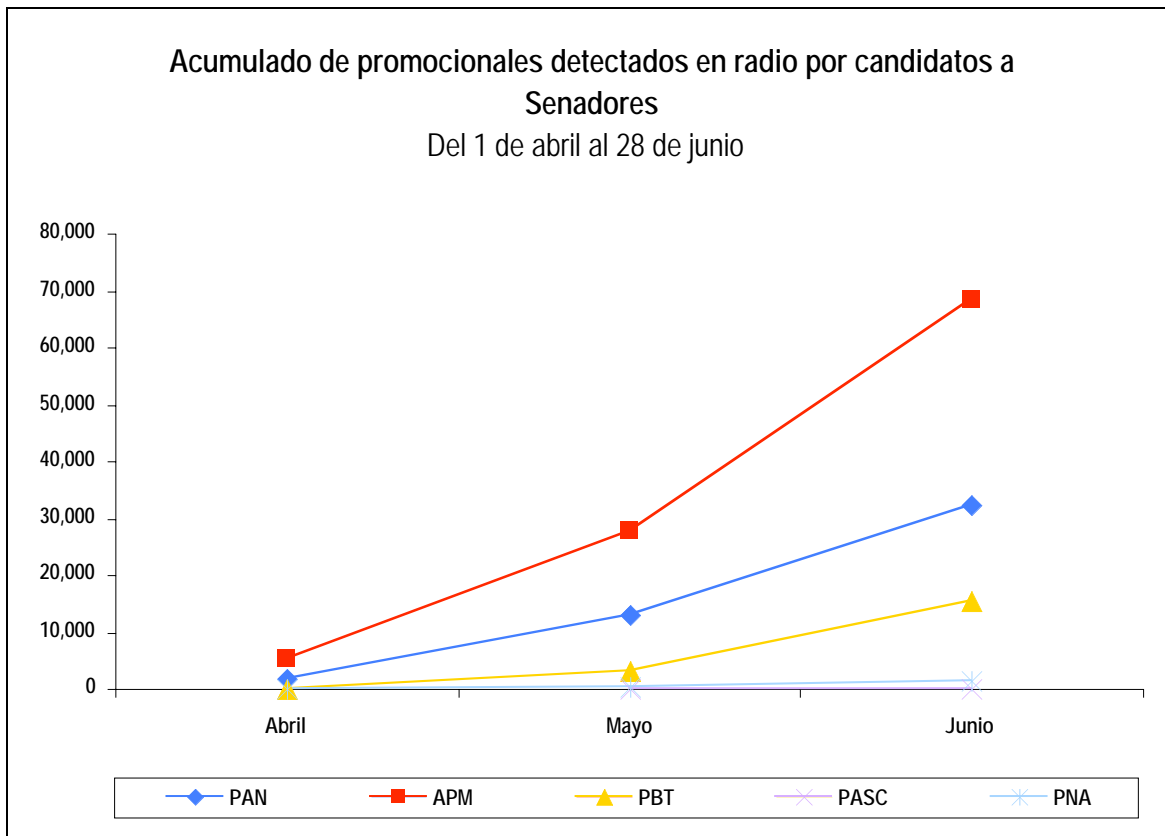
Partidos Políticos o Coalición	Número de Promocionales	Tiempo total de los promocionales
Partido Acción Nacional (PAN)	12,865	277,001
Alianza por México (APM)	44,017	878,325
Coalición por el Bien de Todos (CPBT)	10,918	229,009
Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesina (PASC)	452	9,040
Partido Nueva Alianza (PNA)	2,960	79,063
Total	71,212	1,472,438



Promocionales detectados en radio por candidatos a Senadores

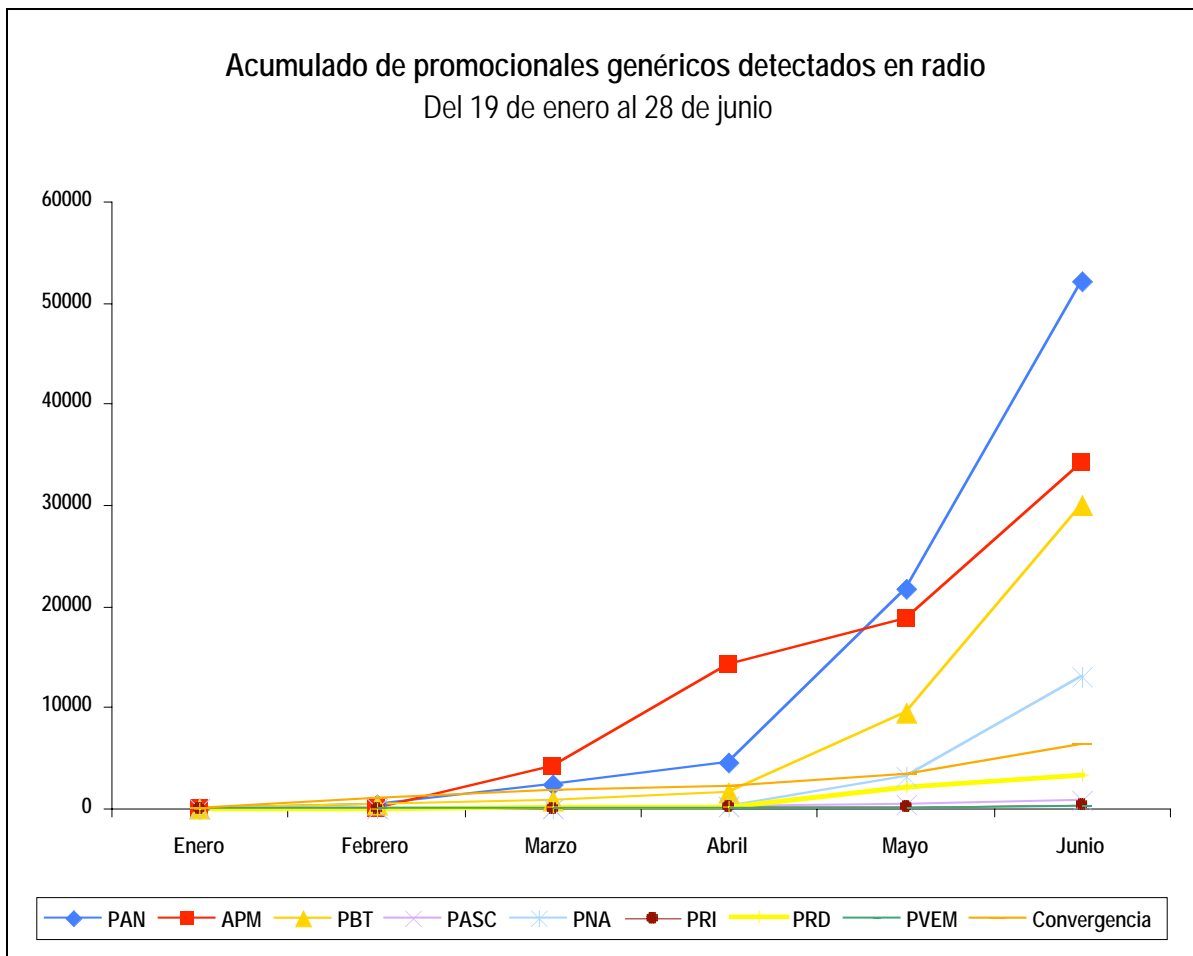
Del 1 de abril al 28 de junio

Partidos Políticos o Coalición	Número de Promocionales	Tiempo total de los promocionales
Partido Acción Nacional (PAN)	32,156	573,749
Alianza por México (APM)	68,277	1,418,241
Coalición por el Bien de Todos (CPBT)	15,467	248,008
Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesina (PASC)	12	160
Partido Nueva Alianza (PNA)	1,391	31,868
Total	117,303	2,272,026



Promocionales genéricos detectados en radio para cada partido o coalición Del 19 de enero al 28 de junio

Partidos Políticos o Coalición	Número de Promocionales	Tiempo total de los promocionales
Partido Acción Nacional (PAN)	52,045	1,042,775
Alianza por México (APM)	34,215	701,028
Coalición por el Bien de Todos (CPBT)	29,936	640,521
Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesina (PASC)	809	16,191
Partido Nueva Alianza (PNA)	13,045	265,361
Partido Revolucionario Institucional (PRI)	470	9,110
Partido de la Revolución Democrática (PRD)	3,403	49,508
Partido Verde Ecologista de México (PVEM)	129	1,828
Convergencia	6,226	124,190
Total	140,278	2,850,512



7. Monitoreo de programas de larga duración en radio

- Del 19 de enero al 28 de junio, se detectaron 7 programas de larga duración pagados por los partidos políticos o coaliciones en radio en horario regular nacional. Los 7 programas acumulan 25,052 segundos o 7 horas y corresponden a los siguientes partidos políticos o coaliciones como lo muestran las siguientes tablas:

Número de programas de larga duración en radio en horario regular nacional

Partido	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total
PAN	1	4	2	0	0	0	7

Segundos de transmisión de programas de larga duración en televisión en horario regular nacional

Partido	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Total
PAN	3,702	14,148	7,202	0	0	0	25,052

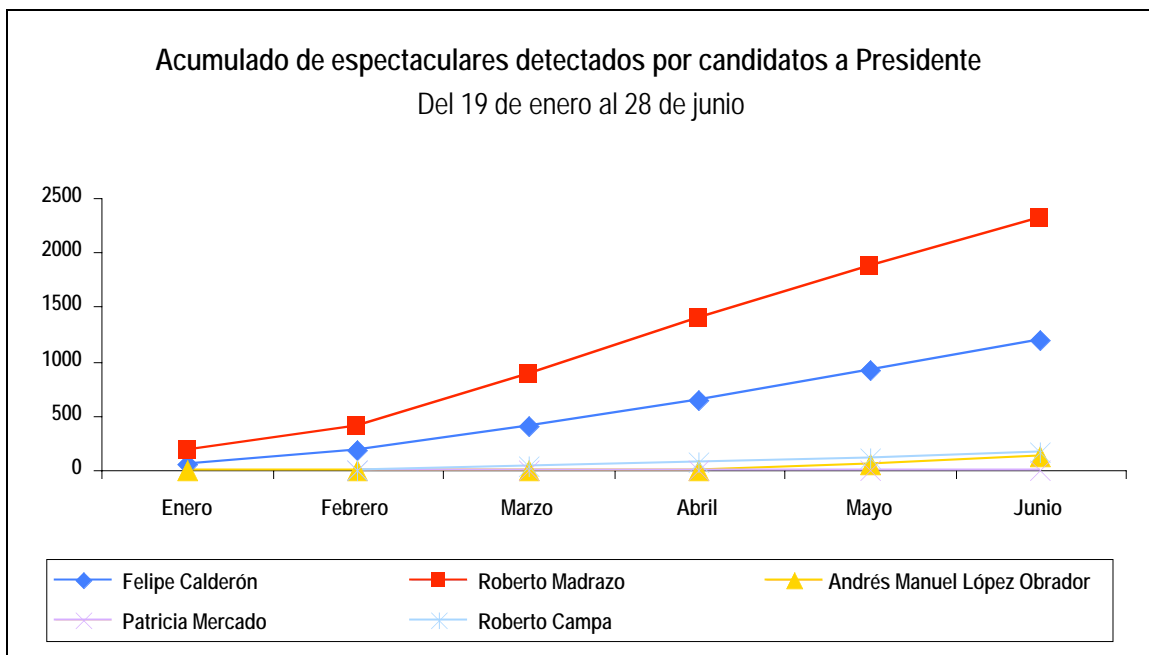
8. Monitoreo de anuncios espectaculares en la vía pública

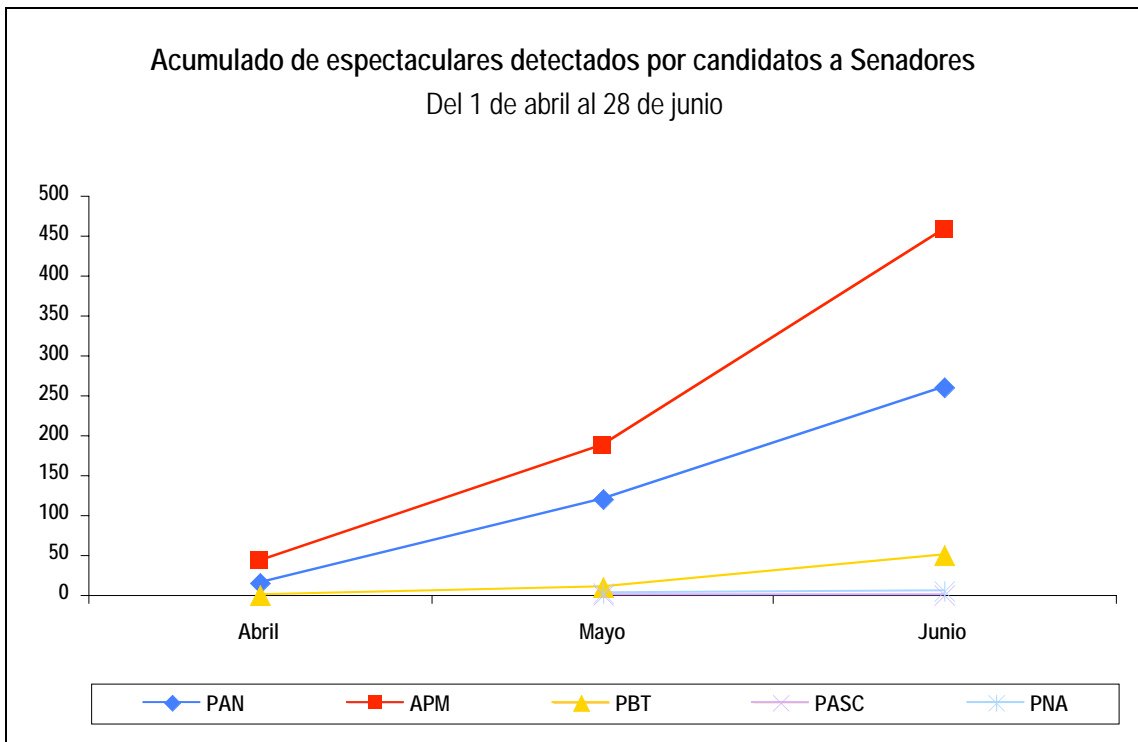
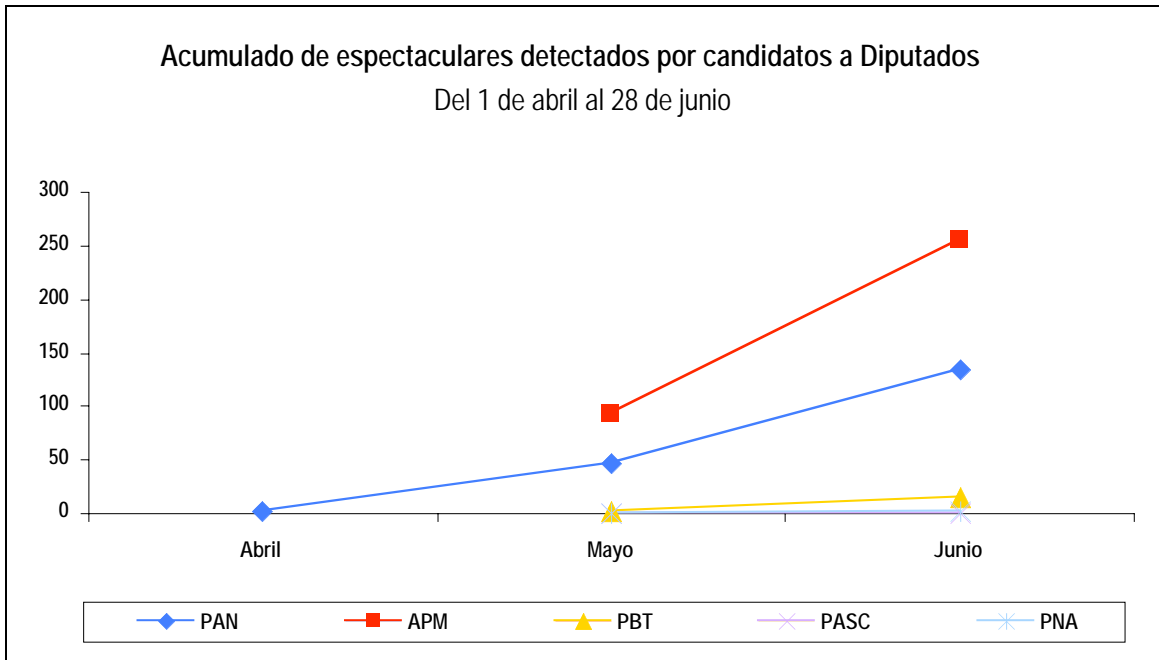
- Del 19 de enero al 28 de junio, se detectaron 5,722 anuncios espectaculares en la vía pública, de los cuales 66% corresponde a espectaculares de candidatos a Presidente de la República, 7% a Diputados, 13% a Senadores y 13% a genéricos.

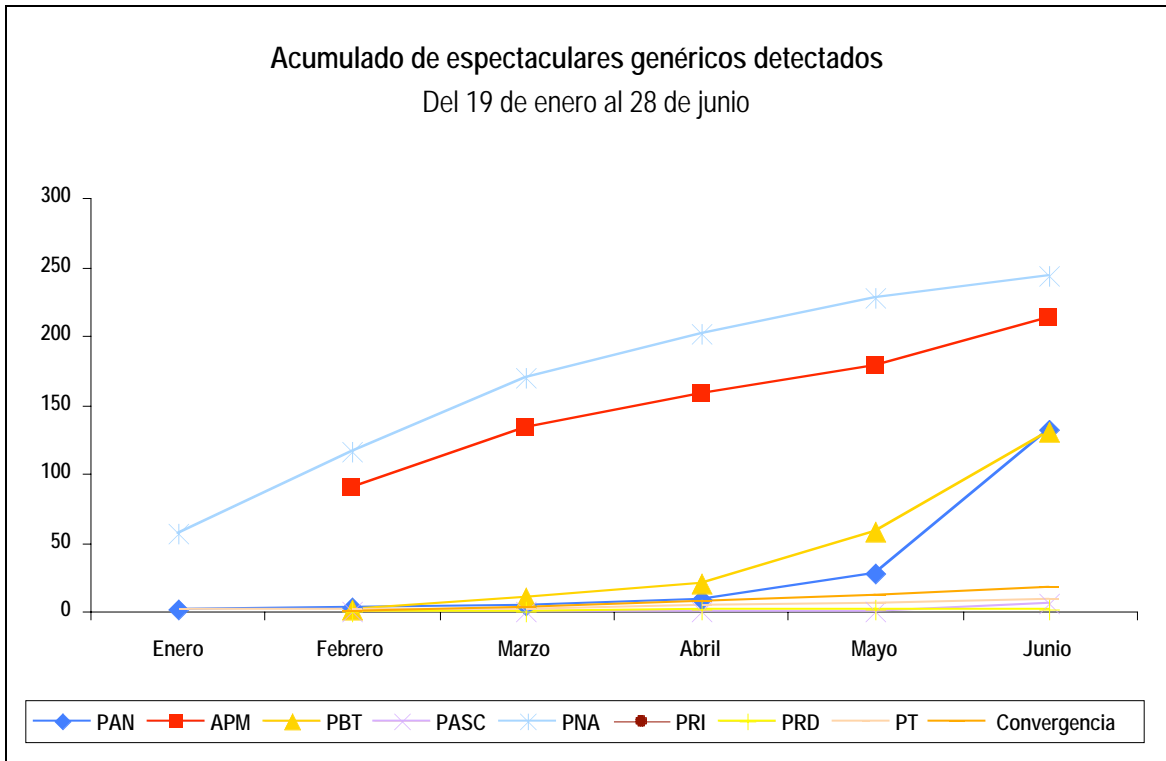
Espectaculares detectados por candidatos a Presidente, Diputados, Senadores y genéricos para cada partido o coalición

Del 19 de enero al 28 de junio

Partidos Políticos o Coalición	Candidatos a Presidente	Candidatos a Diputados	Candidatos a Senadores	Genéricos	Total
Partido Acción Nacional (PAN)	1,189	134	260	132	1,715
Alianza por México (APM)	2,315	256	458	213	3,242
Coalición por el Bien de Todos (CPBT)	127	14	49	131	321
Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesina (PASC)	0	0	0	6	6
Partido Nueva Alianza (PNA)	162	2	5	243	412
Partido de la Revolución Democrática (PRD)	0	0	0	1	1
Partido del Trabajo (PT)	0	0	0	8	8
Convergencia	0	0	0	17	17
Total	3,793	406	772	751	5,722







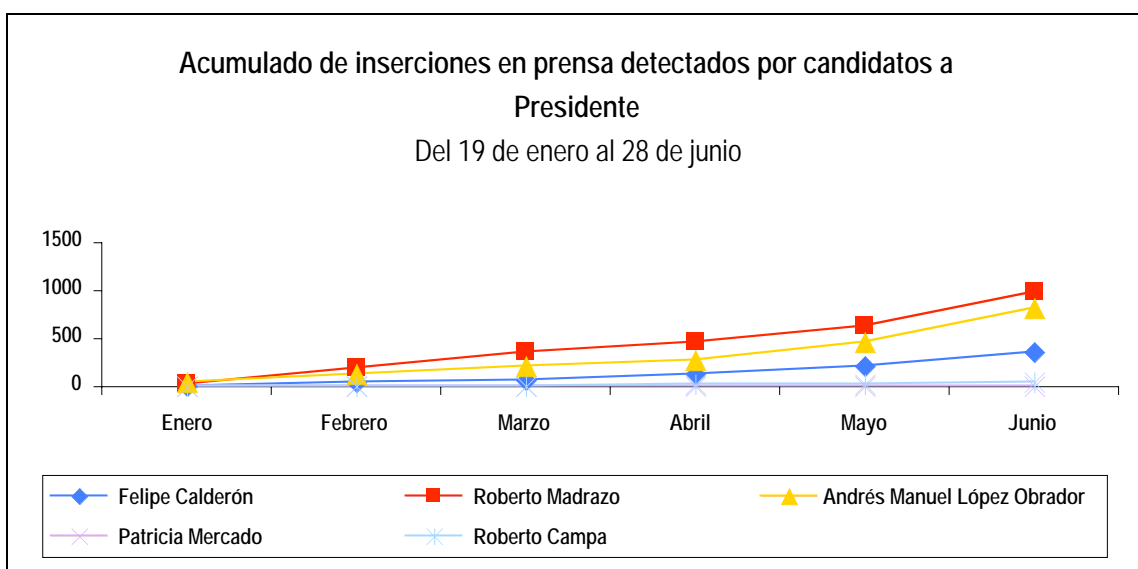
9. Monitoreo de inserciones en prensa

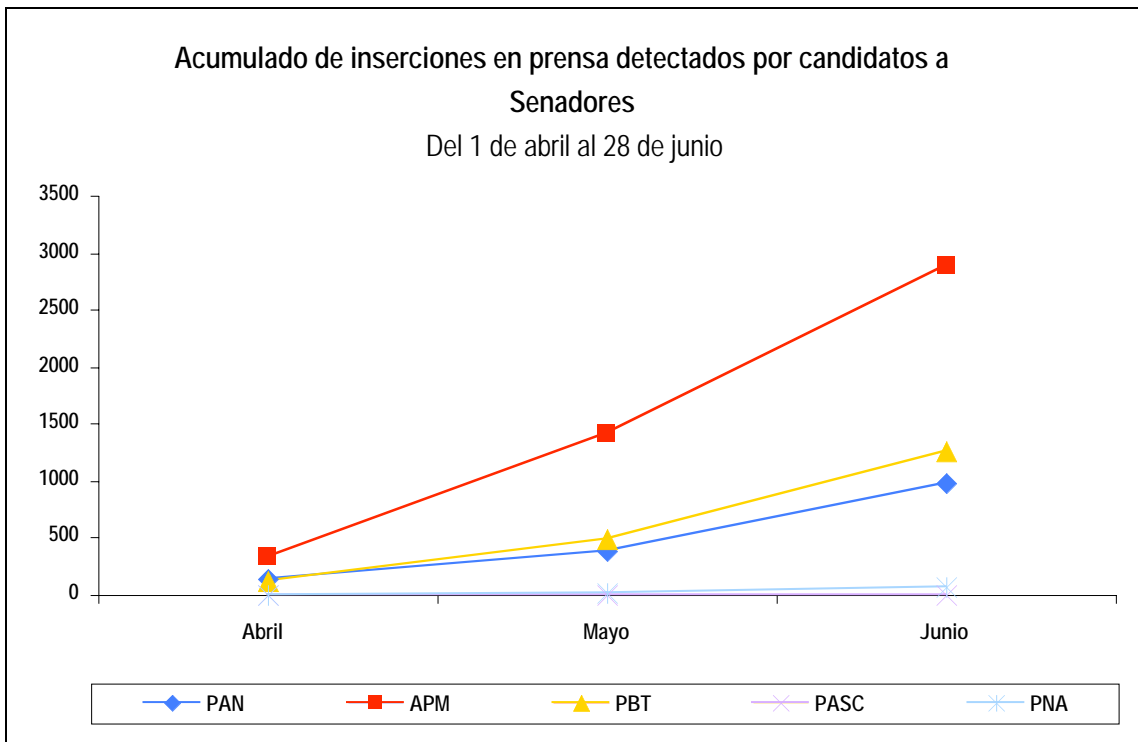
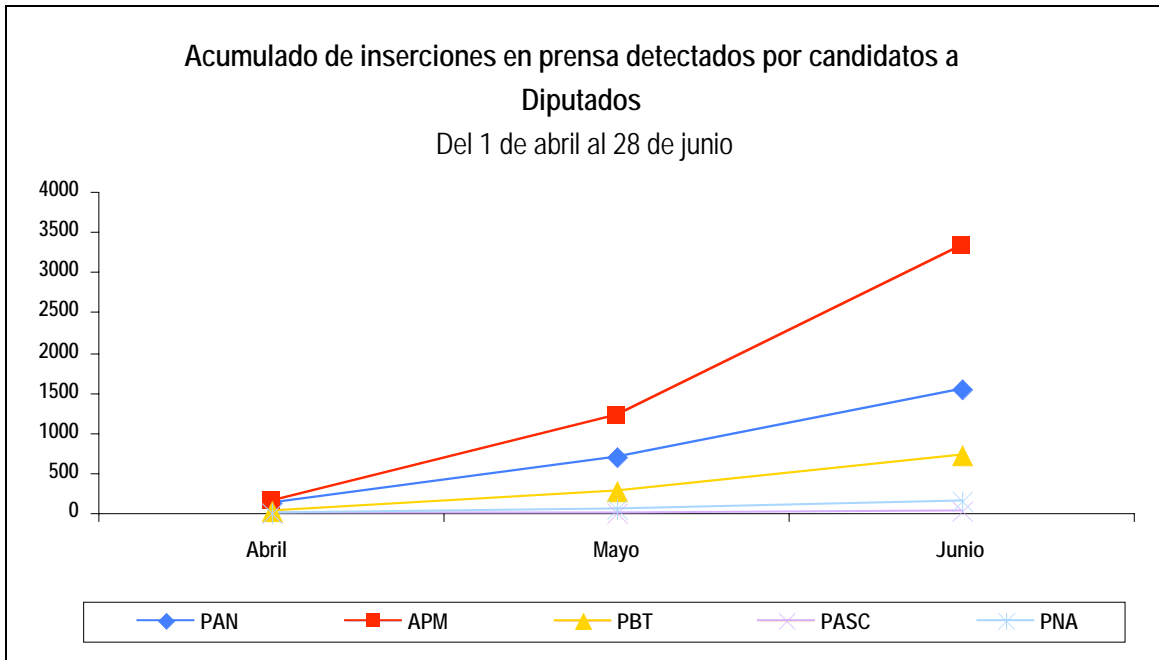
- Del 19 de enero al 28 de junio, se detectaron 15,579 inserciones en prensa, de los cuales 13% corresponde a inserciones a Presidente de la República, 37% a Diputados, 33% a Senadores y 16% a genéricos.

Inserciones en prensa detectados por candidatos a Presidente, Diputados, Senadores y genéricos para cada partido o coalición

Del 19 de enero al 28 de junio

Partidos Políticos o Coalición	Candidatos a Presidente	Candidatos a Diputados	Candidatos a Senadores	Genéricos	Total
Partido Acción Nacional (PAN)	350	1,539	973	708	3,570
Alianza por México (APM)	982	3,337	2,887	658	7,864
Coalición por el Bien de Todos (CPBT)	803	712	1,261	989	3,765
Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesina (PASC)	6	13	1	14	34
Partido Nueva Alianza (PNA)	38	140	78	55	311
Partido Revolucionario Institucional	0	0	0	10	10
Partido de la Revolución Democrática (PRD)	0	0	0	24	24
Partido del Trabajo (PT)	0	0	0	1	1
Total	2,179	5,741	5,200	2,459	15,579





Acumulado de inserciones en prensa genéricos detectados
Del 19 de enero al 28 de junio

