

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS QUE EMITE EL ORGANISMO PÚBLICO LOCAL ELECTORAL DEL ESTADO DE VERACRUZ PARA EL MONITOREO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS Y ELECTRÓNICOS

1. Presentación

El presente Manual tiene como finalidad principal establecer las condiciones operativas para que se regule el procedimiento del monitoreo a medios impresos y electrónicos, bajo una estructura metodológica y temática de la información.

El Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Impresos y Electrónicos se encuentra estructurado por los apartados metodológico, actividades preliminares, desarrollo o implementación del monitoreo y anexos.

- a) Apartado metodológico: comprende la presentación, el glosario, el objetivo general, los objetivos específicos, la justificación, los alcances y el fundamento legal.
- b) Actividades preliminares: comprende los requisitos y procedimientos para la contratación del servicio.
- c) Desarrollo: comprende los tipos de monitoreo, la auditoría del monitoreo, las variables que deberán ser consideradas en los reportes e informes de monitoreo cuantitativo y cualitativo.
- d) Anexos: incluye el Catálogo de Medios (impresos y electrónicos) así como las bitácoras de seguimiento.

Además, el monitoreo a los medios de comunicación impresos y electrónicos debe ser desarrollado indirectamente, a través de la contratación de una entidad conforme a lo establecido en el artículo 3 de los Lineamientos

El Manual establece las variables y los criterios de evaluación, tanto cuantitativos como cualitativos, objeto de regulación del monitoreo.

2. Glosario

Para los efectos del presente Manual de Procedimientos, se entenderán como:

- I. **Actores políticos:** Organizaciones políticas, las coaliciones, aspirantes a candidatos independientes, precandidatos, candidatos registrados, dirigentes políticos, militantes, afiliados o simpatizantes, así como servidores públicos.
- II. **Autoridades electorales:** Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Instituto Nacional Electoral, Tribunal Electoral del Estado de Veracruz y Organismo Público Local Electoral de Veracruz.

- III. **Autoridades y servidores públicos:** Las autoridades y los servidores públicos con función de mando en cualquiera de los Poderes de la Unión, de los Poderes Locales, los órganos de gobierno municipales, los órganos autónomos y cualquier otro ente público.
- IV. **Campaña electoral:** Es el conjunto de actividades realizadas por los partidos políticos, coaliciones y candidatos registrados ante el órgano electoral, para la obtención del voto; dichas actividades pueden ser: reuniones públicas, debates, asambleas, visitas, marchas, actos de difusión, publicidad y, en general, aquellos en que los candidatos o voceros de los partidos políticos y coaliciones se dirigen al electorado para promover sus plataformas políticas.
- V. **Catálogo de Medios:** Documento aprobado por la Comisión que contiene una relación ordenada de cada uno de los medios de comunicación, tanto impresos como electrónicos (sitios web y redes sociales).
- VI. **Comisión:** Comisión de Medios de Comunicación y Monitoreo a los Medios Informativos.
- VII. **Comité de Adquisiciones:** Comité de Adquisiciones del Organismo Público Local Electoral de Veracruz.
- VIII. **Consejo General:** Consejo General del Organismo Público Local Electoral de Veracruz.
- IX. **Debate:** Género argumentativo donde los participantes exponen sus ideas respecto de algún tema desde distintos puntos de vista. Generalmente es moderado por un conductor o reportero.
- X. **Dirección:** Dirección de Prerrogativas y Partidos Políticos del Organismo Público Local Electoral de Veracruz.
- XI. **Entidad:** Persona moral legalmente constituida con personalidad y capacidad jurídica para prestar los servicios de monitoreo de medios en materia electoral.
- XII. **Entrevista:** Género descriptivo-narrativo, que da a conocer una situación, un hecho o una personalidad con base en una serie de preguntas y respuestas.
- XIII. **Intercampaña:** Periodo que transcurre del día siguiente al que terminan las precampañas relativas a un cargo de elección popular, al día anterior al inicio de las campañas correspondientes.
- XIV. **OPLE:** Organismo Público Local Electoral del Estado de Veracruz.
- XV. **Organizaciones políticas:** Son los partidos políticos y las asociaciones políticas con registro o acreditación ante el OPLE.

- XVI. **Intercampañas:** Periodo que transcurre del día siguiente al que terminan las precampañas relativas a un cargo de elección popular, al día anterior al inicio de las campañas correspondientes.
- XVII. **Jornada electoral:** Conjunto de actos ordenados y sistematizados establecidos en el Código número 577 Electoral para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave llevados a cabo el día en que se celebran las elecciones.
- XVIII. **Lineamientos:** Lineamientos que emite el Organismo Público Local Electoral del Estado de Veracruz para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos, Digitales, Alternos y Cine.
- XIX. **Manual de procedimientos:** Documento utilizado para la ejecución del monitoreo a medios de comunicación impresos y electrónicos para los periodos de precampañas, intercampañas, campañas, veda electoral y jornada electoral del proceso electoral local respectivo.
- XX. **Medios de comunicación:** Los sujetos de monitoreo son los medios de comunicación impresos y electrónicos que se encuentran incluidos en el Catálogo de Medios aprobado por la Comisión.
- XXI. **Medios electrónicos:** Sitios web y redes sociales, que difundan información o propaganda de cualquiera de los sujetos susceptibles de monitoreo.
- XXII. **Medios impresos:** Los diarios y las revistas semanales, quincenales y mensuales.
- XXIII. **Monitoreo:** Verificación del número de promocionales publicados por los actores políticos y las autoridades electorales, así como el tratamiento que se da a la información relacionada con las precampañas y las campañas electorales de los actores políticos para difundir esa información. Además, comprende el registro de la propaganda gubernamental desde el inicio del periodo de campañas y hasta la jornada electoral y el seguimiento que se da a la propaganda difundida por los actores políticos en medios impresos y electrónicos.
- XXIV. **Monitoreo cualitativo:** Análisis sobre el trato que los medios otorguen a los actores políticos y al Instituto en la difusión de las precampañas, las intercampañas, las campañas, periodo de veda y jornada electoral; se identifica también, si el tratamiento de la información noticiosa es; positivo, negativo o neutro, y se vigila la equidad en la cobertura informativa.
- XXV. **Monitoreo cuantitativo:** Análisis que mide la cantidad de mensajes promocionales, propagandísticos e informativos que difunden los actores políticos y las autoridades electorales; asimismo, tiene por objeto verificar que los medios otorguen un trato equitativo en la difusión de las precampañas, las campañas, las intercampañas, periodo de veda y jornada electoral, así como verificar la suspensión de la transmisión de propaganda

gubernamental desde el inicio de las campañas electorales, de acuerdo con lo dispuesto en el párrafo segundo del artículo 71 párrafo segundo del Organismo Público Local Electoral del Estado de Veracruz.

- XXVI. **Monitoreo de medios electrónicos (sitios web y redes sociales):** Procedimiento a través del cual se identifican menciones, comentarios, publicaciones, *banners*, audios, videos y cualquier otra pieza de comunicación de los actores políticos en diversos sitios web y redes sociales.
- XXVII. **Opinión y análisis en medios impresos:** El enunciador interpreta y valora la información.
- XXVIII. **Partidos políticos:** Son entidades de interés público, con personalidad jurídica propia y tienen como finalidad promover la participación del pueblo en la vida democrática y contribuir a la integración de la representación estatal y municipal, de conformidad con los programas, principios e ideas que postulen y mediante el sufragio universal, libre, secreto y directo.
- XXIX. **Pieza de monitoreo:** En la nomenclatura de este Manual de Procedimientos, pieza de monitoreo equivale a mención, publicación, promocional y nota informativa.
- XXX. **Plazas alternas:** Las instalaciones que determine la entidad para llevar a cabo la verificación y el monitoreo de los medios de comunicación electrónicos e impresos, ubicadas en puntos estratégicos para la cobertura total en el Estado de Veracruz.
- XXXI. **Precampaña:** Es el conjunto de actos que realizan los partidos políticos, sus militantes y los precandidatos a cargos de elección popular debidamente registrados por cada partido, con el objeto de seleccionar al candidato o candidatos que serán registrados por el partido para la elección de que se trate.
- XXXII. **Presidencia:** Presidencia de la Comisión de Medios de Comunicación y Monitoreo a los Medios Informativos.
- XXXIII. **Propaganda de precampaña:** Aquellos artículos promocionales utilitarios que contengan imágenes, signos, emblemas y expresiones que tengan por objeto difundir la imagen y propuestas del partido político, coalición o candidato que lo distribuye con el propósito de promover y obtener la candidatura a los distintos cargos de elección popular.
- XXXIV. **Propaganda electoral:** Aquellos artículos promocionales utilitarios que contengan imágenes, signos, emblemas y expresiones que tengan por objeto difundir la imagen y propuestas del partido político, coalición o candidato que lo distribuye.
- XXXV. **Propaganda de autoridades electorales:** La que emiten los órganos electorales, tanto administrativos como jurisdiccionales, en el territorio estatal.

- XXXVI. **Propaganda gubernamental:** Es toda aquella que realizan los poderes públicos y órganos de gobierno, federal, estatal o municipal, órganos autónomos, fuera del periodo de inicio de campaña hasta el día de la jornada electoral, cuyo contenido se limita a identificar el nombre de la institución de que se trate.
- XXXVII. **Reportaje:** Género narrativo y expositivo que presenta los hechos, los interrelaciona, los contrasta y los 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. Atribuye las opiniones a las personas que las mantienen, pero no ofrece las del reportero.
- XXXVIII. **Secretaría Técnica:** Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, que funge como Secretaría Técnica de la Comisión de Medios de Comunicación y Monitoreo a los Medios Informativos.
- XXXIX. **Servidor público:** Servidores públicos con función de mando en cualquiera de los poderes de la Unión, de los poderes locales, los órganos de gobierno municipales, los órganos autónomos y cualquier otro ente público.
- XL. **Soporte digital:** Disco compacto (CD) o disco versátil digital (DVD), disco duro externo, entre otros.
- XLI. **Tarifarios:** Directorio especializado en medios de comunicación que contiene tablas de precios de publicidad.
- XLII. **Testigo:** Testimonio en formato digital, en el que se constata la presencia de los actores políticos en los medios de comunicación.
- XLIII. **Valoraciones:** Se clasifica como información valorada aquella que presenta verbalmente, adjetivos calificativos o frases idiomáticas que se utilizan como adjetivos y que se mencionan por el actor político, el conductor o el reportero del noticiario o servicio informativo. En el caso de que la nota informativa o mención no contenga alguna adjetivación, se considerará como neutra.
- XLIV. **Veda electoral:** Periodo que comprende los tres días anteriores al día de la jornada electoral, en el cual no se permitirán reuniones o actos públicos de campaña, propaganda o de proselitismo electorales.

3. Objetivo general

Desarrollar los procedimientos que permitan garantizar la equidad en la difusión de los actos proselitistas de los actores políticos y Organizaciones Políticas así como verificar y vigilar sus actividades en los medios impresos y electrónicos; observando que desde el inicio de las campañas electorales y hasta la conclusión de la jornada electoral se suspenda la difusión de toda propaganda gubernamental, de acuerdo con lo establecido en el párrafo segundo del artículo 71 del Código.

4. Objetivos específicos

- 4.1. Establecer los procedimientos y la metodología para el monitoreo a medios de comunicación impresos y electrónicos.
- 4.2. Determinar las características que deberán contener los reportes diarios y los informes semanales, así como del final.

5. Justificación

El presente Manual se utilizará para implementar los procedimientos en el monitoreo a medios de comunicación impresos y electrónicos.

6. Alcances

Generar mecanismos para la organización, el desarrollo, el control y la evaluación del monitoreo a medios de comunicación impresos y electrónicos durante el proceso electoral local respectivo.

7. Fundamento legal

Este Manual encuentra su fundamento legal en el artículo 49 del Código número 577 Electoral para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave. Así como en lo establecido en los Títulos Cuarto, Quinto y Sexto de los Lineamientos que Emite el Organismo Público Local Electoral del Estado de Veracruz para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos, Digitales, Alternos y Cine.

8. Actividades preliminares

8.1 De la contratación del servicio.

8.1.1 La Comisión, a través de la Dirección, solicitará al Comité de Adquisiciones, la contratación del servicio de monitoreo, conforme a lo establecido en la Normatividad del OPLE y demás aplicables.

8.1.2. El Comité de Adquisiciones llevará a cabo el procedimiento adquisitivo correspondiente para la contratación de la entidad que realizará el monitoreo, seleccionando la propuesta que brinde al OPLE las mejores condiciones disponibles en cuanto a precio, calidad, financiamiento, oportunidad y demás circunstancias pertinentes, bajo los siguientes criterios:

- a)** Contar con capacidad técnica y económica para la instalación y operación de plazas alternas en lugares adecuados que garanticen la privacidad y confidencialidad de la información.
- b)** Contar con sistemas automatizados para el procesamiento y almacenamiento de la información general a partir del monitoreo que se realice, mismos que deberán contar con herramientas tecnológicas que garanticen seguridad de la información.
- c)** Contar con plantas generadoras de electricidad que garanticen la no interrupción de la actividad del monitoreo.
- d)** Digitalizar el producto generado por la entidad.
- e)** Contar con personal suficiente, calificado y con experiencia en el manejo y procesamiento de la información generada en el monitoreo.

- f) Asignar a un encargado que esté en coordinación permanente con la Dirección y al pendiente de toda la actividad del monitoreo, para detectar posibles necesidades que se pudieran atender por parte de la entidad.
- g) Aceptar supervisión directa y continua por parte del personal del OPLE.
- h) Generar una página web exclusiva para la información del monitoreo, donde se puedan consultar, en todo momento y con la debida oportunidad: los testigos (por tipo de medio, partido político o coalición, autoridad electoral y autoridad gubernamental y actor político), los informes semanales, con el control de acceso, seguridad y confidencialidad establecidos previamente entre la entidad y la Comisión.
- i) Proporcionar los informes y reportes a detalle productos del monitoreo, de acuerdo con las características previstas en este Manual, almacenados en soporte digital, además un ejemplo de cada versión del testigo observado durante el periodo correspondiente.
- j) Tener en cuenta, en la propuesta técnica, el Catálogo de Medios aprobado por la Comisión.
- k) Aceptar que la información, los datos y los resultados del monitoreo son propiedad del OPLE.
- l) Respetar la confidencialidad de la información que tenga en su poder, en el entendido de que el incumplimiento de esta obligación será motivo suficiente para exigirle el resarcimiento de los daños y perjuicios que por esta conducta cause.
- m) Será obligación de la entidad entregar al Secretario Ejecutivo el informe final y la totalidad de los testigos en soporte digital, conforme a las características previstas en este Manual.

8.1.3. La elaboración del contrato se realizará de acuerdo con la normatividad y bases para la prestación del servicio.

8.1.4. Para efectos de precedentes para la contratación de la entidad, la Secretaría Técnica en coordinación con la Dirección de Administración y la Dirección Jurídica, deberá elaborar una ficha técnica, la cual contendrá los siguientes datos:

- 8.1.4.1. No haber sido sancionada administrativamente; o sujeta a procesos judiciales; o boletinada en función de la prestación de sus servicios a Organismos Electorales; ni tener antecedentes de incumplimiento en sus compromisos contractuales.
- 8.1.4.2. Acreditar experiencia mediante trabajos de monitoreo cuando menos en 4 procesos electorales, así como cuatro cartas de satisfacción emitidas por Órganos Electorales.
- 8.1.4.3. Acreditar su trayectoria profesional con al menos cuatro años de haber sido constituida la entidad.
- 8.1.4.4. Acreditar oficinas permanentes; equipos y mobiliario propio.
- 8.1.4.5. Acreditar capacidad económica y financiera.
- 8.1.4.6. Acreditar la capacidad tecnológica y técnica de los equipos y personal ejecutivo, así como operativo.

9. Desarrollo o implementación del monitoreo

9.1. Recopilación y seguimiento de la información.

9.1.1 La entidad deberá contar con un servidor de base de datos que permita el almacenamiento (archivo histórico) de toda la información generada durante el monitoreo,

y así puedan ser consultados de manera permanente, desde la página web creada para tal fin, todos los testigos del monitoreo y los reportes diarios y los informes semanales, así como el informe final, una vez que sean rendidos ante la Comisión y los reportes a detalle correspondientes.

9.1.2 El sistema permitirá la impresión y descarga de la información relativa al monitoreo, para tal efecto, la entidad entregará con toda oportunidad a la Presidencia las claves de acceso a la página y ésta, a su vez, las distribuirá a los integrantes de la Comisión.

9.1.3 Para llevar a cabo el seguimiento de las precampañas, intercampañas, campañas electorales, veda electoral y jornada electoral se monitorean los medios de comunicación contenidos en el catálogo de medios de manera permanente en los siguientes rubros, según corresponda:

- a) Propaganda política.
- b) Propaganda electoral.
- c) Propaganda gubernamental.
- d) Propaganda de autoridades electorales.
- e) Reporte de encuestas publicado por cualquier medio.

9.1.4 Serán susceptibles de monitoreo los promocionales y menciones que hagan alusión a los actores políticos y al respectivo proceso electoral del Estado de Veracruz.

9.1.5 Se monitoreará cualquier anuncio o mención sobre precampañas, intercampañas, campañas, veda electoral y jornada electoral de los precandidatos, candidatos de cada partido político o coalición y candidatos independientes a puestos de elección popular en el Estado de Veracruz, así como cualquier aparición de los mismos en los espacios que difunden noticias, independientemente del tema que traten y la manera en que sean presentados.

9.1.6 En caso de notas compartidas donde aparezcan menciones de dos o más actores políticos, la contabilización se hará para todos los que participen en la nota.

9.1.7 La Dirección será el canal de comunicación entre el OPLE y la entidad, a fin de que se transmitan los requerimientos, observaciones y dudas de la Comisión de manera correcta.

9.1.8 La Comisión, por sí o a través de la Secretaría Técnica, supervisará de manera continua la labor del monitoreo desarrollado por la entidad, mediante visitas a sus instalaciones.

9.2. El producto del monitoreo requerido por el OPLE.

9.2.1 Los reportes e informes deberán ser digitalizados.

9.2.2 La integración de los contenidos de los informes deberá ser ejecutiva, además de los reportes a detalle (base de datos).

9.2.3 Cualquier ajuste deberá ser reportado a la Secretaría Técnica a la brevedad, con la finalidad de no sesgar la información.

9.2.4 Los reportes serán diarios y los informes serán semanales, igualmente, se elaborará un informe final, ajustándose al calendario previsto en el contrato.

9.2.5 Los reportes e informes serán cuantitativos y cualitativos.

9.2.6 Los reportes e informes deberán presentar tablas y gráficas para apoyar e ilustrar la información; mismos que deberán ser almacenados en soporte digital.

9.2.7 Los reportes e informes deberán ser elaborados tomando en cuenta todas las variables previstas en el presente Manual de Procedimientos.

9.2.8 La totalidad de la información que se genere, tanto en reportes como informes, deberá ir acompañada por una versión impresa y una versión digital, y pueda ser resguardada en un medio electrónico idóneo.

9.3. De las características de los informes.

9.3.1 La entidad deberá presentar informes semanales y final, por tipo de medio de comunicación y actores políticos. La presentación se hará de acuerdo con lo establecido en el artículo 50 de los Lineamientos.

9.3.2 La entidad deberá tomar en cuenta, para la elaboración y presentación de los informes ejecutivos, la siguiente estructura: índice, presentación, metodología, monitoreo cualitativo, cuantitativo y conclusiones.

9.3.3 Los informes ejecutivos deberán ser analíticos, cuantitativos y cualitativos, claros, concretos y precisos, reflejando la presencia de los actores políticos y autoridades electorales, así como la propaganda gubernamental en los medios de comunicación.

La entidad deberá realizar un apartado del seguimiento de las precampañas, intercampañas, campañas, veda electoral y jornada electoral, de los partidos políticos, coaliciones y en su caso candidatos independientes, por tipo de medio de comunicación, versión del promocional y número de inserciones, presentándolos de manera individual y colectiva.

9.3.4 Además, los informes deberán contener reportes a detalle (base de datos) de la información detectada, conforme a los anexos de este Manual que al efecto sean aprobados por la Comisión.

9.3.5 Se deberá verificar y constatar, previo a la entrega de los informes, que los datos y la información contenida en los mismos, sean coherentes y se eviten errores o confusiones.

9.3.6 Las conclusiones que presente la entidad en los informes respectivos deben contener información sustantiva, estableciendo una jerarquía, de acuerdo con la importancia del tema.

9.4. Presentación de resultados.

9.4.1 Apoyada en la entidad, la Secretaría informará periódicamente al Consejo General sobre los informes semanales y el informe final del monitoreo.

9.4.2 Los informes semanales y final deberán contener una valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados, así como las recomendaciones que se estimen conducentes por parte de la Comisión.

9.4.3 En caso de que la Comisión detecte errores en los informes presentados por la entidad, no se tendrán por rendidos, procediendo a regresarlos, con escrito de por medio, a efecto de que sean corregidos y presentados nuevamente ante el Secretario Ejecutivo. En caso de ser reiterativas las fallas de la entidad, la Comisión solicitará se inicie el procedimiento que conforme a derecho corresponda.

9.4.4 Los informes semanales y final, serán entregados con informes ejecutivos analíticos, cuantitativos y cualitativos, de los cuales deberá entregarse: uno en forma impresa y digital, el cual será entregado a la Secretaría Ejecutiva. Si la Comisión lo determina, la entidad deberá entregar los ejemplares solicitados en menos de 36 horas, acompañando cada ejemplar con el soporte digital correspondiente.

El informe final se entregará dentro de los diez días siguientes a la conclusión del programa de monitoreo.

Ambas versiones se entregarán a la Secretaría Ejecutiva, en sobre cerrado.

9.4.5 Una vez concluidos los trabajos de monitoreo, la entidad deberá remitir toda la información capturada y segmentada por tipo de medio, partido político o coalición y en su caso candidato independiente, autoridad electoral, autoridad gubernamental y actor político, así como sus testigos debidamente clasificados, todo deberá estar guardado en un disco duro externo.

10. Tipos de monitoreo

10.1. Monitoreo cuantitativo

10.1.1. El monitoreo cuantitativo tendrá como finalidad verificar la propaganda de los actores políticos para identificar y cuantificar las inserciones, publicidad e información en los medios que corresponden a este manual.

10.1.2. Se deberán monitorear tanto los medios de comunicación impresos y electrónicos nacionales y estatales como los escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones en audio y video, proyecciones, publicidad virtual en Internet y las expresiones que, durante la precampaña, intercampaña, campaña, veda electoral y jornada electoral, producen y difunden los actores políticos, autoridades electorales y gubernamentales, de acuerdo con lo siguiente:

- a) La propaganda gratuita o pagada que los actores políticos, autoridades electorales y gubernamentales difundan en los medios de comunicación impresos y electrónicos.
- b) La información vertida por los actores políticos que emitan declaraciones en tal carácter y aquella relacionada con el proceso electoral.
- c) Las noticias generadas por servidores públicos municipales, estatales o federales únicamente cuando el actor directo emita una declaración en el ámbito del proceso electoral estatal y sobre un tema de interés partidista estatal.
- d) La información de tipo editorial vertida en columnas políticas o editoriales de los medios impresos, así como los diversos géneros periodísticos mediante los cuales es posible manejar la información (entrevista, reportaje, crónica, columna, artículo, noticia, editorial, análisis y ensayo, entre otros).
- e) Fotografías, caricaturas, publicidad virtual en Internet que hagan referencia directa a los actores políticos, servidores electorales y servidores públicos municipales, estatales o federales, solamente cuando hagan mención del proceso electoral estatal.

10.2. Monitoreo cualitativo.

10.2.1. El monitoreo cualitativo tiene la finalidad de permitir al OPLE contar con un enfoque analítico de la información que difunden los medios de comunicación, al obtener información estratégica para conocer, entre otros elementos, su tendencia, la equidad en la contienda; así como conocer el espacio dedicado en los mensajes que difundan información relacionada con los actores políticos y el proceso electoral.

10.2.2. En el caso del monitoreo cualitativo, el sistema de la información deberá contar con un análisis de la información reportada, síntesis informativa junto con el testigo, mismo que pueda ser consultado en la página electrónica creada por la entidad para los fines del presente

monitoreo. En el monitoreo se atenderá la información que haga referencia explícita a los actores políticos, autoridades gubernamentales y electorales que participan en el proceso electoral en el Estado de Veracruz, lo que incluye:

- a) Información sobre acontecimientos y declaraciones de dirigentes partidistas cuando éstos se refieran a temas de precampaña, intercampaña, campaña electoral y jornada electoral o cuando el emisor sea el propio partido, coalición, sus precandidatos o candidatos, aun en el caso de que se consideren otros temas.
- b) La entidad seleccionará la información que se difunda en las precampañas, intercampañas, campañas, veda electoral y jornada electoral de cada uno de los actores políticos, autoridades electorales, servidores públicos federales, estatales o municipales o sobre el proceso electoral local, en medios electrónicos, impresos e Internet, realizando valoraciones del contenido, clasificándola como positiva, negativa o neutra, teniendo en cuenta los criterios metodológicos que se enuncian a continuación:

11. Método para evaluar “Valoración de la información”

1. Se contabilizará el número de piezas de monitoreo que presentaron alguna valoración expresada mediante algún adjetivo calificativo o frase idiomática utilizada como adjetivo explícito hacia el actor político. Se contabilizará también el número de piezas de monitoreo que no tuvieron ninguna adjetivación, las cuales se considerarán como piezas neutras.
2. De la información que presentó alguna adjetivación, implicación o calificación, se deberá distinguir entre aquéllas que fueron negativas y aquéllas que fueron positivas.
3. Se clasifica como información positiva o negativa aquella que presente verbalmente o de manera escrita adjetivos calificativos y/o frases idiomáticas que se utilicen como adjetivos y sean mencionadas por el actor político, reportero o servicio informativo, locutores o cualquier voz en *off*.
4. 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 será sujeta de monitoreo.
5. 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 las piezas de monitoreo menos aquellas de opinión y análisis, y debate. En adición, también será contabilizado el tiempo de exposición o dedicado a los actores políticos en todos los géneros para fines del monitoreo.
6. 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.
7. Tipos de valoración. Se clasifican como positivas, negativas o neutras de acuerdo a los siguientes criterios:

Positiva: cuando la mención presente adjetivos o frases idiomáticas que se utilicen como adjetivos y que favorezcan al actor político aludido, se emitan juicios de valor

favorables de los mismos o cuando se resalten sus actos por medio de adjetivos positivos.

Negativa: cuando la mención presente adjetivos o frases idiomáticas que se utilicen como adjetivos y que perjudiquen al actor político aludido, se emitan juicios de valor desfavorables a éstos o se resalten sus actos por medio de adjetivos negativos.

Neutra: cuando sólo se presente la información de los hechos de manera objetiva, sin mostrar valoración alguna.

La entidad deberá presentar los elementos que tomará en consideración para la clasificación de la valoración.

En el monitoreo cualitativo también será necesario considerar, los siguientes elementos:

- a) **Objetividad:** el apego fiel a los hechos relacionados con los actores políticos y el proceso electoral en la difusión de la información en los noticiarios o servicios informativos.
- b) **Equidad:** igualdad en la cantidad de tiempos y espacios que se otorgan a los partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes. También se atenderá el orden de presentación de la información relativa a las precampañas, intercampañas, campañas, veda electoral y jornada electoral, tomando en cuenta el contenido y alcance de la información en los servicios informativos, relacionada con los actores políticos y el proceso electoral, de tal manera que haya una evaluación objetiva para todos los partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes en la jerarquización de la información.
- c) **Calidad uniforme en el manejo de la información:** verificar si en los servicios informativos de Internet, así como en los espacios en los medios impresos, se difunden las actividades de los actores políticos, de las precampañas, intercampañas, campañas, veda electoral y jornada electoral atendiendo a los criterios de uniformidad en el formato y en la calidad de los recursos técnicos utilizados por los medios de comunicación. La entidad deberá proporcionar información que sirva de base a la Comisión para realizar una valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados y llevar a cabo el análisis respectivo.
- d) **Tiempo de transmisión y espacio publicado:** el tiempo y espacio que se destine a la información noticiosa sobre las precampañas, intercampañas, campañas, veda electoral y jornada electoral de los actores políticos dentro del servicio informativo o medio impreso.

12. Auditoría al monitoreo

Durante el desarrollo del monitoreo, la Comisión podrá llevar a cabo los procedimientos necesarios para la auditoría al trabajo que realice la entidad, con el propósito de observar la correcta aplicación de los Lineamientos y del presente Manual de Procedimientos.

13. Variables que deberán ser consideradas en los informes del monitoreo cuantitativo

Se deberán identificar y cuantificar las menciones propagandísticas, patrocinios o inserciones en medios electrónicos sobre los actores políticos y el proceso electoral.

13.1 Sitios web y redes sociales

Se debe monitorear aquellos sitios web incluidos en el Catálogo de Medios para el proceso electoral respectivo, que comercializan sus espacios en Internet y en aquellos otros sitios web que sean solicitados por los integrantes de la Comisión, así como las redes sociales que se indiquen en el Catálogo determinado para ello.

13.1.1. Número. Se otorgará un número consecutivo a cada formato publicitario *online*, de acuerdo con el orden cronológico de aparición.

13.1.2. Fecha. Fecha de publicación del promocional en formato día, mes y año (dd/mm/aaaa).

13.1.3. Nombre de la página. Nombre de la página web donde se publicó el promocional.

13.1.4. Dirección electrónica. Dirección electrónica de la página web donde se ubica el promocional.

13.1.5. Ubicación del promocional. Anotar la dirección electrónica completa de la página web donde se encontró el promocional.

13.1.6. Clasificación. La entidad deberá especificar el tipo de formato publicitario *online* observado.

13.1.7. Nombre del actor.

13.1.8. Candidatura. Tipo de candidatura a la que se postula el precandidato, candidato o candidato independiente.

a) Gobernador.

b) Diputado local.

13.1.9. Distrito. El número de distrito por el que contiene el precandidato o candidato a diputado.

13.1.10. Organizaciones Políticas.

13.1.11. Identificación de la versión transmitida. Nombre con el cual la entidad denomina a la versión del formato publicitario *online*.

13.1.12. Modalidad de propaganda:

a) Política.

b) Electoral.

c) Gubernamental.

d) De autoridades electorales.

e) Reporte de encuestas publicado por cualquier medio.

13.1.13. Costo unitario. Tomando como meros indicadores los tarifarios que aporte la entidad contratada, los cuales serán indicativos y en ningún caso vinculantes.

13.2 Medios impresos

El monitoreo cuantitativo a medios de comunicación impresos tiene como fin verificar la propaganda de los actores políticos para identificar y cuantificar las menciones propagandísticas o patrocinios en las inserciones pagadas en medios impresos.

13.2.1. N°. Se otorgará un número consecutivo, de acuerdo con el orden cronológico de aparición.

13.2.2. Fecha de publicación. Fecha en que se publicó la publicidad en formato día, mes y año dd/mm/aaaa.

13.3.3. Tipo de medio impreso.

a) Periódico.

b) Revista.

13.2.4. Nombre del medio. Denominación del medio impreso donde se publicó la publicidad.

13.2.5. Grupo editorial. Al que pertenece la publicación.

- 13.2.6. Periodicidad. Periodicidad del medio impreso donde se publicó la inserción.
- 13.2.7. Plaza. Instalación donde se recibe el medio impreso.
- 13.2.8. Circulación (de acuerdo con el Catálogo de Medios aprobado por la Comisión):
- a) Nacional.
 - b) Regional.
 - c) Local.
- 13.2.9. Tiraje.
- 13.2.10. Nombre del actor.
- 13.2.11. Candidatura. Tipo de candidatura a la que se postula el precandidato o candidato o candidato independiente.
- a) Gobernador.
 - b) Diputado local.
- 13.2.12. Distrito. El número de distrito por el que contiene el precandidato o candidato a diputado.
- 13.2.13. Organizaciones Políticas.
- 13.2.14. Página. Número de la página donde se encontró la inserción o nota.
- 13.2.15. Ubicación. Ubicación en el medio especificando la sección:
- a) Primera plana.
 - b) Página par o impar.
 - c) Interiores.
 - d) Contraportada.
- 13.2.16. Tamaño. Una plana, media plana, robaplana, un cuarto, cintillo, etcétera.
- 13.2.17. Tipo de inserción. Desplegado o inserción pagada.
- 13.2.18. Elementos de la inserción. La entidad deberá identificar los diferentes elementos que contenga la inserción, ejemplo: texto, foto B/N, foto color, emblema, cintillo, caricatura, entre otros.
- 13.2.19. Modalidad de propaganda:
- a) Política.
 - b) Electoral.
 - c) Gubernamental.
 - d) De autoridades electorales.
 - e) Reporte de encuestas publicado por cualquier medio.
- 13.2.20. Costo unitario. Tomando como meros indicadores los tarifarios que aporte la entidad contratada, los cuales serán indicativos y en ningún caso vinculantes.

14. Variables que se deberán considerar en los informes del monitoreo cualitativo

El monitoreo cualitativo a medios de comunicación consistirá en analizar el tratamiento de la información generada en los medios de comunicación impresos y electrónicos sobre los actores políticos y el proceso electoral.

14.1 Electrónicos (sitios web y redes sociales)

- 14.1.1. N°. Se otorgará un número consecutivo a cada mención o publicación, de acuerdo con el orden cronológico de aparición.
- 14.1.2. Fecha. Fecha de reporte en que se identificó la mención o publicación en formato día, mes y año (dd/mm/aaaa).

- 14.1.3. Nombre del dominio. Nombre de la página web o red social donde se realizó la publicación.
- 14.1.4. Dirección electrónica. Dirección electrónica completa de la página web o red social donde se encontró la mención.
- 14.1.5. Nombre del actor político.
- 14.1.6. Candidatura. Tipo de candidatura a la que se postula el precandidato o candidato.
- Gobernador.
 - Diputado local.
- 14.1.7. Distrito. El número de distrito por el que contiene el precandidato o candidato a diputado.
- 14.1.8. Partido político, coalición, candidato independiente, autoridad electoral o gubernamental.
- 14.1.9. Modalidad de propaganda:
- Política.
 - Electoral.
 - Gubernamental.
 - De autoridades electorales.
 - Reporte de encuestas publicado por cualquier medio.
- 14.1.10. Valoración.
- Positiva.
 - Negativa.
 - Neutra.
- 14.1.11. Resumen.
- 14.1.12. Criterios de evaluación.
- Objetividad.
 - Manejo de información o tipo de mensaje.
 - A favor.
 - Descalificativo.
 - Crítica.
 - Imparcial.
 - Formato.
 - Mensaje.
 - De entrevista.
 - Informativo-narrativo.

14.2 Medios impresos

En el monitoreo cualitativo se analizará el tratamiento de la información generada en los medios de comunicación impresos que tienen cobertura en la mayor parte del Estado de Veracruz, de acuerdo con el tiraje,

- 14.2.1. N°. Se otorgará un número consecutivo de acuerdo con el orden cronológico de aparición.
- 14.2.2. Fecha de publicación. De la nota en formato día, mes y año dd/mm/aaaa.
- 14.2.3. Nombre del medio. Denominación del medio impreso donde se publicó la nota.
- 14.2.4. Grupo editorial. Al que pertenece la publicación.
- 14.2.5. Periodicidad. Diaria, semanal, quincenal o mensual.
- 14.2.6. Tiraje.
- 14.2.7. Circulación:

- a) Nacional.
- b) Regional.
- c) Local.

14.2.8. Nombre del actor.

14.2.9. Candidatura. Tipo de candidatura a la que se postula el precandidato o candidato.

- a) Gobernador.
- b) Diputado local.

14.2.10. Distrito. El número de distrito por el que contiene el precandidato o candidato a diputado.

14.2.11. Partido político, coalición, candidato independiente, autoridad electoral o gubernamental.

14.2.12. Modalidad de propaganda:

- a) Política.
- b) Electoral.
- c) Gubernamental.
- d) De autoridades electorales.
- e) Reporte de encuestas publicado por cualquier medio.

14.2.13. Ubicación. Ubicación en el medio especificando la sección:

- a) Primera plana.
- b) Página par o impar.
- c) Interiores.
- d) Contraportada.

14.2.14. Espacio otorgado. (1/8, 1/4, 1/2, 3/4, una plana, cintillo, robaplana, etcétera).

14.2.15. Página. Número de la página donde se localizó la información.

14.2.16. Tipo de información. Columna, entrevista, nota informativa, reportaje, fotografía y caricatura política.

14.2.17. Valoración.

- a) Positiva.
- b) Negativa.
- c) Neutra.

14.2.18. Resumen. Del texto informativo.

14.2.19. Criterios de evaluación:

- a) Fotografía en blanco y negro, acompañando las notas, entrevistas, reportajes, columnas políticas, artículos y editoriales.
- b) Fotografía a color, acompañando las notas, entrevistas, reportajes, columnas políticas, artículos y editoriales.
- c) Caricatura en relación con las notas, entrevistas, reportajes, columnas políticas, artículos y editoriales.
- d) Emblema del partido político, coalición o candidato independiente, ilustrando o distinguiendo las notas, entrevistas, reportajes, columnas políticas, artículos, fotografías, ilustraciones o caricaturas y editoriales.
- e) Gráficos en torno a las notas, entrevistas, reportajes, columnas políticas, artículos, fotografías y editoriales.

15. Anexos

15.1. Catálogo de Medios.

15.1.1 Catálogo de medios impresos.

- 15.1.2 Catálogo de medios electrónicos.
- 15.1.2.1 Redes sociales.
- 15.1.2.2 Sitios web.
- 15.2 Bitácoras de seguimiento.