

Monitoreo Campaña Regular

Informes de Campaña 2006

El artículo 12.19 del Reglamento de Fiscalización de los Partidos Políticos, aplicable también a coaliciones, en términos del artículo 10.1 del Reglamento de la materia, dispone la realización de **monitoreos de promocionales en radio y televisión, inserciones en prensa y anuncios espectaculares** colocados en la vía pública y cualquier otro medio que la Comisión determine; de tal manera que los resultados de dichos monitoreos sean contrastados con lo que reporten los partidos en estos rubros, dentro de sus informes de campañas. Adicionalmente, se busca avanzar en materia de transparencia por lo que la Comisión de Fiscalización puede hacer públicos los resultados agregados de los monitoreos, sin poner en riesgo los procesos de fiscalización; es decir, de ninguna manera se hará pública la muestra de plazas, canales, periodos u horarios que serán monitoreados, sino solamente las cantidades totales o porcentajes correspondientes a cada uno de los candidatos. La finalidad de la publicación de estos resultados será dar a conocer a la ciudadanía la información de los partidos políticos en cuanto a la publicidad adquirida.

Antecedentes

- Del 19 de enero al 28 de junio de 2006, se 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.
- Fueron 20 las plazas del país que fueron seleccionadas para la realización del **monitoreo de radio y televisión** misma que fue realizada a través de la empresa IBOPE AGB México, S.A. de C.V.
- Además, se **monitorearon más de 200 periódicos** que se publican en las 32 entidades federativas del país, efectuado por la Coordinación Nacional de Comunicación Social del Instituto, en conjunto con las juntas ejecutivas locales y distritales y bajo la supervisión de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos.
- Finalmente el **monitoreo de anuncios espectaculares** en la vía pública se realizó en las principales avenidas de 20 plazas del país, llevado a cabo por la empresa Sigmados, S.A. de C.V.
- Por mandato de la Comisión de Fiscalización del IFE los resultados están a disposición del público a través de la página del Internet del Instituto.
- 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.

Marco Normativo

- El Consejo General del Instituto aprobó en sesión extraordinaria del 30 de septiembre de 2005 el Acuerdo CG197/2005 que presenta la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas por el que se instruyó a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos que contratara los servicios de empresas especializadas para la realización para monitoreos de los promocionales que los partidos políticos difundan a través de la radio y la televisión, así como de los anuncios espectaculares colocados en la vía pública y se ordenó a la Unidad Técnica de Coordinación Nacional de Comunicación Social que llevara a cabo un monitoreo de los desplegados que publicaran los partidos políticos en medios impresos en todo el país, durante las campañas electorales correspondientes al Proceso Electoral Federal 2005-2006, misma que fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 7 de noviembre del mismo año.
- 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.

Metodología

- Debe destacarse que los monitoreos fueron muestrales.
- 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 georeferenciación y registro de contenido de materiales propagandísticos utilizados por los partidos y coaliciones durante la campaña electoral. La autoridad electoral con los respaldos en fotografía digital de todos los anuncios detectados durante la campaña electoral en las rutas establecidas para este ejercicio.

Resultados de los monitoreos

Los monitoreos fueron contrastados con lo que reportaron los partidos o coaliciones en los rubros correspondientes dentro de sus informes de campañas en los términos siguientes:

- La propaganda en anuncios espectaculares colocados en la vía pública reportada en términos del artículo 12.12 del Reglamento de partidos, aplicable a las coaliciones políticas, que señala que los partidos podrán contratar publicidad considerada como anuncios espectaculares en la vía pública para sus campañas electorales con la imagen o el nombre de candidatos o militantes de un partido, su logotipo, lemas o slogans que identifiquen al partido o a cualquiera de sus militantes o candidatos, ajustándose a las disposiciones establecidas.
- La propaganda en prensa reportada en términos del artículo 12.9 del Reglamento de partidos, aplicable a las coaliciones políticas, que señala que los comprobantes de los gastos efectuados en propaganda en prensa deberán incluir una relación de cada una de las inserciones que ampara la factura, las fechas de publicación, el tamaño de cada inserción o publicación, el valor unitario de cada inserción o publicación y en su caso, el nombre del candidato beneficiado con cada una de ellas ajustándose a las disposiciones establecidas.
- La propaganda en radio y televisión reportada y registrada por los partidos políticos y las coaliciones durante el Proceso Electoral Federal de 2006, en términos del artículo 12.10 del Reglamento de la materia, aplicable a las coaliciones políticas, que señala que los comprobantes de los gastos efectuados en propaganda en radio y televisión deberán incluir, en hojas membretadas de la empresa que se anexen a cada factura, una relación de cada uno de los promocionales que ampara la factura y el periodo en el que se transmitieron en medio magnético y en hoja impresa un

resumen con la información de las hojas membretadas en hoja de cálculo electrónica.

Los resultados de dichos monitoreos fueron dados a conocer en el Dictamen Consolidado que presentó la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas al Consejo General del Instituto Federal Electoral, respecto de la revisión de los informes de campaña de los partidos políticos nacionales y coaliciones relacionados con el Proceso Electoral Federal 2005-2006, de los siguientes partidos o coaliciones:

- Partido Acción Nacional
- Coalición "Alianza por México" (PRI y PVEM)
- Coalición "Por el Bien de Todos" (PRD, PT y Convergencia)
- Partido Nueva Alianza
- Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesina

Informes de Campaña 2003

En el proceso electoral federal 2002-2003 no había normas específicas en el Reglamento de partidos que regularan las practicas de monitoreos, sin embargo la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas al ser el órgano encargado de vigilar que los recursos se apliquen estricta e invariablemente para las actividades señaladas en la ley, necesitaba contar con los medios adecuados que le permitieran desempeñar con eficacia sus tareas, particularmente, si bien no de manera exclusiva, en los rubros de mayor concentración de gastos; para esto, realizó la contratación de una empresa especializada, de conformidad con los mecanismos legales aplicables para realizar labores de monitoreo de los promocionales que los partidos políticos difundían en radio y televisión, con objeto de estar en posibilidad de verificar el cumplimiento del artículo 48, párrafos 1 y 13 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. Asimismo, contó con el apoyo de la Unidad Técnica de Coordinación Nacional de Comunicación Social, en la realización de un monitoreo de la publicidad de los partidos políticos en medios impresos, para estar en posibilidad de verificar que todos los gastos electorales realizados en este rubro quedarán debidamente registrados.

Lo anterior, le permitió a la Comisión de Fiscalización llevar a cabo una compulsión entre los recursos erogados por los partidos políticos en **prensa y televisión**, y lo reportado por aquellos en sus informes de campaña garantizando así la transparencia y legalidad en la aplicación de los recursos de los partidos políticos.

Antecedentes

- Del 19 de abril al 2 de julio de 2003, se realizó el monitoreo muestral de promocionales en radio y televisión e inserciones en prensa que promovían a los candidatos a diputados federales durante las campañas electorales de 2003.
- Fueron 3 entidades del país seleccionadas para la realización del **monitoreo de radio y televisión** (D.F., Jalisco y Nuevo León) mismo que fue realizado a través de la empresa IBOPE AGB México, S.A. de C.V.
- Además, se **monitorearon periódicos** que se publican en las 32 entidades federativas del país, efectuado por la Coordinación Nacional de Comunicación Social del Instituto, en conjunto con las juntas ejecutivas locales y distritales y bajo la supervisión de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos.

Marco Normativo

- El Consejo General del Instituto aprobó en sesión ordinaria del 18 de diciembre de 2002, el Acuerdo CG223/2002 por el que se instruye a la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas para que ordenara a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, la contratación de los servicios de una empresa especializadas para la realización de un monitoreo de los promocionales que los partidos políticos difundieron a través de la radio y la televisión y se ordenó a la Unidad Técnica de Coordinación Nacional de Comunicación Social que llevara a cabo un monitoreo de los desplegados que realizaran los partidos políticos en medios impresos en todo el país, durante las campañas electorales correspondientes al Proceso Electoral Federal 2002-2003.

Metodología

- Los monitoreos fueron muestrales.
- El monitoreo de radio y televisión fue realizado mediante la observación y reporte escrito de los promocionales transmitidos en radio y televisión en los que fueron detectados, no se cuenta con evidencias.
- 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.

Resultados de los monitoreos

Los monitoreos fueron contrastados con lo que reportaron los partidos o coaliciones en los rubros correspondientes dentro de sus informes de campañas en los términos siguientes:

- La propaganda en prensa reportada en términos del artículo 12.7 del Reglamento de partidos vigente en el 2003, aplicable a las coaliciones políticas, que establecía que debían conservar la página completa de un ejemplar original de las publicaciones en prensa que realizaron en las campañas electorales, las cuales debían anexarse a la documentación comprobatoria.
- La propaganda en radio y televisión reportada y registrada por los partidos políticos y las coaliciones durante el Proceso Electoral Federal de 2003, en términos del artículo 12.8 del Reglamento de partidos, aplicable a las coaliciones políticas, que disponía que los comprobantes de los gastos efectuados en propaganda en radio y televisión debían incluir, en hojas membreteadas de la empresa que se anexen a cada factura, una relación de cada uno de los promocionales que amparara la factura y el periodo de tiempo en el que se transmitieron.
- Sin embargo, no se realizó la compulsión de información de monitoreo en radio, en virtud de que el artículo en su inciso b) establecía que los partidos deberían anexar una desagregación semanal que contenga para cada semana considerada de lunes a domingo el número de spots transmitidos en forma global, y no en forma pormenorizada, esto es, uno a uno de los promocionales transmitidos que permitiera hacer la compulsión correspondiente; tal es el caso del inciso a) correspondiente a los gastos en televisión que sí señalaba dicha situación.

Los resultados de dichos monitoreos fueron dados a conocer en el Dictamen Consolidado que presentó la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas al Consejo General del Instituto Federal Electoral, respecto de la revisión de los informes de campaña de ingresos y gastos de los partidos políticos nacionales, correspondientes al ejercicio de 2003, de los siguientes partidos o coaliciones:

- Partido Acción Nacional
- Partido Revolucionario Institucional
- Partido de la Revolución Democrática
- Partido del Trabajo
- Partido Verde Ecologista de México
- Partido Convergencia
- Partido de la Sociedad Nacionalista
- Partido Alianza Social
- Partido México Posible
- Partido Liberal Mexicano
- Partido Fuerza Ciudadana
- Coalición "Alianza para Todos" (PRI y PVEM)