

Monitoreo Procesos Internos

Antecedentes

- Del 01 de julio de 2005 al 18 de enero de 2006, se realizó por primera vez en los procesos internos el monitoreo muestral de promocionales en radio y televisión, inserciones en prensa y anuncios espectaculares en la vía pública que promueven a los aspirantes a candidatos de presidente de los Estados Unidos Mexicanos para el proceso electoral federal 2005-2006.
- Fueron 8 las plazas del país seleccionadas para la realización del **monitoreo de televisión** y **1 en radio**, mismo que fue realizado a través de la empresa IBOPE AGB México, S.A. de C.V.
- Además, se **monitorearon medios impresos** que se publican a nivel nacional, efectuado por la Coordinación Nacional de Comunicación Social del IFE, en conjunto con las juntas ejecutivas locales y distritales y bajo la supervisión de la DEPPP.
- Finalmente, el **monitoreo de anuncios espectaculares** en la vía pública se realizó en las principales avenidas de 8 plazas del país por una empresa especializada.

Marco Normativo

La Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas aprobó el siguiente acuerdo:

“Acuerdo de la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas del Instituto Federal Electoral, por el que se establecen criterios de interpretación de lo dispuesto en el Reglamento que Establece los Lineamientos, Formatos, Instructivos, Catálogos de Cuentas y Guía Contabilizadora Aplicables a los Partidos Políticos Nacionales en el Registro de sus Ingresos y Egresos y en la Presentación de sus Informes, en relación con los oficios, por los cuales se solicitó a los Partidos Políticos Nacionales la presentación de Informes Detallados respecto de sus ingresos y egresos aplicados a los procesos internos de selección para la postulación de candidatos al cargo de Presidente”.

Metodología

- Debe destacarse que los monitoreos fueron muestrales.
- El monitoreo de radio y televisión está clasificado por periodo, canal o estación, siglas y plaza.

- 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 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 durante el proceso interno. La autoridad electoral contó con los respaldos impresos a color de la fotografía digital de todos los anuncios detectados durante el proceso de selección interno en las rutas establecidas para este proceso.

Resultados de los monitoreos

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, correspondiente al Proceso Interno de Selección para la postulación al cargo de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos para el Proceso Electoral Federal 2005-2006, los cuales se indican en el **anexo 1**.