

METODOLOGÍA PARA LA REALIZACIÓN DEL MONITOREO DE LAS TRANSMISIONES SOBRE PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS ELECTORALES DEL PROCESO ELECTORAL FEDERAL 2014-2015 EN LOS PROGRAMAS QUE DIFUNDAN NOTICIAS, DE CONFORMIDAD CON EL ARTÍCULO 185 DE LA LEY GENERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES

I. Fundamento Legal

MARCO NORMATIVO

1. Artículo 6, párrafos primero, segundo y tercero, y apartado B, fracciones II, III y IV de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que a la letra establece lo siguiente:

Artículo 6.

[...]

“La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado.

Toda persona tiene derecho al libre acceso a información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión.

El Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet. Para tales efectos, el Estado establecerá condiciones de competencia efectiva en la prestación de dichos servicios.

[...]

B. En materia de radiodifusión y telecomunicaciones:

[...]

II. *Las telecomunicaciones son servicios de interés general, por lo que el Estado garantizará que sean prestados en condiciones de competencia, calidad, pluralidad, cobertura universal, interconexión, convergencia, continuidad, acceso libre y sin injerencias arbitrarias.*

III. *La radiodifusión es un servicio público de interés general, por lo que el Estado garantizará que sea prestado en condiciones de competencia y calidad y brinde los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de identidad nacional, contribuyendo a los fines establecidos en el artículo 3° de esta Constitución.*

IV. *Se prohíbe la transmisión de publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa; se establecerán las condiciones que deben regir los contenidos y la contratación de los servicios para su transmisión al público, incluidas aquellas relativas a la responsabilidad de los concesionarios respecto de la información transmitida por cuenta de terceros, sin afectar la libertad de expresión y de difusión.*

2. Artículo 160, numerales 1, 2 y 3 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, que en la parte conducente establece lo siguiente:

Artículo 160.

[...]

1. *El Instituto es la autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a los fines propios del Instituto y a los de otras autoridades electorales, así como al ejercicio de las prerrogativas y derechos que la Constitución y esta Ley otorgan a los partidos políticos y candidatos independientes en esta materia.*
2. *El Instituto garantizará a los partidos políticos el uso de sus prerrogativas constitucionales en radio y televisión; establecerá las pautas para la asignación de los mensajes y programas que tengan derecho a difundir, tanto durante para los períodos que comprendan los procesos electorales, como fuera de ellos; atenderá las quejas y denuncias por la violación a las normas aplicables y determinará, en su caso, las sanciones.*

3. *Previa consulta con las organizaciones que agrupen a los concesionarios de radio y televisión y a los profesionales de la comunicación, el Consejo General aprobará, a más tardar el 20 de agosto del año anterior al de la elección, los lineamientos generales que, sin afectar la libertad de expresión y la libre manifestación de las ideas ni pretender regular dichas libertades, se recomienden a los noticieros respecto de la información y difusión de las actividades de precampaña y campaña de los partidos políticos y de los candidatos independientes.*

3. Artículo 185, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, que a la letra establece lo siguiente:

Artículo 185.

[...]

“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 y en los demás medios informativos que determine el propio Consejo.”

4. 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 noticieros 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 noticiarios 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 76, 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.

Con el objeto de incorporar el tema de Equidad de Género, se adiciona el siguiente apartado:

5. Artículo 8, incisos a) y b) de la Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra la Mujer (Convención de Belém do Pará) que a la letra establece lo siguiente:

Artículo 8

[...]

Los Estados Partes convienen en adoptar, en forma progresiva, medidas específicas, inclusive programas para:

- a) *Fomentar el conocimiento y la observancia del derecho de la mujer a una vida libre de violencia y el derecho de la mujer a que se respeten y protejan sus derechos humanos;*

- b) *Modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, incluyendo el diseño de programas de educación formales y no formales apropiados a todo nivel del proceso educativo, para contrarrestar prejuicios y costumbres y todo otro tipo de prácticas que se basen en la premisa de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los géneros o en los papeles estereotipados para el hombre y la mujer que legitiman o exacerban la violencia contra la mujer.*
6. Artículos 5 y 7 de la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW, por sus siglas en inglés) que a la letra establecen lo siguiente:

Artículo 5.

[...]

Los Estados Partes tomarán todas las medidas apropiadas para:

Modificar los patrones socioculturales de conducta de hombres y mujeres, con miras a alcanzar la eliminación de los prejuicios y las prácticas consuetudinarias y de cualquier otra índole que estén basados en la idea de la inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos o en funciones estereotipadas de hombres y mujeres;

Artículo 7.

[...]

Los Estados Partes tomarán todas las medidas apropiadas para eliminar la discriminación contra la mujer en la vida política y pública del país y, en particular, garantizarán a las mujeres, en igualdad de condiciones con los hombres, el derecho a:

- a) *Votar en todas las elecciones y referéndums públicos y ser elegibles para todos los organismos cuyos miembros sean objeto de elecciones públicas;*
- b) *Participar en la formulación de las políticas gubernamentales y en la ejecución de éstas, y ocupar cargos públicos y ejercer todas las funciones públicas en todos los planos gubernamentales;*
- c) *Participar en organizaciones y en asociaciones no gubernamentales que se ocupen de la vida pública y política del país.*

7. Párrafo 243, incisos d) y e) de la Plataforma de Acción de la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer (Plataforma de Beijing) que en la parte conducente establece lo siguiente:

Objetivo Estratégico J *La Mujer y los Medios de Difusión,*

[...]

Objetivo Estratégico J.2. *Fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de la mujer en los medios de difusión.*

[...]

243. *Medidas que han de adoptar los gobiernos y las organizaciones internacionales, en la medida que no atenten contra la libertad de expresión:*

[...]

d) Alentar a los medios de difusión a que se abstengan de presentar a la mujer como un ser inferior y de explotarla como objeto sexual y bien de consumo, en lugar de presentarla como un ser humano creativo, agente principal, contribuyente y beneficiaria del proceso de desarrollo;

e) Fomentar la idea de que los estereotipos sexistas que se presentan en los medios de difusión son discriminatorios para la mujer, degradantes y ofensivos.

8. Artículos 1, 41 y 42, fracciones I, IV y V de la Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres, que a la letra establece lo siguiente:

Artículo 1.

[...]

“La presente ley tiene por objeto regular y garantizar la igualdad de oportunidades y de trato entre mujeres y hombres, proponer los lineamientos y mecanismos institucionales que orienten a la Nación hacia el cumplimiento de la igualdad sustantiva en los ámbitos público y privado, promoviendo el empoderamiento de las mujeres y la lucha contra toda discriminación basada en el sexo. Sus disposiciones son de orden público e interés social y de observancia general en todo el Territorio Nacional”.

Artículo 41.

[...]

“Será objetivo de la Política Nacional la eliminación de los estereotipos que fomentan la discriminación y la violencia contra las mujeres”

Artículo 42.

[...]

Para los efectos de lo previsto en el artículo anterior, las autoridades correspondientes desarrollarán las siguientes acciones:

I. Promover acciones que contribuyan a erradicar toda discriminación, basada en estereotipos de género.

[...]

IV. Promover la utilización de un lenguaje con perspectiva de género en la totalidad de las relaciones sociales, y

V. Velar por que los medios de comunicación transmitan una imagen igualitaria

plural y no estereotipada de mujeres y hombres en la sociedad, promuevan el conocimiento y la difusión del principio de igualdad entre mujeres y hombres y eviten la utilización sexista del lenguaje.

II. Objetivos

Objetivo general

Proporcionar al Consejo General del Instituto Nacional Electoral (INE) y a la sociedad mexicana información que permita conocer el tratamiento que se dará a las precampañas y campañas electorales de las y los precandidatos y las y los candidatos a Diputadas y Diputados del Congreso de la Unión de los Estados Unidos Mexicanos y en su caso, a la Consulta popular, durante el Proceso Electoral Federal 2014-2015 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:

1. Precampañas electorales que inician a partir del diez de enero y concluyen el 18 de febrero de 2015.

2. Campañas electorales que inician el 30 de marzo y concluyen el 4 de junio de 2015, tres días antes de la Jornada Electoral.

Para ello, se analizarán las siguientes variables:

- (i) Tiempos de transmisión;
- (ii) Género periodístico;
- (iii) Valoración de la información y opinión;
- (iv) Recursos técnicos utilizados para presentar la información;
- (v) Ubicación o jerarquización de la información y
- (vi) Registro de encuestas o sondeos de opinión.

Adicionalmente, se deberán registrar y hacer públicos los resultados de las encuestas presentadas 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 programas que difundan noticias aprobado por el Consejo General.
- b) Elaborar reportes semanales respecto de los programas de radio y televisión incluidos en el Catálogo de programas que difundan noticias, en cuyo contenido se enuncie a las precampañas de Diputadas y Diputados del Congreso de la Unión de los Estados Unidos Mexicanos, especificando en dicho reporte el tiempo destinado y el trato otorgado a cada partido político o coalición, así como en su momento a las y los candidatos independientes.
- c) Elaborar reportes semanales respecto de los programas de radio y televisión incluidos en el Catálogo de programas que difundan noticias, en cuyo contenido se enuncie a la Consulta Popular especificando en dicho reporte el tiempo destinado que es otorgado a los temas objeto de la(s) consulta(s) y su valoración conforme a lo establecido en el apartado V, “Variables de monitoreo”, numeral 3 “Valoración de la información y opinión”, de la presente metodología.
- d) Difundir los resultados a través de los tiempos destinados a la comunicación social del INE, en la página de internet del Instituto, así como en los medios que, en su caso, determine el Consejo General.

Con el objeto de incorporar el tema de Equidad de Género se adiciona el siguiente inciso:

- e) Incluir en los reportes información desagregada por género, misma que se derive de los indicadores con la finalidad de contribuir a la identificación de las diferencias –en el caso de que existan- sobre el tratamiento otorgado a las y los precandidatos, las y los candidatos así como a las y los candidatos independientes a Diputadas y Diputados del Congreso de la Unión de los Estados Unidos Mexicanos de cada partido político o coalición en los espacios de radio y televisión.

Por otra parte, con el objeto de incluir el monitoreo de programas de espectáculos que difunden noticias, se adiciona lo siguiente:

- f) Incluir en los reportes información sobre el monitoreo de los 10 programas de espectáculos (5 de radio y 5 de televisión) con mayor nivel de audiencia a nivel nacional, con la finalidad de conocer el espacio otorgado a las y los precandidatos, las y los candidatos de partido e independientes a Diputadas y Diputados del Congreso de la Unión.

III. Consideraciones generales

1. La metodología del monitoreo de programas noticiosos se construyó con base en la experiencia del Proceso Electoral Federal 2011-2012 así como con el Acuerdo **INE/CG133/2014** aprobado por el Consejo General en la sesión del veinte de agosto de dos mil catorce, mediante el cual se aprobaron los *Lineamientos Generales que, sin afectar la libertad de expresión y la libre manifestación de las ideas ni pretender regular dichas libertades, se recomienda a los noticieros respecto de la Información y difusión de las actividades de precampaña y campaña de los partidos políticos y de los candidatos independientes en cumplimiento a lo dispuesto por el artículo 160, numeral 3 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.*
2. En cumplimiento a lo ordenado por el punto Tercero del Acuerdo **INE/ACRT/05/2014**, a partir del viernes 18 de julio y hasta el martes 22 del mismo mes, se realizó la notificación de la consulta a 7 organizaciones que agrupan a diversos concesionarios de radio y televisión y a 23 profesionales de la comunicación, incluyendo en este grupo a 5 Instituciones Educativas, con el

fin de tomar en cuenta su opinión con respecto a la Metodología de análisis de la cobertura informativa y se recibieron respuestas de los consultados mismas que se pusieron a consideración del Comité de Radio y Televisión.

3. La Institución de Educación Superior recibirá por parte del INE, la metodología y las variables con las que se realizará el monitoreo y análisis de las transmisiones en los programas de radio y televisión que difundan noticias sobre precampañas y campañas electorales de las y los precandidatos, las y los candidatos, así como las y los candidatos independientes a Diputadas y Diputados del Congreso de la Unión de los Estados Unidos Mexicanos, y en su caso, sobre los temas de la Consulta Popular en los términos expresados en los objetivos específicos de la presente Metodología.
4. La Institución de Educación Superior recibirá también por parte del INE, el Catálogo de programas noticiosos que serán objeto de monitoreo, aprobado por el Consejo General.

El monitoreo se realizará durante las precampañas y campañas electorales federales.

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 noticiero.

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, campañas y en su caso, la Consulta Popular, hechas por los siguientes agentes o sujetos:

- Del medio de comunicación:
 - a) Los y las conductoras.
 - b) Los y las Reporteras o los y las locutoras.
 - c) Analistas de información
 - d) Cualquier voz en off

- Actores políticos:
 - a) Las y los precandidatos, así como las y los candidatos a Diputadas y Diputados 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) Candidatas y Candidatos independientes
 - c) Presidentas y Presidentes nacionales y estatales de los partidos políticos.
 - d) Líderes de bancada o fracción parlamentaria.
 - e) Presidente de la República.
 - f) Gobernadores Constitucionales de los Estados y Jefe de Gobierno del Distrito Federal.
 - g) Secretarías y Secretarios de Estado federales y locales.
 - h) Líderes morales o históricos (siempre que sean anunciados así por el medio).
 - i) Líderes ciudadanos que encabezen iniciativas de consulta popular.

3. **Objeto de enunciación (de lo que se habla).**

Se monitoreará cualquier mención sobre precampañas y campañas electorales de las y los precandidatos, así como las y los candidatos a Diputadas y

Diputados del Congreso de la Unión de los Estados Unidos Mexicanos de cada partido político, coalición o independiente.

Se monitoreará cualquier aparición de las y los precandidatos, y las y los candidatos en los espacios que difunden noticias independientemente del tema que traten y la manera en que sean presentados.

Además, se monitoreará cualquier mención sobre campañas electorales de las candidatas y candidatos independientes, y en su caso, sobre la Consulta Popular y los temas sometidos a consulta.

4. Excepciones (lo que no se monitoreará).

No se tomará en cuenta aquella información en los programas que difundan noticias, que refiriéndose al proceso electoral, no mencionen a las y los precandidatos, las y los candidatos, así como las y los candidatos independientes, partidos políticos o coaliciones.

No se monitoreará aquella información sobre precampañas y campañas electorales, o en su caso, respecto a la Consulta Popular emitida por algún otro sujeto que esta Metodología no considere.

V. Variables del monitoreo.

A continuación se desarrolla la metodología que será aplicable al monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas del Proceso Electoral Federal 2014-2015.

1. Tiempos de transmisión.

Consiste en el tiempo que cada programa que difunda noticias dedica a las precampañas y campañas de las y los precandidatos, así como las y los candidatos de cada uno de los partidos políticos o coaliciones contendientes, las y los candidatos independientes y en su caso a las consultas populares 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 las y los

precandidatos, las y los candidatos a Diputadas y Diputados del Congreso de la Unión de los Estados Unidos Mexicanos de cada partido político o coalición, así como las y los candidatos independientes y en su caso, a la(s) Consulta(s) Popular(es) y los temas que se sometan a consulta dentro de cada programa que difunda noticias, haciendo distinción entre cada una de ellas.

- b) Asimismo, se registrará el tiempo otorgado a cada precandidata o precandidato, candidata o candidato, así como candidata o candidato independiente, partido político o coalición, y se presentará en forma de porcentaje con respecto del total otorgado a todos los partidos políticos y candidatas y candidatos independientes. En su caso, se registrará el tiempo otorgado a cada tema objeto de Consulta Popular con respecto del total otorgado a todos los temas de la(s) consulta(s),
- c) En los casos en que se emita información sobre las precampañas o campañas federales de los partidos políticos o coaliciones, así como de candidatas y candidatos independientes o en su caso, de la Consulta Popular de manera general o respecto de un conjunto de partidos o candidatas y candidatos, se medirá el tiempo por separado destinado a cada uno de los partidos o coaliciones, cada una de las candidatas o candidatos independientes o consultas populares involucradas.
- d) El tiempo total dedicado a las precampañas o campañas electorales de cada partido o coalición y en su caso, a la Consulta Popular y los temas sometidos a consulta, será la suma de los tiempos registrados correspondientes a cada uno de los géneros periodísticos utilizados para emitir la información, mismos que se describen en los siguientes incisos.
- e) El tiempo total de transmisión equivale al tiempo total de las piezas de monitoreo dedicado a los partidos políticos o coaliciones, así como candidatas o candidatos independientes en precampañas o campañas electorales a Diputadas y Diputados 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 destinado a menciones por partido político o coalición, así como candidatas o candidatos independientes (piezas de monitoreo) será distinto al tiempo dedicado a partidos políticos o coaliciones y candidatas o candidatos independientes, o en su caso, a cada tema objeto de la Consulta

Popular, contabilizando en 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, coalición, así como para una candidata o candidato independiente, sin consideración 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, o en su caso, a la Consulta Popular, 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 precandidatas y precandidatos, candidatas y candidatos, así como candidatas y candidatos independientes y en su caso, de la Consulta Popular y los temas a consulta el cual se deberá clasificar, al menos, en los siguientes cinco rubros:

1. Nota informativa;
2. Entrevista;
3. Debate;
4. Reportaje; y
5. Opinión y análisis

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

- a) Para la medición de esta variable se deberá distinguir el tiempo dedicado a cada partido político o coalición, precandidatas y precandidatos, candidatas y candidatos, así como candidatas y candidatos independientes y en su caso, a la Consulta Popular y los temas sometidos a consulta, 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 o piezas informativas.

c) Para fines del monitoreo, los géneros periodísticos se definen de la siguiente manera:

- ✓ **Nota informativa.** Se trata de un hecho probable o consumado y que a juicio del o la periodista, podría ser 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.
- ✓ **Debate.** Género argumentativo donde los participantes exponen sus ideas respecto de algún tema desde distintos puntos de vista. Generalmente es moderado por el o la conductora o reportera.
- ✓ **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 o la reportera.
- ✓ **De opinión y análisis.** El enunciador interpreta y valora la noticia.

3. Valoración de la información y opinión.

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 o la conductora o el o la reportera del noticiero, así como el o la locutora o cualquier voz en *off*, así como por los analistas de información.

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 precandidata o precandidato, candidata o candidato, así como candidata o candidato independiente o en su caso, la Consulta Popular y los temas objeto de la consulta 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, en los términos expuestos en el punto anterior, 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 calificados y/o frases idiomáticas que se utilicen como adjetivos y sean mencionadas por la o el conductor, la o el reportero del programa, los locutores o cualquier voz en off, así como por 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”, “debate” así como los programas de “espectáculos o de revista” no se analizará como información valorada ni positiva ni negativamente.
- f) Para el caso de los programas de espectáculos o de revista, sólo se aplicará la variable “Tiempo de transmisión”.
- g) 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.
- h) Las valoraciones por partido político o coalición, precandidatas o precandidatos, candidatas o candidatos, así como candidatas o candidatos independientes, así como de la Consulta Popular y los temas objeto de la consulta 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.
- i) Tipos de valoración. Se clasifican como positivas y negativas, dependiendo de si son a favor o en contra de los partidos o coaliciones, precandidatas o

precandidatos, candidatas o candidatos en campaña, así como candidatas o candidatos independientes y en su caso, la Consulta Popular y los temas objeto de la consulta 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, y en su caso, la Consulta Popular y los temas objeto de la consulta 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 candidatas y candidatos, así como a las candidatas y candidatos independientes y en su caso, la Consulta Popular y los temas objeto de la consulta

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 las o los conductores con o sin reportera o reportero, pero con la voz de los o las precandidatas y precandidatos, así como las o los candidatos o dirigentes del partido político o coalición.
 - Cita y audio: presentación de la noticia por las o los conductores, con reportera o reportero, pero sin la voz de las y los precandidatos, o las y los candidatos o dirigentes del partido político o coalición.
 - Sólo voz: entrevistas grabadas o en vivo, llamadas telefónicas de las y los precandidatos, así como las y los candidatos o dirigentes del partido político o coalición.
 - Sólo cita: únicamente lectura de la información por parte de las o los conductores, sin ningún tipo de apoyo.

c) En *televisión* debe tomarse en cuenta:

- Voz e imagen: presentación de las o los conductores, así como de las reporteras o reporteros, pero con la imagen y el audio de las y los precandidatos, o las y los candidatos o dirigentes de que se trate. En este aspecto se incluirán las entrevistas realizadas en estudio.
- Cita e imagen: presentación o no de las o los conductores pero con cobertura de la reportera o reportero y con la imagen de las y los precandidatos, así como de las y los candidatos o dirigentes pero sin su audio.
- Sólo voz: presencia de las y los precandidatos, así como de las y los candidatos, o dirigentes en el noticiero por vía telefónica.
- Sólo imagen: reporte de las notas por la o 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 de la conductora o conductor.

5. Importancia de las noticias.

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

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

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

I. Ubicación 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 de 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 noticiero 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 reservada, conforme a lo dispuesto en el artículo 31, numeral 1, de la Ley General de Partidos Políticos.