

## **METODOLOGÍA PARA LA REALIZACIÓN DEL MONITOREO DE LAS TRANSMISIONES EN RADIO Y TELEVISIÓN SOBRE PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS ELECTORALES EN LOS PROGRAMAS QUE DIFUNDAN NOTICIAS Y MONITOREO DE PUBLICACIONES IMPRESAS SOBRE LAS ENCUESTAS POR MUESTREO, SONDEOS DE OPINIÓN, ENCUESTAS DE SALIDA O CONTEOS RÁPIDOS QUE TENGAN COMO FIN DAR A CONOCER PREFERENCIAS ELECTORALES, EN EL PROCESO LOCAL ELECTORAL DEL ESTADO DE NAYARIT 2017**

### **I. Consideraciones generales**

El monitoreo de medios de comunicación durante los procesos electorales es relativamente reciente en México. Las mejores experiencias al respecto son las que ha logrado acreditar el propio Instituto Nacional Electoral. Esas experiencias se remontan a los primeros casos que datan de la elección presidencial de 1994. Esas experiencias llevaron a concebir una rigurosa metodología que ahora es un referente en la materia.

En nuestra entidad federativa con anterioridad se realizaron tareas que siempre estuvieron restringidas por el factor presupuestal y en razón de que la misma legislación electoral local no disponía nada en la materia.

En esta ocasión se avanza en el proceso de creación de todo un sistema que responda a los imperativos legales que derivan de una normativa que tiende a la armonización.

Con el surgimiento de un sistema nacional electoral, los ejercicios que ha realizado el Instituto Nacional Electoral se convierten en un genuino y excelente ejemplo que se debe aprovechar para replicarlo, con las adecuaciones que sean necesarias, en estados como Nayarit.

En general, es una larga tradición la síntesis de prensa en las instituciones públicas. En el caso del Instituto Estatal Electoral de Nayarit, desde 2002, en todos los procesos locales electorales se hizo un monitoreo de los principales medios impresos que permitía contabilizar las piezas informativas para cada partido político y/o candidato, con el registro del género periodístico y su tendencia (positiva, negativa, neutra). El monitoreo se ejecutaba manualmente y se recopilaban las páginas a manera de testigo.

En el proceso electoral de 2011 se incluyeron en el monitoreo los principales noticiarios de radio y televisión y sitios informativos digitales. Para la captura y análisis se hizo uso de un software especializado.

Para el proceso electoral de 2014 se publicaron en el sitio oficial del IEE los análisis semanales y uno general al final del proceso electoral que permitían observar la cobertura para los partidos políticos y candidatos contendientes y las tendencias de las piezas informativas, en observancia de las disposiciones en la materia.

## **II. 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,
2. Artículo 160, numerales 1, 2 y 3 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales,
3. Artículo 185, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales,
4. Artículos del 296 al 299 del Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral,
5. 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,
6. 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),
7. 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),
8. Párrafo 243, incisos d) y e) de la Plataforma de Acción de la Cuarta Conferencia Mundial de la Mujer (Plataforma de Beijing),
9. Artículos 1, 41 y 42, fracciones I, IV y V de la Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres.
10. Artículos 143 al 148, del Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral.
10. Artículo 135, apartado B, de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Nayarit.
11. Artículos 40, fracción VIII; 119, párrafo segundo y 137, último párrafo de la Ley Electoral del Estado de Nayarit.

## **III. Definición preliminar de los aspectos metodológicos básicos.**

Durante el Proceso Local Electoral de Nayarit de 2017, serán monitoreados los programas de radio y televisión que difunden noticias y por otra parte las publicaciones impresas que den a conocer encuestas por muestreo, sondeos de

opinión, encuestas de salida o conteos rápidos que tengan como fin dar a conocer preferencias electorales, en el proceso local electoral del estado de Nayarit 2017.

El conjunto de programas que difundan noticias que serán objeto de monitoreo será definido mediante estudios de audiencia y relevancia política en el caso de los noticieros de radio y televisión, de tal manera que el análisis se oriente a partir de criterios y metodología definida a partir de indicadores como los antes citados (audiencia y relevancia).

Es importante indicar que las dimensiones de la muestra de los medios que serán sujetos del monitoreo tienen efectos decisivos en los detalles de la metodología aplicable, así como en la programación de recursos humanos, financieros y materiales, aunque existen parámetros que deben tenerse en consideración de manera permanente y ser consideradas en todo momento.

En ambos casos los estudios citados deberán realizarse con oportunidad apoyándose en una empresa que brinde los servicios necesarios para la realización de dichos estudios o para su sustitución se solicitará el apoyo en la materia al Instituto Nacional Electoral. En su caso, se aplicarán los criterios utilizados con anterioridad por el Instituto Nacional Electoral.

La información que se emite por parte de los medios será monitoreada solamente en el caso de que esta haga mención a precandidatos(as) o candidatos(as) de partidos políticos o independientes o a los partidos políticos. El propósito general del monitoreo se enuncia conforme a las disposiciones aplicables en el caso.

Los contenidos que serán monitoreados serán: toda la información periodística conforme a los géneros periodísticos que se mencionan en el cuerpo de la presente. El monitoreo no solamente buscará recolectar información sobre la cantidad de tiempo que se otorgó a los diferentes partidos o candidatos, sino que analizará otros aspectos de la cobertura, tales como el uso del lenguaje, la selección de las noticias, la presencia de perspectiva de género.

El monitoreo es entendido como parte de una labor que se realiza durante la precampaña y la campaña electoral, para cuantificar la cobertura que dan a los distintos aspirantes a cargos de elección popular, durante las precampañas y campañas que se realizarán en el marco del proceso electoral local de 2017 en esta entidad federativa.

La mayoría de las metodologías suelen monitorear la cobertura mediática de las elecciones basadas en una técnica llamada análisis de contenido, la cual es una

metodología esencialmente cuantitativa y apenas marginal en lo cualitativo, por lo que se ocupa de algunos elementos informativos que puedan ser medidos y contabilizados y sobre esa base avanzar en la generación del análisis cualitativo correspondiente.

El análisis del contenido debe ser observado por reducir la cobertura de los medios a lo que puede ser medido por lo que en este caso el monitoreo que se propone conforme a las disposiciones aplicables, exige de un análisis cualitativo y cuantitativo.

Normalmente, el monitoreo cuantitativo se enfoca en la cantidad de tiempo designado a los partidos políticos, precandidatos y candidatos, lo que puede ser calificado como una evaluación de si es que la cobertura es positiva, negativa o neutra y a partir de estos indicadores cuantitativos se requiere realizar el análisis cualitativo correspondiente al caso de las elecciones de Nayarit de 2017.

Algunas metodologías de monitoreo introducen otros tipos de medidas cuantitativas en un intento por evitar la dependencia hacia la evaluación de los monitores sobre si la cobertura es positiva, negativa o neutra, por lo que éstos pueden contar las fuentes que usan los periodistas, designándoles distintas categorías políticas y sociales.

Otro objetivo del monitoreo cuantitativo se propone medir la cantidad de tiempo que se destina a los diferentes aspirantes a los cargos de elección popular durante los programas de radio y televisión que difunden noticias.

Cuando se integra la información encontrada a través el monitoreo de los medios, la mayor atención va dirigida a la distribución de la cobertura a los partidos y candidatos, junto con una evaluación de la orientación de la misma, esto es, si es positiva, negativa o neutra.

Es importante precisar que el Consejo Local Electoral del Estado de Nayarit deberá aprobar 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; lo anterior a efecto que los medios de comunicación cuenten con un referente que les permita adoptar medidas, en caso que así lo dispongan, para garantizar la equidad en la cobertura del desarrollo de las precampañas y campañas.

## IV. Objetivos

### 1. Objetivo General

Proporcionar al Instituto Estatal Electoral de Nayarit y a la sociedad nayarita a 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 Gobernador; Diputados; Planilla de Presidente y Sindico; y Regidores durante el Proceso Local Electoral del Estado de Nayarit 2017, 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. Precampaña Gobernador: del 8 de febrero al 19 de marzo.
2. Precampaña Diputados e Integrantes Ayuntamientos: del 27 de marzo al 15 de abril.
3. Campaña Gobernador: del 2 de abril al 31 de mayo.
4. Campaña Diputados e Integrantes de Ayuntamientos: del 2 de mayo al 31 de mayo.

Para ello, se analizarán las siguientes variables:

- a) Tiempos de transmisión;
- b) Género periodístico;
- c) Valoración de la información y opinión;
- d) Recursos técnicos utilizados para presentar la información;
- e) Ubicación o jerarquización de la información y
- f) 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 Local Electoral del Instituto Estatal Electoral de Nayarit.

#### • **Objetivos específicos**

Monitorear los programas de radio y televisión que difundan noticias, de conformidad con el Catálogo de programas que difundan noticias aprobado por el Consejo Local Electoral del Instituto Estatal de Nayarit.

- 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 y campañas a todos los cargos de elección popular, 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.

La valoración del trato otorgado se realizará conforme a lo establecido en el apartado, “Variables de monitoreo”, “Valoración de la información y opinión”, de la presente metodología.

- Difundir los resultados en de la página de internet del Instituto Estatal Electoral de Nayarit y los otros medios que determine en su caso el Consejo Local Electoral.
- 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 los diversos cargos de elección popular –así como el trato que recibe cada partido político o coalición en los espacios de radio y televisión.

## V. 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 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 los diversos cargos de elección popular, 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) Gobernador Constitucional del Estado.
- g) Secretarías y Secretarios de Estado federales y locales.
- h) Líderes morales o históricos (siempre que sean anunciados así por el medio).

**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 los diversos cargos de elección 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.

**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, la emitida por algún otro sujeto que esta Metodología no considere.

**VI. Variables del monitoreo.**

Las variables de monitoreo, en el caso de los noticieros de radio y televisión, son:

1. Tiempos de transmisión.
2. Género periodístico.
3. Valoración de la información y opinión (positiva, negativa o neutra).

4. Recursos técnicos utilizados para presentar la información.
5. Importancia de las noticias.

### **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 los diversos cargos de elección popular.
- 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.
- 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, 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.
- d) El tiempo total dedicado a las precampañas o campañas electorales de cada partido o coalición, 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 los diversos cargos de elección popular, 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, 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, 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, se deberá clasificar, al menos, en los siguientes cinco rubros:

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

### 2.1. 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, 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.

#### **3.2. 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 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 (neutras). 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” y “debate” no se analizará como información valorada ni positiva ni negativamente.
- f) 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.
- g) Las valoraciones por partido político o coalición, precandidatas o precandidatos, candidatas o candidatos, así como candidatas o candidatos independientes, 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.
- h) 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 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 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.

##### 4.1. 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.

### 5.1. 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.

## **MONITOREO DE PUBLICACIONES IMPRESAS SOBRE LAS ENCUESTAS POR MUESTREO, SONDEOS DE OPINIÓN, ENCUESTAS DE SALIDA O CONTEOS RÁPIDOS QUE TENGAN COMO FIN DAR A CONOCER PREFERENCIAS ELECTORALES.**

El monitoreo de publicaciones impresas sobre las encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida o conteos rápidos que tengan como fin dar a conocer preferencias electorales en medios impresos de circulación nacional y local se realizará desde el día 07 de enero de 2017, fecha en que inicia el proceso electoral, hasta tres días posteriores a la celebración de la jornada electoral, es decir, el 07 de junio de 2017.

El objeto del monitoreo de publicaciones sobre las encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida o conteos rápidos que tengan como fin dar a conocer preferencias electorales publicadas en medios impresos es dar

cumplimiento a lo dispuesto por el artículo 143, numeral del Reglamento de Elecciones, que el Instituto Estatal Electoral de Nayarit identificando las encuestas originales que son publicadas y las que son reproducidas por los medios de comunicación.

El área de comunicación social es la responsable de realizar dicho monitoreo, la cual informará semanalmente de sus resultados a la Secretaría General del Instituto Estatal Electoral.

La Secretaría General del Instituto Estatal Electoral a su vez será la encargada dar cuenta al Consejo Local del Instituto Estatal Electoral de Nayarit del cumplimiento a lo previsto por el CAPÍTULO VII; SECCIÓN SEGUNDA OBLIGACIONES EN MATERIA DE ENCUESTAS POR MUESTREO O SONDEOS DE OPINIÓN y SECCIÓN TERCERA OBLIGACIONES EN MATERIA DE ENCUESTAS DE SALIDA O CONTEOS RÁPIDOS NO INSTITUCIONALES del Reglamento de Elecciones y verificar el cumplimiento al que están sujetos las personas físicas y morales que encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida o conteos rápidos que tengan como fin dar a conocer preferencias electorales.

Cabe señalar que los medios que serán sujetos al monitoreo de publicaciones impresas sobre las encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida o conteos rápidos que tengan como fin dar a conocer preferencias electorales conforme lo establece la normativa aplicable, serán integrados los medios de comunicación impresos nacionales y locales como revistas, diarios, periódicos, hebdomadarios, y otros más, independientemente de su nivel de circulación y de su relevancia política y podrá ser incluidos aquellos que durante el periodo electoral entren en circulación, por lo que el monitoreo de encuestas o sondeos de opinión será realizar de manera independiente al catálogo que apruebe en Consejo Local del Instituto Estatal Electoral para el monitorio de transmisiones de radio y televisión en programas que difundan noticias.

De igual forma no estará sujeto a la metodología aplicable METODOLOGÍA PARA LA REALIZACIÓN DEL MONITOREO DE LAS TRANSMISIONES EN RADIO Y TELEVISIÓN SOBRE PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS ELECTORALES EN LOS PROGRAMAS QUE DIFUNDAN NOTICIAS.

#### **1. Informes del área de comunicación.**

El área de Comunicación Social llevará un control diario de los medios impresos monitoreados, en el que se registrará la identidad de los medios que publicaron encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida o conteos rápidos, así como los que no lo hicieron, y semanalmente hará entrega a la Secretaría General de un informe en el que se enunciarán los medios de comunicación que hayan publicado y los que no lo hayan hecho; dicho informe

deberá anexar los correspondientes testigos de las publicaciones originales, integrados tanto por la página completa del medio donde se publicó como por la portada de ese mismo medio de comunicación, en tanto que el área de comunicación social conservará una versión digitalizada de dichos testigos.

## **2. Informes de la Secretaría General.**

Proceso Ordinario. La Secretaría General, presentará en cada sesión ordinaria del Consejo Local Electoral del Instituto Estatal Electoral, un informe que dé cuenta del cumplimiento a lo previsto CAPÍTULO VII, ENCUESTAS POR MUESTREO, SONDEOS DE OPINIÓN, ENCUESTAS DE SALIDA Y CONTEOS RÁPIDOS NO INSTITUCIONALES del Reglamento de Elecciones.

Proceso extraordinario. La Secretaría General, presentará un informe único, previo a la jornada electoral al Consejo Local Electoral del Instituto Estatal Electoral, un informe que dé cuenta del cumplimiento a lo previsto CAPÍTULO VII, ENCUESTAS POR MUESTREO, SONDEOS DE OPINIÓN, ENCUESTAS DE SALIDA Y CONTEOS RÁPIDOS NO INSTITUCIONALES del Reglamento de Elecciones.

2.1. Los informes deberán contener la información siguiente:

- a) El listado y cantidad de las encuestas publicadas durante el periodo que se reporta, debiendo señalar en un apartado específico las encuestas o sondeos cuya realización o publicación fue pagada por partidos políticos o candidatos;
- b) Para cada encuesta o estudio, se informará sobre los rubros siguientes:
  - Quién patrocinó, solicitó, ordenó y pagó la encuesta o estudio;
  - Quién realizó la encuesta o estudio;
  - Quién publicó la encuesta o estudio;
  - El o los medios de publicación;
  - Si se trató de una encuesta original o de la reproducción de una encuesta original publicada con anterioridad en otro(s) medio(s);
  - Si las encuestas publicadas cumplen o no con los criterios científicos emitidos por el Instituto;
  - Características generales de la encuesta;
  - Los principales resultados;
  - Documentación que pruebe, en su caso, la pertenencia a asociaciones nacionales o internacionales del gremio de la opinión pública, de la persona que realizó la encuesta, y
  - Documentación que muestre la formación académica y experiencia profesional de la persona física o moral que llevó a cabo la encuesta o del responsable de la misma.

c) El listado de quienes habiendo publicado encuestas o sondeos de opinión sobre preferencias electorales, no hubieran entregado al Secretario General, copia del estudio completo que respalda la información publicada, o bien, hayan incumplido con las obligaciones que el Reglamento de Elecciones.

#### 2.2. Publicación de estudios.

Una vez que presente los informes señalados en el punto que antecede, la Secretaría General, deberá realizar las gestiones necesarias para publicar de forma permanente dichos informes en la página electrónica institucional, junto con la totalidad de los estudios que le fueron entregados y que respaldan los resultados publicados sobre preferencias electorales.

Todos los estudios entregados al Instituto deberán ser publicados a la brevedad una vez que se reciban.

Los estudios deberán publicarse de manera integral, es decir, tal como fueron entregados a la autoridad, incluyendo todos los elementos que acrediten, en su caso, el cumplimiento de los criterios de carácter científico aprobados por el Instituto. En la publicación de la información se deberán proteger los datos personales.