



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**LAS PAUTAS DE TRANSMISIÓN PARA LOS MENSAJES
EN RADIO Y TELEVISIÓN EN LAS CAMPAÑAS
INSTITUCIONALES
DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL**

TESINA

PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PRESENTA:

GUSTAVO REYES FUENTES



ASESORA: DRA. FRANCISCA ROBLES

CIUDAD UNIVERSITARIA, OCTUBRE 2016

CDMX



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

Hay pasado casi veinte años, es momento de concluir esta etapa en mi formación profesional, muchos recuerdos al estar de nuevo en mi Universidad y en mi querida Facultad de Políticas, muy educativos y motivadores han sido estos meses y con la firme convicción de seguir adelante.

En fin, dedico la presente a todas las personas amadas, apreciadas y respetadas:

A mi papá José I. Reyes Contreras que vio iniciar este proyecto y por fin hoy se da la conclusión gracias a su persistencia de impulsarme a terminar.

A mi mamá L. Antonia Fuentes Juárez que nunca me ha dejado caer, ni renunciar.

A mis hermanos Oscar y José Antonio, ahora sí voy a sentir lo que es concluir al igual que ustedes.

A mi Basy gracias por tu amor y apoyo todos estos años, a Dianita, Glita y Jetor todo empieza como una idea muy tenue, depende de su voluntad en hacerla realidad.

A mi gran amiga y compañera Martha que en este tramo final fue determinante para que concluyera la presente, no omito mencionar a nuestra querida amiga Mónica que fue cómplice e impulsora de este proyecto desde el principio y que gracias a ella conocimos a la Doctora Robles, y en este inter de titulación pudimos volver a contactar a nuestro estimado amigo Manuel, Señor Locutor, sigue usted.

A mis amigos y compañeros de la FCPyS: Angélica, Joño Calderón, Ezequiel y Roberto, gracias por su amistad sin condiciones.

A la Doctora Francisca Robles gracias por sus consejos francos y directos, de usted tuve el gran ejemplo de apego al deber, de amor a la enseñanza y que a pesar de estar en las situaciones más difíciles siempre estuvo pensando en sus alumnos y sus tesis.

Por supuesto no puedo dejar de mencionar a mis inolvidables abuelos paternos y maternos, que vieron iniciar mi camino de estudiante pero no el final, una especial dedicatoria a mi tío el Dr. Raúl Fuentes Juárez, se que estaría orgulloso.

ÍNDICE

Introducción	1
Capítulo 1. El Instituto Nacional Electoral, organismo constitucional autónomo encargado de organizar las elecciones federales	
1.1 Evolución del Instituto Federal Electoral hacia el Instituto Nacional Electoral	4
1.2 El INE órgano constitucional autónomo	6
1.3 Estructura organizacional	11
1.4 La Reforma Electoral de 2007. Marco legal que da la atribución al Instituto Nacional Electoral como administrador de los tiempos del Estado para fines electorales	14
1.4.1 Los tiempos fiscales y los tiempos del Estado para fines electorales de 1990 a 2008. Relación IFE-SEGOB	18
1.5 Estructura y funciones de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica DECEyEC	20
Capítulo 2. La campaña institucional del INE: creación y producción	
2.1 La comunicación política	25
2.2 La Campaña Institucional	28
2.3 Plan de medios de la Campaña Institucional	30
2.4 Creación y producción de la Campaña Institucional	31

Capítulo 3. Las pautas de transmisión de la campaña institucional

3.1	La pauta de transmisión	32
3.2	Variables a considerar para la elaboración de la pauta de transmisión	32
3.3	Elaboración de la pauta	40
3.3.1	Tiempo de difusión a partir de la recepción de la pauta por el SIATE y su salida al aire (orden de transmisión)	41
3.4	Los reportes de monitoreo	43
3.5	Radio y televisión por streaming. Futuro de la comunicación institucional transmitida por radio y televisión	44
	Conclusiones	47
	Fuentes	52
	Anexos	56

INTRODUCCIÓN

La planeación de la difusión de los temas torales del terreno electoral como tal, es decir, el modo en el que la comunicación forma parte de la estructura de la política es el tema que aborda esta tesina. Es lo que llamamos “Comunicación Política”, materia como la que se realiza en instituciones como el Instituto Nacional Electoral. Esta planeación también conocida como “Plan de medios” o “Estrategia de comunicación”, es la que define, en la etapa de pautado, a qué público objetivo, en qué periodo de tiempo y frecuencia y en qué medios, se requiere la transmisión de determinados materiales electorales, por lo que estaremos hablando de una variante de la comunicación hacia los dominios del delicado tejido del ámbito Electoral con enfoque a la ciudadanía como su público objetivo.

Para el presente reporte de experiencia laboral hay que considerar, en primer lugar, que el Instituto Nacional Electoral crea, produce, pauta y difunde su Campaña Institucional teniendo los siguientes objetivos fundamentales:

- Organizar las elecciones federales (Presidente de la República, senadores y diputados
- Organizar, en coordinación con los organismos electorales de las entidades federativas, las elecciones locales en los estados de la República y la Ciudad de México”¹.

Siendo la labor principal del Instituto Nacional Electoral la organización de elecciones, otras labores sustantivas consisten en expedir la credencial para votar con fotografía, mantener la lista nominal actualizada, promover la participación ciudadana en los procesos electorales y promover la cultura política democrática, entre otras muchas atribuciones.

La Campaña Institucional contempla diversos medios de difusión como radio, televisión y otros medios alternativos: anuncios espectaculares, inserciones en

¹ http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/Que_es/. Consultado el 14 de septiembre de 2016. Esta información hace referencia al Art. 41° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

prensa, publicidad en metro, metrobus y autobuses, utilización de redes sociales, etcétera. El presente reporte de experiencia laboral está enfocado en el pautado de los spots de radio y televisión que se realiza en el Departamento de Producción y Medios, entidad en la que colaboro como asistente en los procesos de difusión institucional.

Realizar el pautado implica tener en cuenta diversos factores tales como la existencia de Acuerdos del Comité de Radio y Televisión; la estructura propia de la Campaña Institucional y el conocimiento de los calendarios y periodos que conforman los procesos electorales. Asimismo, es de suma importancia tener en consideración la vigencia de los spots respecto a los derechos de autor (con una temporalidad de 6 meses a partir de su primera emisión al aire).

Cabe señalar que el Instituto no compra espacios publicitarios a los concesionarios de radio y televisión sino que utiliza los tiempos del Estado a los que tiene derecho como institución autónoma, siendo el Instituto el administrador de los tiempos del Estado para fines electorales. De esta forma, el instituto pauta sus propios spots y se encarga de enviarlos a los concesionarios de radio y televisión.

Para la presente tesina solamente haremos referencia a dicha atribución que el INE realiza para sí como institución, no incluyendo sus funciones como administrador de los tiempos de los partidos políticos, ni para los Organismos Públicos Locales. Es decir, sólo tomaremos en cuenta la labor de planeación que el INE realiza para que sus spots se difundan en radio y televisión en los tiempos y periodos planeados, legalmente admitidos por los involucrados, con una focalización muy específica, que como ya dijimos, representa su público objetivo, es decir la ciudadanía

En el Capítulo 1 se relata la evolución del Instituto Federal Electoral convertido en Instituto Nacional Electoral, las características que lo convierten en un órgano constitucional autónomo, su estructura organizacional, su misión, su visión, sus principios rectores y sus principales atribuciones. De esta manera conoceremos la naturaleza de la institución y sus funciones imperativas, las cuales deben hacer uso

de campañas de comunicación política para su cumplimiento, elemento ordenado en las leyes que lo gobiernan. Por otra parte se presenta un comparativo de cómo funcionan actualmente los tiempos del Estado para fines electorales derivado de la Reforma de 2008 y la forma en la que funcionaban durante la vigencia de la Ley Federal de Radio y Televisión y su reglamento de 2002; la posterior prohibición de compra de espacios publicitarios en radio y televisión para los partidos políticos y la atribución del Instituto Federal Electoral como administrador de los tiempos del Estado con fines electorales a partir de 2008.

En el Capítulo 2, se describe en qué consiste la Comunicación Política que realiza el Instituto Nacional Electoral, la coordinación que realiza la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica -por medio de la Dirección de Difusión y Campañas Institucionales- con distintas instancias del INE y la acción que lleva a cabo con los proveedores para crear y producir la campaña institucional con el fin de llegar al producto final: el spot de radio y televisión listo para ser pautado.

En el Capítulo 3, se describe lo que significa “pautar” para la Campaña Institucional del INE, como labor que requiere tener en cuenta diversas variables, entre las que se cuentan conocer la estrategia de la campaña institucional en la cual encontramos el cronograma de difusión; saber si la entidad se encuentra en periodo ordinario (sin elecciones) o en proceso electoral o saber en qué etapa del Proceso Electoral se encuentra la entidad, entre otros factores que se analizarán detalladamente.

Para concluir el presente ofrezco conclusiones y puntos de vistas personales basados en mi experiencia dentro de la Dirección de Difusión y Campañas con referencia al pautar la Campaña Institucional antes de 2008, y los cambios resultantes del nuevo modelo de comunicación política resultado de la Reforma Electoral de 2007.

Capítulo 1. El Instituto Nacional Electoral, organismo constitucional autónomo encargado de organizar las elecciones federales

En el presente capítulo se presenta la evolución del Instituto Federal Electoral hacia el Instituto Nacional Electoral, las características que lo convierten en un órgano constitucional autónomo, su misión, visión y sus fines, también su estructura organizacional, así como sus principios rectores y atribuciones sustantivas, siendo la función de administrador de los tiempos del Estado la que incide directamente en mi labor actual como planificador de la pauta institucional de los mensajes de radio y televisión del INE.

1.1 Evolución del Instituto Federal Electoral hacia el Instituto Nacional Electoral

El 10 de febrero de 2014 es publicado en el Diario Oficial de la Federación la Reforma Electoral con la que se crea oficialmente el Instituto Nacional Electoral. Si bien esta es la fecha en que legalmente inicia su existencia el INE, la institución hereda todas las atribuciones, principios rectores y responsabilidades del Instituto Federal Electoral el cual existió del 11 de octubre de 1990 al 9 de febrero de 2014.

Siendo el INE sucesor del IFE, es importante señalar qué atribuciones y funciones tuvo desde su fundación este último hasta la reforma constitucional que convirtió al IFE en INE. Asimismo, es importante destacar la reforma del año 2007, especialmente para los fines de este reporte de experiencia laboral, ya que bajo esta reforma, el IFE adquiere la atribución de administrador de los tiempos del Estado en radio y televisión para fines electorales y con ello la posibilidad de pautar sus spots de manera segmentada y a públicos específicos.

El 6 de abril de 1990 se publica en el Diario Oficial de la Federación el decreto por el que se reforma la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 41°, el cual señala lo siguiente:

“La organización de las elecciones federales es una función estatal que se ejerce por los Poderes Legislativo y Ejecutivo de la Unión... Esta función se realiza a través de un organismo público dotado con personalidad jurídica y patrimonio propios”²

Este decreto marca el inicio de la gestación constitucional del Instituto Federal Electoral el cual culmina con la promulgación del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) del 15 de agosto de 1990, documento que avala y da origen al Instituto Federal Electoral el cual inicia funciones el 11 de octubre de 1990.

Este organismo constitucional autónomo avanzó entre diversas reformas entre 1993 y 2014. A continuación un breve resumen de las mismas:

Reforma de 1993

Esta primera reforma otorgó al IFE atribuciones como la de declarar la validez de las elecciones de diputados y senadores, expedir constancias de mayoría y establecer topes a los gastos de campaña de los partidos políticos.

Reforma de 1994. Esta reforma otorga mayores facultades a los consejeros ciudadanos, es decir, les delega más poder de decisión y les otorga la mayoría de votos en la mesa del Consejo General así como en la integración y autonomía de decisión de los órganos de dirección, descentralizando sus atribuciones hacia los niveles estatales y distritales.

Reforma de 1996. En esta reforma se expide un nuevo Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), destacando que el Instituto Federal Electoral elimina toda participación del Poder Ejecutivo, surgiendo la figura de “Consejeros Electorales” como autoridades máximas de la Institución.

Reforma de 2007. El fundamento de esta reforma electoral es la implementación de un nuevo modelo de comunicación política bajo la cual el Instituto Federal Electoral se convierte en administrador de los tiempos del Estado en radio y televisión para

² Diario Oficial de la Federación. 6 de abril de 1990
http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/dof/CPEUM_ref_118_06abr90_ima.pdf.
[Consultado el 17 de marzo de 2016]

finés electorales. ¿Qué significa esto? Significa que los promocionales de radio y televisión para los que el IFE utilizará los tiempos del Estado, ya no serán solicitados a la Secretaría de Gobernación ante la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía y ahora el pautado de sus spots será enviado directamente a los concesionarios de radio y televisión, decidiendo de esta forma, su difusión de acuerdo a sus objetivos. El modelo anterior solo permitía indicar a qué entidades se debían transmitir ciertos spots pero nunca indicar el horario o la frecuencia de transmisión. En el capítulo 1.4 se detalla el papel del INE como administrador de los tiempos del Estado y en el 1.4.1 cómo era la mecánica legal antes de 2007 con la Secretaría de Gobernación como administradora de los tiempos fiscales y del Estado; por último, en el capítulo 3, se observarán con detalle todos los aspectos de la pauta de transmisión.

Reforma 2014. La reforma constitucional en materia política-electoral, publicada el 10 de febrero de 2014 en el Diario Oficial de la Federación convirtió al Instituto Federal Electoral (IFE) en el Instituto Nacional Electoral (INE). Con las nuevas atribuciones, el INE además de organizar los procesos electorales federales, coadyuva con los organismos electorales locales en la organización de los procesos electorales locales. Algunos cambios se dan en la capacitación electoral de funcionarios de mesas directivas de casilla que pasa a ser responsabilidad del INE y ya no de los Organismos Públicos Locales (OPL). Por otra parte, a nivel central, el Consejo General pasa de tener 8 consejeros electorales y un consejero presidente a estar conformado por 10 consejeros, más uno ejerciendo como Consejero Presidente.

1.2 El INE órgano constitucional autónomo

El Instituto Nacional Electoral es un organismo constitucional autónomo, citando el Art. 41, fracción V, apartado A

“V. La organización de las elecciones es una función estatal que se realiza a través del Instituto Nacional Electoral y de los organismos públicos locales, en los términos que establece esta Constitución.

Apartado A. El Instituto Nacional Electoral es un organismo público autónomo dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, en cuya integración participan el Poder Legislativo de la Unión, los partidos políticos nacionales y los ciudadanos, en los términos que ordene la ley. En el ejercicio de esta función estatal, la certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, máxima publicidad y objetividad serán principios rectores.

El Instituto Nacional Electoral será autoridad en la materia, independiente en sus decisiones y funcionamiento, y profesional en su desempeño; contará en su estructura con órganos de dirección, ejecutivos, técnicos y de vigilancia”³.

A pesar de que en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos no existe una definición exacta del concepto “organismo constitucional autónomo”, estudiosos del derecho constitucional como Ezequiel Bonilla Fuentes y Fernando Lorenzana Rojas, definen las características de los órganos constitucionales autónomos:

- “a) Independencia jurídica de los poderes del Estado (autonomía orgánica y funcional);
- b) Atribución de una o varias funciones del Estado (autonomía técnica);
- c) Facultad para expedir las normas que lo rigen (autonomía normativa), y
- d) Capacidad para definir sus necesidades presupuestales y para administrar y emplear los recursos económicos que le sean asignados (autonomía financiera-presupuestal y administrativa)”⁴.

A continuación se presenta un breve comparativo de las características que tiene un organismo constitucional autónomo y las características del INE:

CARACTERISTICAS ORGANISMOS CONSTITUCIONALES AUTONOMOS	CARACTERISTICAS INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL
Independencia jurídica de los poderes del estado	El INE es un organismo público autónomo
Atribuciones o funciones del Estado	Organizar las elecciones como atribución principal
Facultad para expedir normas	El INE expide acuerdos y resoluciones a través sus órganos de dirección
Capacidad de definir su presupuesto	El INE define su presupuesto y lo presenta ante la Cámara de Diputados para su aprobación o ajuste

³ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Cámara de Diputados del H. Congreso de la unión. México. 2016. Pp. 49

⁴ Ezequiel Bonilla Fuentes, Fernando Lorenzana Rojas. Los Órganos Autónomos y su Defensa Jurisdiccional. Tribunal Electoral del Distrito Federal. Junio-diciembre 2011. Pp. 43

En la página electrónica del INE se enuncian la misión, visión y propósitos de la siguiente forma:

Misión

“Contribuir al desarrollo de la vida democrática, garantizando el ejercicio de los derechos político-electorales de la sociedad a través de la promoción de la cultura democrática y la organización de comicios federales en un marco de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, máxima publicidad y objetividad⁵”.

Para tener una mejor comprensión de la misión del INE, retomamos a Giovanni Sartori que define a la legitimidad democrática como:

“Democracia quiere decir que el poder es legítimo sólo si es investido desde abajo, sólo si es emanación de la voluntad popular, es decir, concretamente en la medida que es libremente consentido...Hablamos de democracia para aludir, a grandes rasgos, a una sociedad libre, no oprimida por un poder político discrecional e incontrolado, ni dominada por una oligarquía cerrada y restringida donde los gobernantes [responden] a los gobernados. Habrá democracia en la medida en que exista una sociedad abierta donde la relación entre gobernantes y gobernados se base en la premisa de que el Estado está al servicio de los ciudadanos y no los ciudadanos al servicio del Estado, de que el gobierno existe para el pueblo y no viceversa”⁶.

Interpretando tales definiciones y conceptos, se concluye que el instituto tiene como uno de sus objetivos organizar las elecciones en un proceso democrático en pos de considerar cambios pacíficos de gobierno y con legitimidad, bajo ciertos valores tales como son que los ciudadanos ejerzan el sufragio y que se involucren en los asuntos públicos por medio de una participación plena y ejercicio insumiso de sus derechos.

⁵ http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/Que_es/
[Consultado el 31 de marzo de 2016]

⁶ Sartori, Giovanni. ¿Qué es la democracia? Ed. Taurus, México, 2008. Pp. 39

Visión

Refiriéndonos a Capriotti que señala que: “La Visión... es la perspectiva de futuro de la organización, el objetivo final de la entidad”⁷, se entiende que la visión es una meta a la que aspira la institución:

“El Instituto Nacional Electoral se consolida como un organismo público autónomo, transparente y eficiente, en el que la sociedad cree y deposita plenamente su confianza, que se distingue por proporcionar servicios cada vez más confiables y de mayor calidad a la ciudadanía y ser el principal promotor de la cultura democrática en el país”⁸.

Propósitos

En su declaración de propósitos identificamos los objetivos particulares del Instituto Nacional Electoral, que como tales influyen decididamente en la estructura de la Campaña Institucional:

FINES⁹ (Extraído de la página)	SUBCAMPAÑA¹⁰ EN LA QUE SE REFLEJAN LOS FINES
Integrar el Registro Federal de Electores	Subcampaña de Actualización al Padrón Electoral.
Asegurar a los ciudadanos el ejercicio de sus derechos político-electorales y vigilar el cumplimiento de sus obligaciones. Garantizar la celebración periódica y pacífica de las elecciones para renovar a los integrantes de los Poderes Legislativo y Ejecutivo de la Unión.	Subcampaña de Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales Subcampaña de Promoción de la Cultura Política Democrática
Velar por la autenticidad y efectividad del sufragio.	Subcampaña de Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales Subcampaña de Promoción de la Cultura Política Democrática
Llevar a cabo la promoción del voto y coadyuvar a la difusión de la cultura democrática.	Subcampaña de Promoción de la Cultura Política Democrática

⁷ Capriotti, Paul. Branding Corporativo. Ed. Colección de Libros de la Empresa. 2009. Pp. 26

⁸ http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/Que_es/
[Consultado el 31 de marzo de 2016]

⁹ http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/Que_es/ [Consultado el 31 de marzo de 2016]

¹⁰ La Campaña Institucional se divide en Subcampañas, que son objetivos específicos dentro la campaña

Dichos objetivos institucionales son los que le brindan sustento legal al proceso de elaboración de la Campaña Institucional.

Los principios rectores del Instituto Nacional Electoral

En su página electrónica el INE enuncia que “Todas las actividades del Instituto Nacional Electoral deben apegarse a los siguientes principios rectores”¹¹.

Basándome en dicha información, a continuación presento el siguiente cuadro:

PRINCIPIO RECTOR	SIGNIFICADO
Certeza	Todas las actividades del INE deben ser comprobables, fidedignas y confiables
Legalidad	El apego a la ley que delimita las funciones del INE
Independencia	Independencia ante presiones de actores políticos u otras autoridades e instituciones, apegando su actuación a las leyes establecidas
Imparcialidad	Supeditar la actuación con apego a los valores de la democracia, al interés de la sociedad dejando al margen cualquier interés personal o preferencia política
Máxima publicidad	Toda la información y actuar del Instituto serán públicos
Objetividad	Interpretar los hechos fuera de presiones parciales

¹¹ http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/Que_es/ [Consultado el 17 de mayo de 2014]

1.3 Estructura organizacional

A continuación y basándome en la información de la página del Instituto Nacional Electoral¹² expongo la estructura organizacional del INE:

Órgano superior de dirección:

- El Consejero Presidente a la cabeza
- 10 consejeros electorales formando el Consejo General

Asimismo, cuenta con los siguientes órganos administrativos divididos de la siguiente manera:

- Órganos ejecutivos y técnicos.

Ejecutivos:

- La Junta General Ejecutiva.
- La Secretaría Ejecutiva.
- Las 6 Direcciones Ejecutivas:
 - ✓ Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores.
 - ✓ Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos.
 - ✓ Dirección Ejecutiva de Organización Electoral.
 - ✓ Dirección Ejecutiva del Servicio Profesional Electoral.
 - ✓ Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica.
 - ✓ Dirección Ejecutiva de Administración.

Técnicos.

- Coordinación de Asuntos Internacionales.
- Dirección del Secretariado.
- Dirección Jurídica.
- Unidad de Servicios de Informática.

¹² <http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/Estructura/>.
[Consultado el 30 de marzo de 2016]

- Coordinación Nacional de Comunicación Social.
- Unidad Técnica de Servicios de Información y Documentación.
- Unidad Técnica de Planeación.
- Unidad Técnica de Vinculación con los Organismos Públicos Locales

Órganos descentralizados:

- Juntas Locales y Distritales.
 - ✓ 32 Juntas Locales
 - ✓ 300 Juntas Distritales¹³

En este apartado cabe mencionar que es la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica (DECEyEC), a través de la Dirección de Campañas Institucionales, la encargada del diseño de la pauta de difusión en los medios masivos de comunicación, así como la instancia que coordina la creación y producción de los spots de radio y televisión de la campaña institucional como objetos de difusión de la pauta.

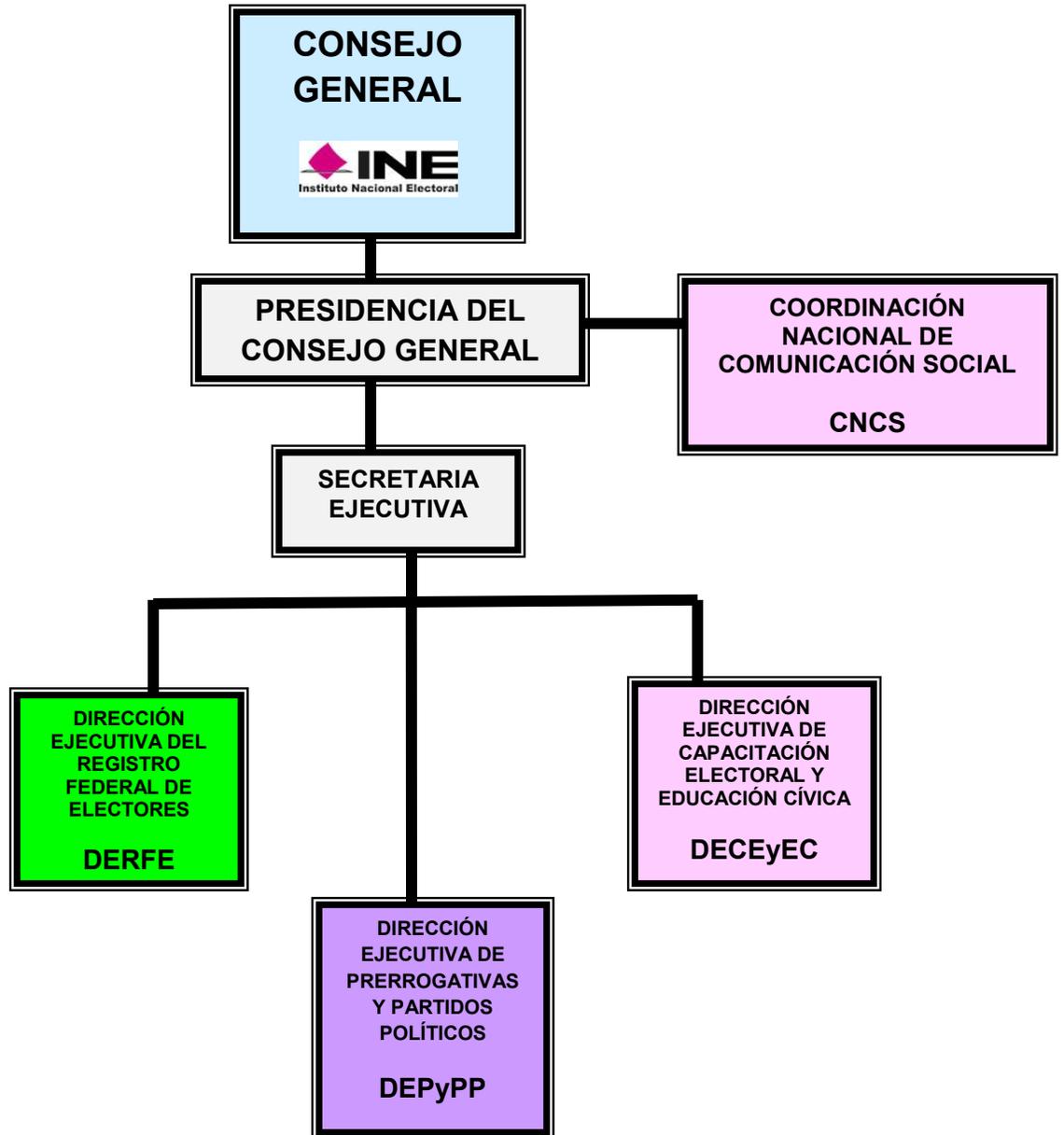
El marco legal que regula al Instituto Nacional Electoral está establecido tanto en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Art. 41° así como en la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LEGIPE). Básicamente es a partir de estas legislaciones, de donde emana que el INE debe llevar a cabo el ejercicio de sus atribuciones a través de órganos centrales y órganos descentralizados.

A continuación se presenta un organigrama condensado de la estructura del Instituto, señalando qué direcciones tienen relación directa en la producción de la campaña institucional y del pauta de los spots de radio y televisión.

13

<http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/menuitem.cdd858023b32d5b7787e6910d08600a0/>. [Consultado el 18 de marzo de 2016]

Organigrama condensado del Instituto Nacional Electoral¹⁴



La DECEyEC coordina junto con la DERFE, los Consejeros Electorales, la Presidencia del Consejo General, la Secretaría Ejecutiva y la CNCS, la creación de la Campaña Institucional (calificando en conjunto a los licitantes para contratar a la agencia de publicidad y la casa productora, ya contratadas las empresas estas instancias emiten comentarios a las propuestas creativas, es decir, los guiones para

¹⁴ http://www.ine.mx/docs/IFE-v2/DEA/DEA-EstructuraOrganicalFE/DEA-organigramapdfs/2007/TOC_311207.pdf. [Consultado el 30 de marzo de 2016]

su producción). Posteriormente la DECEyEC produce y envía el pauta de los spots de radio y televisión a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos (DEPyPP). En el capítulo 1.5 se podrá ver con detalle la labor que realiza la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica (DECEyEC).

1.4 La Reforma Electoral de 2007. Marco legal que da la atribución al Instituto Nacional Electoral como administrador de los tiempos del Estado para fines electorales

En 2007 derivado de los conflictos postelectorales de 2006, el Congreso de la Unión legisla una reforma político-electoral. Dentro de ésta, los cambios más importantes fueron que el IFE adquiere la atribución como administrador de los tiempos del Estado para fines electorales y la prohibición de que los partidos políticos compren publicidad en radio y televisión. Dichos cambios contenidos en el Art. 41° numeral III, apartado A, subsisten en la reforma de 2014, año en que se produce la transición hacia el denominado Instituto Nacional Electoral. El siguiente es el texto legal que sustentó tal proceso:

“El Instituto Nacional Electoral será autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales, de acuerdo con lo siguiente y a lo que establezcan las leyes...Los partidos políticos y los candidatos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión¹⁵”

Asimismo la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión en su Art. 221° hace referencia a esta atribución:

“El Instituto Nacional Electoral tendrá las atribuciones que se establecen en la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales y demás disposiciones aplicables en la materia”¹⁶.

¹⁵ Art. 41° Inciso III. Apartado A. Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. México. 2016. Pp. 46, 47

¹⁶ Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Última Reforma DOF 01-06-2016. Cámara de diputados del H. Congreso de la Unión. Secretaría General. Secretaría de Servicios Parlamentarios. Pp. 91

Por otra parte, para los tiempos del Estado con fines no electorales la Secretaría de Gobernación es la administradora de dichos tiempos como se señala en el Art. 251 y las características de los tiempos en el Art. 252

“Artículo 251. Los concesionarios de uso comercial, público y social que presten el servicio de radiodifusión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias en cada estación y por cada canal de programación, con una duración de hasta treinta minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de interés social. Los tiempos de transmisión serán administrados por la Secretaría de Gobernación, la que oirá previamente al concesionario y de acuerdo con ellos fijará los horarios a lo largo de sus horas de transmisión.

El Ejecutivo Federal señalará las dependencias que deberán proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por la Secretaría de Gobernación. Los concesionarios de uso social estarán exentos del impuesto establecido en la Ley del impuesto sobre servicios expresamente declarados de interés público por ley, en los que intervengan empresas concesionarias de bienes del dominio directo de la nación.

Artículo 252. La forma en que podrán dividirse esos treinta minutos será la siguiente:
I. Quince minutos en formatos o segmentos de no menos de veinte segundos cada uno, y
II. Quince minutos en formatos o segmentos no menores de cinco minutos cada uno”¹⁷.

Después de la reforma de 2007 el IFE (posteriormente el INE) estuvo posibilitado para enviar directamente sus spots de radio y televisión a los concesionarios; pero aun más importante es que durante el Proceso Electoral Federal y los Procesos Electorales Locales tiene la posibilidad de dirigir sus mensajes en horarios, canales y entidades determinadas para impactar en la ciudadanía.

Administración de los tiempos del Estado para fines electorales por el INE

Para enriquecer el propósito de este reporte, es importante definir cómo el INE ejerce la administración de los tiempos del Estado, como señala el artículo 162 del LEGIPE¹⁸

¹⁷ Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Última Reforma DOF 01-06-2016. Cámara de diputados del H. Congreso de la Unión. Secretaría General. Secretaría de Servicios Parlamentarios. Pp. 97-98

¹⁸ Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LEGIPE). INE. México, 2014

“1. El Instituto ejercerá sus facultades en materia de radio y televisión a través de los siguientes órganos:

- a) El Consejo General;
- b) La Junta General Ejecutiva;
- c) La Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos;
- d) El Comité de Radio y Televisión;
- e) La Comisión de Quejas y Denuncias, y
- f) Los vocales ejecutivos y juntas ejecutivas en los órganos desconcentrados, locales y distritales, que tendrán funciones auxiliares en esta materia.

De los órganos enunciados, es importante destacar la labor del Comité de Radio y Televisión, ya que de dicho comité emanan la mayor parte de los acuerdos que brindan los lineamientos de la difusión de la Campaña Institucional pues dicta como tales las fechas límite y las características técnicas y de contenido de los spots que se van a pautar. Estas directrices son aplicables tanto a los partidos políticos como a las autoridades electorales.

Por otra parte, el INE a través de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos administra el Sistema Integral para la Administración de los Tiempos del Estado (SIATE) ejerciendo, entre otras, las siguientes funciones (resumo las que tienen relación con la DECEyEC en cuanto al pautado de sus spots).

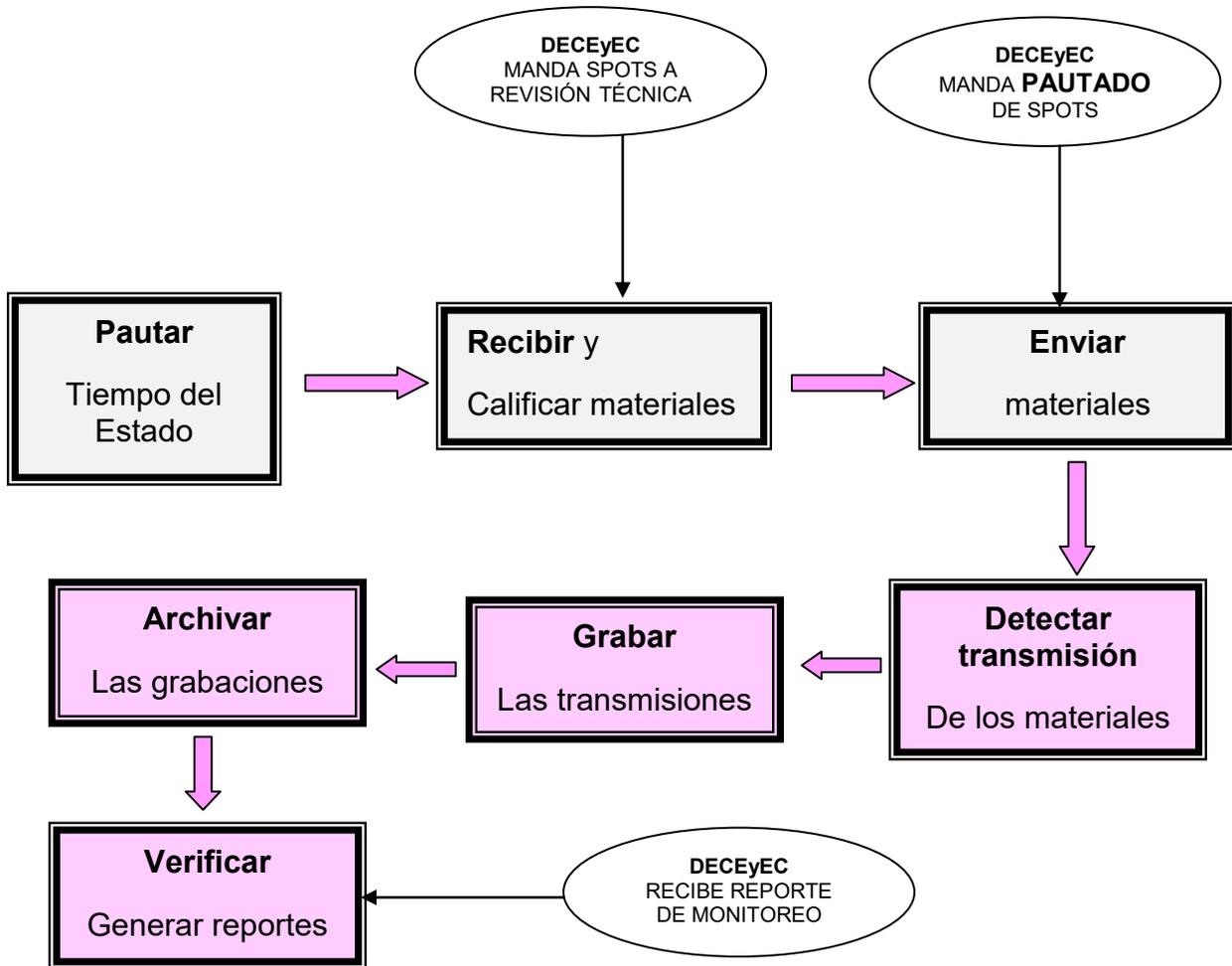
SIATE (Sistema Integral para la Administración de los Tiempos del Estado)	
Funciones del SIATE ¹⁹	Labores de la DECEyEC para el pautado de sus spots
Producir las pautas de transmisión y notificarlas	La DECEyEC solicita al SIATE el pautado de sus spots
Recibir y calificar la calidad técnica de los materiales que los partidos políticos y las autoridades electorales	La DECEyEC envía sus spots para verificar que sus spots cumplen con los requerimientos técnicos
Generar reportes de las transmisiones de los promocionales pautados por el IFE	La DECEyEC recibe reporte de monitoreo de la transmisión de sus spots a nivel nacional

¹⁹ El Sistema Integral para la Administración de los Tiempos del Estado (SIATE).
<http://www2.ine.mx/docs/IFE-v2/UTSID/UTSID-InformacionSocialmenteUtil/MonitoreoMedios-SIATE/SIATE.pdf> [Consultado el 5 de abril de 2016]

Cabe destacar, que la labor del Instituto como administrador de los tiempos del Estado, se realiza tanto en periodo ordinario como en los procesos electorales federal, local o extraordinario.

La siguiente es la forma en la que se lleva a cabo tal actividad:

Diagrama de flujo del SIATE



Vale la pena señalar que todos los actores políticos -llámense partidos, autoridades electorales (INE incluido) y autoridades jurisdiccionales (TEPJF y tribunales de los estados)- tienen que entregar sus materiales al sistema (SIATE).

Relación interinstitucional DECEyEC y SIATE

La DECEyEC debe solicitar al SIATE (ambos como órganos de la estructura del INE) que sus spots de radio y televisión se pauten para su difusión en radio y televisión, destacando que la DECEyEC en todo momento decide la pauta que debe cumplir su Campaña Institucional.

La DECEyEC está siempre sujeta a todos los lineamientos contenidos en los acuerdos del Comité de Radio y Televisión, destacando que la instancia con la última decisión jurisdiccional e inatacable proviene por parte del Tribunal Federal Electoral del Poder Judicial de la Federación, ya que en sus fallos se emite jurisprudencia no contemplada en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos ni en la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales u otras leyes, reglamentos o acuerdos.

1.4.1 Los tiempos fiscales y los tiempos del Estado para fines electorales de 1990 a 2008. Relación IFE-SEGOB

Tiempos fiscales

Entre 1990 y 2002, los tiempos fiscales (derivado del Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el 1 de julio de 1969) entre 1990 a 2002 el IFE utilizaba dichos tiempos de la siguiente manera:

Los tiempos fiscales representaban el 12.5% del tiempo de transmisión total en cada emisora de radio y televisión. Por este medio se transmitían los spots de la Campaña Institucional del IFE. Una de las características de estos tiempos era que se presentaban a través de promocionales de 30 segundos.

Tiempos del Estado (tiempos oficiales)

Por otra parte, en cuanto a los llamados tiempos oficiales (30 minutos diarios), el artículo 59 de la Ley Federal de Radio y Televisión²⁰ señalaba:

“Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión”.

Estos tiempos oficiales eran utilizados para los programas de los partidos políticos ya que no se podían segmentar en tiempos menores a 5 minutos. Después de 2002 con la promulgación del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, este dicta en su artículo 59²¹ que los tiempos oficiales del Estado consistirán en 30 minutos diarios de los cuales 10 son “spoteables” (es decir que se podían dividir en spots de 20 o 30 segundos). Este tiempo lo compartían los Poderes de la Unión, los organismos autónomos como la Comisión Nacional de Derechos Humanos, el Banco de México y el Instituto Federal Electoral (ahora INE), entre otros. De estos 10 minutos al Instituto Federal Electoral le corresponden aproximadamente entre cuatro y seis spots de 30 segundos en cada canal de televisión y entre seis y ocho spots en cada estación de radio en periodo ordinario, es decir, cuando no había elecciones federales.

La gestión de los tiempos de transmisión de los spots de TV y radio se realizaba a instancias de la Coordinación Nacional de Comunicación Social del IFE, que a su vez los gestionaba ante la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, bajo este modelo el IFE no compraba publicidad ni en radio ni en televisión.

²⁰ Ley Federal de Radio y Televisión. Ley Abrogada DOF 14-07-2014. Pp. 15

En este modelo de comunicación se transmitían los programas permanentes, especiales y complementarios de los partidos políticos que no podían ser inferiores a cinco minutos, teniendo derecho a spots de 20 y 30 segundos repartidos según el porcentaje de la votación obtenida. Dentro de este modelo los partidos políticos podían comprar espacios publicitarios en la radio y televisión, como lo especifica el Art. 48° del COFIPE (Última reforma publicada DOF 24-04-2006 Código Abrogado DOF 14-01-2008):

“1. Es derecho exclusivo de los partidos políticos contratar tiempos en radio y televisión para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales, conforme a las normas y procedimientos que se establecen en el presente artículo...”²²

1.5 Estructura y funciones de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica (DECEyEC)

Dentro de las atribuciones que ejerce el INE, mediante la DECEyEC, destacan las siguientes, de acuerdo al artículo 58 del LEGIPE:

“1. La Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica tiene las siguientes atribuciones...

- d) Diseñar y proponer estrategias para promover el voto entre la ciudadanía.....
- g) Orientar a los ciudadanos para el ejercicio de sus derechos y cumplimiento de sus obligaciones político-electorales....
- h) Llevar a cabo las acciones necesarias para exhortar a los ciudadanos a que se inscriban y actualicen su registro en el Registro Federal de electores y para que acudan a votar...
- i) Diseñar y proponer campañas de educación cívica en coordinación con la Fiscalía Especializada para la prevención de delitos electorales²³”

También, el Reglamento Interior del Instituto Nacional Electoral (RIINE), establecido el 19 de noviembre de 2014, en su artículo 49°, dice que la DECEyEC tiene las siguientes funciones relacionadas con la Campaña Institucional:

²² Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. Última reforma publicada DOF 24-04-2006. Código Abrogado DOF 14-01-2008. Pp. 21

²³ Compendio Legislación Nacional Electoral. Tomo II. LGIPE. INE, FEPADE. UNAM, TRIFE. México 2014. Pp. 31

PRINCIPALES FUNCIONES RIINE²⁴ ART 49°	ACTIVIDADES QUE SE DERIVAN (de acuerdo a mi experiencia laboral)
g) Diseñar e instrumentar las campañas de difusión institucionales y, en su caso, coordinarse para ello con las instancias que por el objeto o contenido de la campaña sean competentes.	La DECEyEC realiza contratación de agencia de publicidad y casa productora y se coordina con DERFE, CNCS y Consejo General.
h) Orientar a los ciudadanos para el ejercicio de sus derechos y cumplimiento de sus obligaciones político-electorales.	Promoción de la Cultura Política Democrática (en periodo ordinario, es decir sin elecciones)
k) Colaborar con la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, en el envío de los materiales audiovisuales correspondientes a la campaña institucional para su difusión oportuna.	La DECEyEC envía al SIATE su pauta, labor en la que colaboro como analista en el diseño de la pauta para su difusión en radio y televisión.
u) Diseñar y proponer estrategias para promover el voto entre la ciudadanía.	La DECEyEC realiza la subcampaña de Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales (en periodos electorales).

²⁴ Reglamento Interior del Instituto Nacional Electoral (RIINE). INE. México, 2014. Pp. 83-86

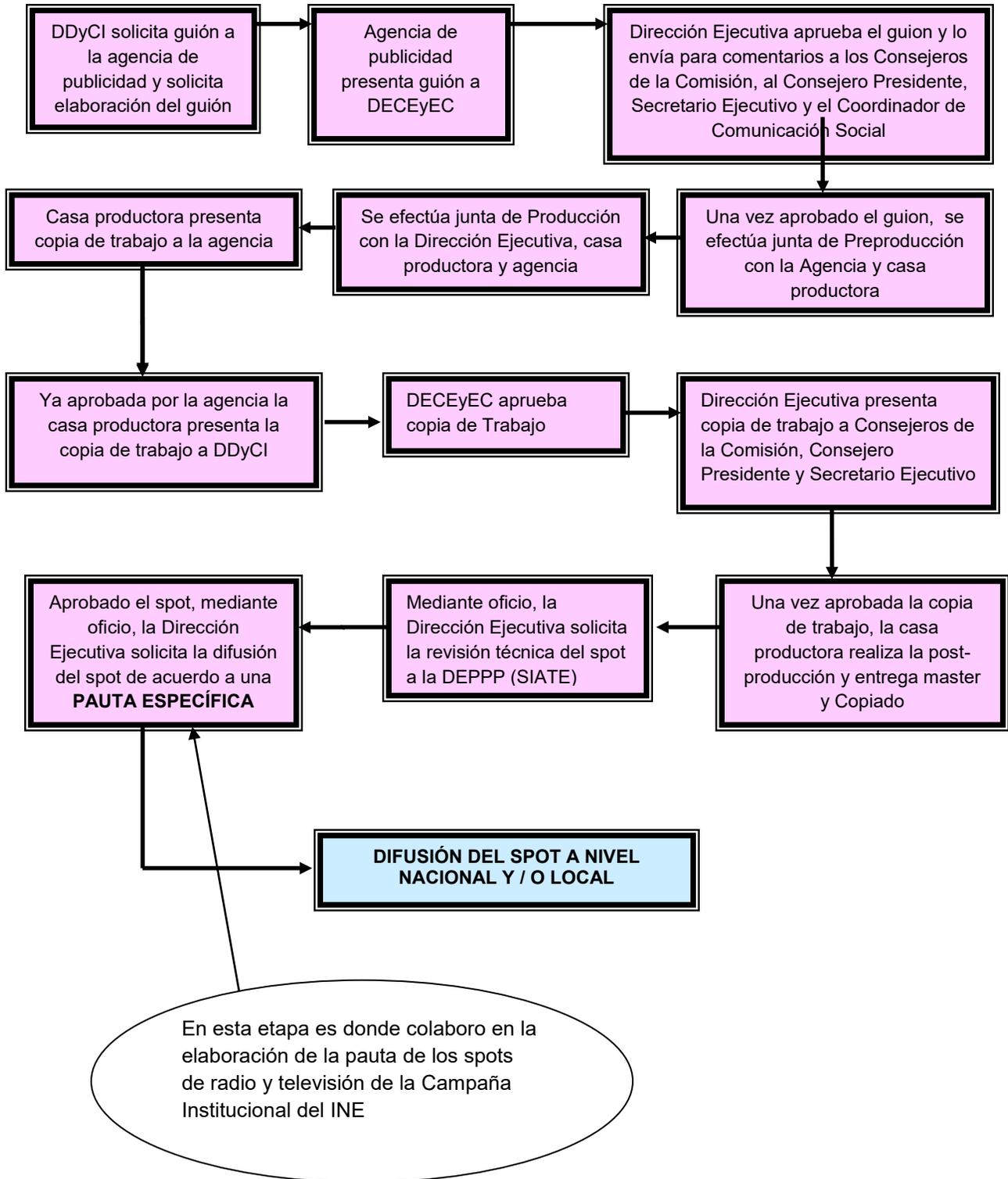
Coordinación de la DECEyEC en la Campaña Institucional

La Dirección de Difusión y Campañas Institucionales como parte integrante de la DECEyEC, es la responsable de coordinar las licitaciones públicas nacionales de agencia de publicidad y casa productora. Realizada la contratación, dicha Dirección continúa con la labor de seguimiento para que las propuestas creativas para producir los spots de radio y televisión se realicen con el consenso de las áreas involucradas.

Cuando ha sido producido el spot de radio y televisión se procede a elaborar la pauta (de la cual se deben considerar diversos aspectos como se verá en el capítulo 3). Después se solicita la revisión técnica de los materiales de radio y televisión y se solicita su difusión al área responsable dentro del Instituto o sea al Sistema Integral de Administración de los Tiempos del Estado (SIATE) la cual depende de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos (DEPPP).

Para tener una idea de cuan largo es el proceso, a continuación se presenta un diagrama de flujo que culmina con el spot ya producido:

Diagrama de flujo del guión al spot terminado y pautaado para su difusión



Capítulo 2. La campaña institucional del INE: creación y producción

En este capítulo, se aborda el tema de la comunicación política que lleva a cabo el Instituto Nacional Electoral para llegar a su público-objetivo (los ciudadanos). Esta comunicación política se expresa a través de la creación y la producción de la Campaña Institucional.

2.1 La comunicación política

Primero partamos de las siguientes definiciones fundamentales:

POLITICA	COMUNICACIÓN
<p>“Derivado del adjetivo polis(<i>politikós</i>) que significa todo lo que se refiere a la ciudad y en consecuencia ciudadano, civil, público y también social, el término p. ha sido transmitido por influjo de la gran obra de Aristóteles intitulada <i>Política</i>, que debe ser considerada el primer tratado sobre la naturaleza, las funciones y las divisiones del Estado y sobre las varias formas de gobierno... En la edad moderna el término perdió su significado original...sustituido por otras expresiones como “ciencia del estado”, “ciencia política” etc y se emplea comúnmente para indicar la actividad o el conjunto de actividades que de alguna manera tienen como referencia la polis es decir el estado”²⁵ Por otra parte dentro de la información del diccionario, se considera que el fin de la política es el orden y para algunos autores como Aristóteles “el bien común” y para Platón “la justicia”</p>	<p>“(Del latín <i>communicare</i>: poner en común; <i>communione</i> facere: hacer la comunicación. Comunicación: poner en relación a emisores y receptores a través de la comunicación. <i>Comunicación social</i>: Toda forma de relación social donde existe una participación social suficiente de los individuos o de los grupos. Se pueden distinguir varios canales de comunicación: -las redes de comunicación, que dependen de la estructura de los individuos o de los grupos en relación; -los modos de comunicación, dependientes de la interacción entre la estructura de la redes y la estructura social”²⁶</p>

Posteriormente, revisemos los conceptos de José María Canel respecto a la comunicación y su relación con la política de la siguiente manera: “La comunicación es esencial, en primer lugar a la toma de decisiones... y para un intercambio de opiniones entre aquellos que están implicados²⁷. Y con respecto a la política dice que es la “actividad por la que se adoptan y aplican las decisiones en y para la

²⁵ Diccionario de Política. Norberto Bobbio, Nicola Matteucci y Gianfranco Pasquino. Ed. Siglo XXI. Decimoquinta edición en español, México 2007. Pp 1215

²⁶ Diccionario de comunicación. J.B. Pages et alls. Editor 904. Argentina. 1977. Pp. 45-46

²⁷ María José Canel. Comunicación Política. Una guía para su estudio y practica. Ed. Tecnos. 2006. Pp. 18

comunicación”²⁸. Teniendo en cuenta dichos conceptos se establece la siguiente definición de Comunicación política:

COMUNICACIÓN POLÍTICA ²⁹
Es la actividad de determinadas personas e instituciones (políticos, comunicadores, periodistas y Ciudadanos), en la que, como resultado de la interacción, se produce un intercambio de mensajes con los que se articula la toma de decisiones políticas, así como la aplicación de estas en la comunidad. La Comunicación Política, con mayúsculas, es el campo de estudio que comprende tal actividad.

Asimismo, en el Diccionario de política de Norberto Bobbio obtenemos la siguiente definición de comunicación política:

“La comunicación política puede definirse como el conjunto de los mensajes que circulan en el interior de un sistema político y que condicionan su entera actividad, desde la formación de las demandas hasta los procesos de conversión a las respuestas del propio sistema. Metafóricamente, la comunicación política puede definirse como “el sistema nervioso” de toda unidad política”³⁰

Teniendo en cuenta estos conceptos y aplicándolos al caso específico del Instituto Nacional Electoral, podríamos concluir que la comunicación política funciona y se aplica en el proceso de interacción que los ciudadanos ejercen entre sí.

Para cumplir sus objetivos y reforzando esta idea, el Instituto Nacional Electoral necesita comunicarse con su público-objetivo y citando a Feliu Albaladejo en su documento “Los ámbitos de la Publicidad Institucional”, se considera que los gobiernos e instituciones públicas producen campañas de comunicación para relacionarse con los ciudadanos. Para Albaladejo este medio de difusión es la comunicación institucional que es parte de la Comunicación Política, que a su vez dicho autor define como:

“... la actividad publicitaria promovida por las administraciones e instituciones públicas”³¹.

²⁸ Ibid.

²⁹ Ibid Pp. 27

³⁰ Diccionario de Política. Norberto Bobbio, Nicola Matteucci y Gianfranco Pasquino. Ed. Siglo XXI. Decimoquinta edición en español, México 2007. Pp. 264

³¹ Feliu, E. (ed.): Comunicación. Memoria, historia, modelos, Madrid, Edipo, pp. 428-436.

Recapitulando en pos del concepto anterior, el INE hace uso de la comunicación política, en su variante de publicidad institucional, para comunicar a los ciudadanos su agenda.

En este sentido, Miguel de Moragas realiza una clasificación de las campañas institucionales, información que presento a manera de resumen en el siguiente cuadro, haciendo un comparativo con algunas campañas institucionales en nuestro país:

CLASIFICACIÓN DE LAS CAMPAÑAS INSTITUCIONALES SEGÚN MORAGAS³²	
CAMPAÑA	OBJETIVOS
Sociales	Contemplan varios fines, entre otros la protección del medio ambiente, la igualdad de oportunidades, campañas de SEMARNAT, etcétera.
Políticas	Para promover la participación en las elecciones, como la Campaña Institucional del INE
Culturales	Promover la cultura, fomento a la lectura, etcétera. INBA, INAH
Socioeconómicas	Cumplir con obligaciones fiscales. Campañas de la SHCP
De seguridad	Prevención de accidentes viales y de accidentes del trabajo. Campañas de Secretaria de Seguridad Pública

Para reafirmar finalmente el concepto de que la Campaña Institucional del INE reúne los preceptos de una Comunicación Política, Enrique E. Sánchez Ruiz considera lo siguiente:

³² MORAGAS I SPÀ, M. de (2005): "Publicidad institucional: comunicación y civismo", Barcelona Metròpolis Mediterrània, 6: 72-77.

“de naturaleza explícitamente política... ya se trate de anuncios de campañas partidarias, mensajes gubernamentales o por ejemplo cuando el Instituto Federal Electoral exhorta a los ciudadanos a través de los medios a renovar su credencial de elector. Entonces, hablamos propiamente de ‘comunicación política’³³

2.2 La Campaña Institucional

Recapitulando los conceptos anteriores: política, comunicación, comunicación política y publicidad institucional; tenemos definido el concepto de la Campaña Institucional del Instituto Nacional Electoral como una comunicación política enfocada a la promoción de la participación electoral (entre otros objetivos). En las bases de la Licitación Pública Nacional No. LP-INE-066/2015 se señala ampliamente el objetivo general de la Campaña Institucional del Instituto Nacional Electoral:

“El objetivo de la campaña institucional es contribuir a la formación de ciudadanos responsables y activos, sensibilizándolos sobre la importancia de participar democráticamente en los asuntos públicos como vía para mejorar su calidad de vida”³⁴.

Bajo dicho objetivo está establecida “la formación de ciudadanos”, ya que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos señala que:

Artículo 34. Son ciudadanos de la República los varones y mujeres que, teniendo la calidad de mexicanos, reúnan, además, los siguientes requisitos:

- I. Haber cumplido 18 años, y
- II. Tener un modo honesto de vivir.

Artículo 35. Son derechos del ciudadano:

- I. Votar en las elecciones populares;
- II. Poder ser votado para todos los cargos de elección popular, teniendo las calidades que establezca la ley...
- III. Asociarse individual y libremente para tomar parte en forma pacífica en los asuntos políticos del país³⁵”

³³ Enrique E. Sánchez Ruiz. Comunicación y democracia. Cuaderno 4. IFE. 2004

³⁴ Licitación Pública Nacional No. LP-INE-066/2015.Pp. 51

³⁵ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Pp. 41

Bajo dichos preceptos constitucionales se encuentra el sustento legal que acerca de los llamados “derechos políticos” que dan la posibilidad de votar, ser votado y asociarse.

La Campaña Institucional pretende que los ciudadanos de 18 años o más participen en los asuntos públicos por la vía electoral, como su principal objetivo. Pero dentro de esta clase de ciudadanos hay diversas variantes en los mensajes como se puede ver a continuación. El Instituto Nacional Electoral le llama subcampañas de la Campaña Institucional, mismas que se presentan en las bases de la Licitación Pública Nacional No. LP-INE-066/2015:

“IV.7 Subcampañas

La Campaña Institucional 2016-2018 se divide en cuatro Subcampañas:

1. Promoción de la Cultura Política Democrática
2. Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales
3. Actualización al Padrón Electoral.
4. Voto de los Mexicanos en el Extranjero³⁶.

Con base en información presentada en la licitación, resumo los aspectos más importantes de la subcampañas de la Campaña Institucional.

Campaña Institucional:	
Subcampaña	Objetivo
Promoción de la Cultura Política democrática	Que los ciudadanos conozcan sus derechos y obligaciones político-electorales
Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales	Promover el voto y la participación de los ciudadanos en todas las etapas de los procesos electorales(asistiendo como funcionarios de casilla) y motivando el ejercicio del sufragio el día de las votaciones. El voto libre y razonado
Actualización al Padrón Electoral	Que los ciudadanos obtengan la

³⁶ Licitación Pública Nacional No. LP-INE-066/2015. Pp 53

	credencial para votar y que la mantengan actualizada
Voto de los Mexicanos en el Extranjero	Que los ciudadanos residentes en el extranjero obtengan su credencial para votar y ejerzan el voto

El objetivo de citar las variables de la subcampañas es ubicar al lector de este trabajo en el sentido de que si bien el público objetivo son los ciudadanos, la Campaña Institucional contiene subtemas, por lo que se debe cumplir con un complejo conjunto de objetivos y sub-objetivos con diversos periodos y fechas límites, elementos que hay que considerar en la elaboración de la pauta.

2.3 Plan de medios de la Campaña Institucional.

Toda Campaña Institucional cuenta con una estrategia conocida comúnmente como “Plan de medios”. En el Instituto Nacional Electoral esta estrategia se encuentra en las bases de Licitación Pública Nacional No. LP-INE-066/2015 dentro de la cual se señalan la cobertura y los medios que se van a utilizar.

Cobertura

“IV.3 Cobertura

La campaña institucional deberá tener cobertura nacional y alcanzar a la población urbana, semiurbana y rural, de todos los niveles socio-económicos.

Medios

IV.4 Medios a utilizar

- Radio y televisión
- Impresos diversos (carteles, volantes, folletos)
- Prensa y revistas
- Bardas y mantas
- Internet y Redes Sociales

- Medios alternativos (carteleros espectaculares, autobuses urbanos, entre otros)
- Perifoneo
- Mención para comunicadores³⁷

Para el objeto de este reporte, la campaña institucional se limita exclusivamente a la radio y la televisión ya que es en esta área en la que colaboro –reitero- en la elaboración de la pauta en la ya citada Dirección de Difusión y Campañas Institucionales.

2.4 Creación y producción de la Campaña Institucional

La comunicación política es una labor compleja, como hace énfasis el documento interno del IFE “Las nuevas modalidades de interlocución política en México” al señalar que:

“El diseño de campañas en los medios de comunicación masiva incluye múltiples profesionales con altos grados de especialización, en contextos financieramente exigentes: asesores, investigadores y publicistas, entre otros, forman parte del personal especializado requerido en la comunicación política moderna”³⁸

Desde la contratación de una agencia de publicidad y de una casa productora a través de licitaciones públicas nacionales mediante convocatoria pública hasta el seguimiento, las bases, las reglas, los procedimientos y los requisitos establecidos por la Ley de Adquisiciones, el proceso es intenso y se realiza con la premura propia de la disquisición sobre los acuerdos y la diversidad de intenciones políticas. Su complicada coordinación corre a cargo de la Dirección de Difusión y Campañas Institucionales adscrita a la DECEyEC (Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica).

³⁷ Licitación Pública Nacional No. LP-INE-066/2015. Pp 52

³⁸ Centro de Formación y Desarrollo. Las nuevas modalidades de interlocución política en México. IFE. 2003. Pp. 108

Capítulo 3. Las pautas de transmisión de la campaña institucional

Este capítulo trata de las pautas de transmisión valiendo la pena definir primero el término “pautar” el cual significa: “Dar reglas o determinar el modo de ejecutar una acción”³⁹. Dentro de un plan de medios y/o estrategia de comunicación política, la pauta de transmisión es de suma importancia porque de su planeación depende el acceso al público-objetivo. Para planificar la pauta se deben tener en cuenta variables como la existencia de los acuerdos del Comité de Radio y Televisión y algunos otros que ya hemos mencionado y que en este capítulo se conocerán a detalle.

3.1 La pauta de transmisión

Para elaborar la pauta de transmisión hay que seguir los lineamientos y variables mediante los cuales se van a difundir los spots radio y televisión de la Campaña Institucional.

Dentro de un plan de medios o estrategia de difusión de la Campaña Institucional del Instituto Nacional Electoral se tienen muy definidos los tiempos y momentos en que un spot de radio y televisión debe salir al aire. Asimismo, se define cuánto tiempo y en qué entidad federativa, municipio o si en todo el país debe salir al aire.

3.2 Variables a considerar para la elaboración de la pauta de transmisión

Para realizar la pauta de transmisión se deben tener en cuenta las siguientes variables:

- Publicación de Acuerdo: si no hay acuerdo publicado no se puede solicitar transmisión al SIATE
- Calendario electoral de procesos electorales locales (ANEXO 1)
- Calendario de proceso ordinario

³⁹ Diccionario en línea de la Real Academia Española. <http://dle.rae.es/?id=SCxG9H9> Consultado el 30 de marzo de 2016

- Número de impactos diarios disponibles para el Instituto en estaciones de radio y televisión (esta información se obtiene de los acuerdos).
- Plan de medios de acuerdo a la Estrategia de Difusión
- Materiales específicos por entidad federativa
- Tiempo que tarda en ser difundido un spot a partir de la solicitud de su transmisión en radio y televisión. Incluye si es periodo ordinario o proceso electoral local.

- Subcampañas a difundir:

- En proceso electoral federal o local de la Subcampaña de Actualización al Padrón Electoral solo se difunde en las primeras etapas (precampaña e intercampaña) y solo con spots referentes a fechas límite: tramitar la credencial, su reposición, su entrega y la correspondiente revisión en la lista nominal.
- En proceso electoral federal o local, la Subcampaña de Promoción de la Participación Ciudadana en los procesos electorales es la que tiene mayor relevancia; en periodo ordinario esta Subcampaña no se difunde.
- En periodo ordinario y proceso electoral o federal la Subcampaña de Promoción de la Cultura Política Democrática no tiene restricciones de difusión.
- La Subcampaña del Voto de los Mexicanos en el Extranjero se difunde de acuerdo a las necesidades de las entidades que tengan mayor índice de migración

En cuanto al pautaaje, debe de decirse que sucede de manera alternada, es decir, cada versión se difunde una vez hasta terminar el listado e iniciando de nuevo; en el pautaaje por ciclos, se le da más de un impacto a una versión o versiones en específico hasta terminar un ciclo.

Acuerdos del Comité de Radio y Televisión⁴⁰

Si bien la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales contienen lineamientos generales acerca de la utilización de los tiempos del Estado, los casos específicos se resuelven en el Comité de Radio y Televisión, el cual mediante ciertos acuerdos define las fechas de cada fase electoral (ya mencionadas líneas arriba) y la jornada electoral como tal. Asimismo, en los acuerdos se definen las fechas límite para la entrega de materiales al SIATE.

El seguimiento de los Acuerdos es fundamental para la elaboración de pautas, porque sin acuerdo específico, el SIATE no tiene obligación de recibir materiales y sin el conocimiento de las fechas límite se puede incumplir la fase de envíos promocionales a alguno de los procesos electorales vigentes.

La Estrategia de Comunicación, el plan de medios del INE y las subcampañas (Tipo de mensaje y público-impacto)

El Instituto Nacional Electoral diseña planes de medios de acuerdo a los contenidos que quiera difundir, en este caso en particular, por radio y televisión.

El manejo de esta información es complejo, ya que materiales de distintas subcampañas y temas pueden estar al mismo tiempo al aire, teniendo fechas precisas de manejo e incorporación al sistema. A continuación se agrega un fragmento de un cronograma que aparece en la Licitación Pública Nacional NO. LP-INE-066/2015.

⁴⁰ http://www.ine.mx/portal/DEPPP/Comite_de_Radio_y_Television/Acuerdos/#!/inicio.
[Consultado el 30 de marzo de 2016]

“IV.7.2.6 Medios y temporalidad

CUADRO 2. Subcampaña de Promoción de la Participación Ciudadana en los Procesos Electorales⁴¹

TEMAS	SUBTEMAS	MEDIOS						TEMPORALIDAD			
		RADIO	TV	BANNERS	REDES SOCIALES	PRENSA	CARTEL	ALTERNATIVOS	2016	2017	2018
Procesos Electorales Locales	Funcionarios de casilla / Recibe al CAE								10/01/17 A 31/03/17		
	Funcionarios de casilla / Capacitación y simulacro								01/04/17 A 04/06/17		
	Voto libre y secreto, informado y razonado. Mecanismos para frenar la compra y coacción del voto								05/04/16 A 05/06/16	05/04/16 A 04/06/16	
	Llamado a votar								01/05/16 A 05/06/16	01/05/17 A 04/06/17	
	Agradecimientos a la participación ciudadana								06/06/16 A 30/06/16	05/06/17 A 30/06/17	
	Registro Nacional de Proveedores								23/01/16 A 19/02/16	23/01/17 A 19/02/17	

Como se observa en este fragmento de cronograma, los diversos temas de una misma subcampaña tienen una distinta temporalidad, factor primordial al momento de elaborar la pauta.

⁴¹ LICITACIÓN PÚBLICA NACIONAL NO. LP-INE-066/2015 PP. 85 (fragmento del cuadro)

Tipos de periodos electorales: periodo ordinario y procesos electorales federal o locales

En México solo hay dos momentos en la transmisión de los mensajes de partidos políticos e instituciones electorales o tribunales con jurisdicción en el terreno electoral: el periodo ordinario o el proceso electoral federal y/o local con coincidencia o sin coincidencia (llámese así cuando simultáneamente en una entidad se lleva a cabo el proceso electoral federal y un proceso electoral local).

Periodo ordinario

Este periodo se aplica a las entidades federativas cuando no hay proceso electoral federal, ni local o extraordinario. Ese es el caso en el que el Instituto utiliza el 12% de los tiempos del Estado. Esta información la encontramos contenida en el artículo 41°, numeral III apartado A, inciso g):

“...fuera de los períodos de precampañas y campañas electorales federales, al Instituto Nacional Electoral le será asignado hasta el doce por ciento del tiempo total de que el Estado disponga en radio y televisión...del total asignado, el Instituto distribuirá entre los partidos políticos nacionales en forma igualitaria un cincuenta por ciento; el tiempo restante lo utilizará para fines propios o de otras autoridades electorales,⁴².

En minutos e impactos, ¿cuánto representa este doce por ciento de los tiempos del Estado destinados al INE? De acuerdo a la interpretación que hace el Comité de Radio y Televisión, para el periodo ordinario durante el primer semestre de 2016, en el acuerdo INE/ACRT/40/2015, página 12 se ejercen los siguientes tiempos:

“SEGUNDO. La totalidad de concesionarios y permisionarios de radio y televisión incluidos en el catálogo relativo a la cobertura del periodo ordinario, se encuentran obligados a destinar, para la difusión de promocionales de partidos políticos y autoridades electorales, de forma individual y sin excepción, lo siguiente⁴³:

⁴² Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos 2014. Pp 46

⁴³ INE/ACRT/40/2015 Pp.

Concesionario de Televisión por canal	Concesionario de Radio por emisora	Permisionario de Televisión por canal	Permisionario de Radio por emisora
12% de 48 minutos diarios	12% de 65 minutos diarios	12% de 30 minutos diarios	12% de 30 minutos diarios

Lo cual representa los siguientes totales:

Concesionario de Televisión por emisora	Concesionario de Radio por emisora	Permisionario de Televisión por emisora	Permisionario de Radio por emisora
5.76 minutos diarios	7.8 minutos diarios	3.6 minutos diarios	3.6 minutos diarios

Posteriormente, en el punto 26 del acuerdo INE/CG54/2016⁴⁴, el Comité es más preciso al exponer en sistema sexagesimal estos tiempos. Es de hacer notar que en este acuerdo se cambia el término *Permisionario* por el de *Concesionario público*.

“En conversión, el doce por ciento del tiempo total que corresponde al Estado en periodos ordinarios, equivale diariamente a 7 minutos, 48 segundos en cada estación de radio concesionada; 5 minutos, 45 segundos en cada canal de televisión concesionado, y 3 minutos con 30 segundos en las concesionarias de uso público o social (antes llamadas *permisionarias*). Dicho criterio está asociado a los tiempos del Estado en radio y televisión, que administra este Instituto durante periodo ordinario, cuyo cincuenta por ciento está destinado a los partidos políticos y el resto a los propósitos de las autoridades electorales”

Estas cifras representan en minutos y spots de 30 segundos lo siguiente:

	Radio		Televisión		Concesionarios públicos	
	Partidos políticos	Aut. Elect.	Partidos políticos	Aut. Elect.	Partidos políticos	Aut. Elect.
Periodo Ordinario (12% del tiempo)	3 min 30 seg.	4 min*	2 min 30 seg.	3 min**	1 min 30 seg.	2 min ***
Spots para el INE y otras autoridades electorales		8 spots de 30 seg		6 spots de 30 seg		4 spots de 30 seg

⁴⁴ INE/CG54/2016. ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL POR EL QUE SE APRUEBA Y ORDENA LA PUBLICACIÓN DEL CATÁLOGO DE EMISORAS PARA EL PROCESO ELECTORAL...

Proceso Electoral Federal y Proceso Electoral Local

¿Qué es el Proceso Electoral?

De acuerdo a los artículos 207 y 208⁴⁵ del LEGIPE, el Proceso Electoral es la serie de actos realizados por las autoridades electorales y los partidos políticos que tienen por objeto la realización de elecciones con el propósito de renovar a los integrantes de los Poderes Legislativo y Ejecutivo a nivel federal y local.

El Proceso Electoral Federal inicia en octubre del año anterior a la elección cuando el Consejo General del INE emite la declaratoria de inicio del proceso y su momento culminante es la jornada electoral.

ART. 208 ⁴⁶	ETAPAS DE LA ELECCIÓN ART 41
Preparación de la elección	<ul style="list-style-type: none"> • Precampañas • Intercampaña (No oficial) • Campañas • Veda
Jornada Electoral	<ul style="list-style-type: none"> • Jornada electoral

Por otra parte, la Constitución en su artículo 41° divide el proceso con referencia a la etapa de proceso interno de elección de candidatos (precampañas), el periodo entre la precampaña y la campaña (de manera no oficial llamado intercampañas) y las campañas electorales, periodo durante el cual los partidos y candidatos pueden promover el voto a su favor tomando en cuenta el periodo de veda y la jornada electoral, fase en la que el INE debe cubrir su tiempo disponible en radio y televisión.

Conforme a lo señalado por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, durante el Proceso Electoral Federal y los Procesos Electorales Locales la legislación que reglamenta dicha acción dicta lo siguiente:

“III. Apartado A. El Instituto Nacional Electoral será autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines ...

⁴⁵ Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LEGIPE). INE. México, 2014. Pp 88

⁴⁶ IBid

a) A partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral quedarán a disposición del Instituto Nacional Electoral cuarenta y ocho minutos diarios, que serán distribuidos en dos y hasta tres minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión....En el período comprendido entre el fin de las precampañas y el inicio de las campañas⁴⁷, el cincuenta por ciento de los tiempos en radio y televisión se destinará a los fines propios de las autoridades electorales, y el resto a la difusión de mensajes genéricos de los partidos políticos, conforme a lo que establezca la ley;

....

c) Durante las campañas electorales deberá destinarse para cubrir el derecho de los partidos políticos y los candidatos al menos el ochenta y cinco por ciento del tiempo total disponible a que se refiere el inciso a) de este apartado⁴⁸”

Vigencia de los spots y pago de regalías

A partir del momento en que los spots de radio y televisión salen al aire, inicia un periodo de 6 meses en el que los derechos por uso de voz y/o imagen de los actores y locutores han sido cubiertos al inicio de la producción; si se excede dicho periodo se tiene que pagar nuevamente la cantidad que se pagó la primera vez, de acuerdo a Ley Federal del Derecho de Autor⁴⁹:

Artículo 74.- Los anuncios publicitarios o de propaganda podrán ser difundidos hasta por un período máximo de seis meses a partir de la primera comunicación. Pasado este término, su comunicación deberá retribuirse, por cada período adicional de seis meses, aun cuando sólo se efectúe en fracciones de ese período, al menos con una cantidad igual a la contratada originalmente.

Hay que considerar como muy importante este aspecto legal, ya que el hecho de no tomar en cuenta la vigencia de cada spot puede ocasionar gastos no previstos en los temas de pago de las regalías o en las consecuencias de una demanda.

⁴⁷ Este periodo es conocido de manera no oficial como “Intercampaña”

⁴⁸ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Última Reforma DOF 10-02-2014. Pp. 46

⁴⁹ Ley Federal de Derecho de Autor, 1996. Pp. 13

3.3 Elaboración de la pauta

Teniendo en cuenta las variables que hemos venido conociendo, presento pautas en las cuales colaboré durante el proceso electoral de 2015:

- Periodo ordinario (no hay elecciones ni locales ni federales)

Oficio Núm. INE/DECEyEC/1598/15 (ANEXO 2). Es una pauta muy sencilla: terminado el Proceso Electoral Federal, casi todo el país, a excepción de Chiapas, estaba en periodo ordinario. Se solicita subir 4 spots y alternar con los que ya estaban al aire, es decir pasan todos los spots 1 vez y cuando acaban de pasar se vuelve a repetir el ciclo. Hay que destacar que durante este periodo el Instituto dispone de menos tiempo.

- Procesos Electorales Locales

Oficio Núm. INE/DECEyEC/1434/15. Pauta de veda o periodo de reflexión en el que solo el INE, los Organismos Públicos Locales y los Tribunales pueden difundir sus mensajes para proceso electoral federal y para procesos locales coincidentes con el federal. (ANEXO 3). Esta es una de las pautas más complejas. Son elaboradas, en primera instancia, durante la etapa de veda, durante la cual el Instituto tiene a sus disposición prácticamente 48 minutos diarios en cada estación de radio y televisión (procesos electorales locales con o sin elección de gobernador, spots para televisión específicos por entidad, etcétera). En esta pauta se da mayor impulso a los spots de promoción del voto.

- Pautas para públicos específicos

Oficio Núm. INE/DDyCI/188/15. Pauta de spots en lenguas indígenas. (ANEXO 4). Esta es una pauta en la que se enviaron materiales doblados a las siguientes lenguas indígenas: náhuatl, tzeltal, zapoteco, mixteco y maya. Estos spots de radio se enviaron a estaciones específicas, mismas que el mapa de cobertura señala que impactaban a los hablantes de dichas lenguas.

3.3.1 Tiempo de difusión a partir de la recepción de la pauta por el SIATE y su salida al aire (orden de transmisión)

El tiempo que transcurre para que un spot salga al aire depende de si la entidad o el país se encuentra en periodo ordinario o en proceso electoral federal o local. A continuación se muestra un ejemplo basado en los calendarios del acuerdo INE/ACTRT/45/2015 para periodo ordinario y el acuerdo INE/CG54/2016 para el proceso electoral de la elección de la Asamblea Constituyente de la Ciudad de México:

INE/ACTRT/45/2015⁵⁰ Transmisión en Periodo Ordinario

PRIMER SEMESTRE DE DOS MIL DIECISÉIS			
Fecha límite de la primera recepción de material tanto de partidos políticos nacionales como locales para el periodo ordinario			15 de diciembre de 2015
N°	Elaboración de OT	Notificación	Vigencia de la OT
1	16 de diciembre	17 de diciembre	1 al 21 de enero
2	13 de enero	14 de enero	22 al 28 de enero
3	20 de enero	21 de enero	29 de enero al 4 de febrero
4	27 de enero	28 de enero	5 al 11 de febrero
5	3 de febrero	4 de febrero	12 al 18 de febrero
6	10 de febrero	11 de febrero	19 al 25 de febrero

Propongo un ejemplo: queremos pautar un material para el 10 de febrero, entonces los tiempos a seguir -como el calendario marca en la columna “Elaboración de OT”- la fecha límite de pautado será los martes de cada semana, rigiendo un periodo de 10 días, mismo en el que el área usuaria -en este caso la DECEyEC- envía el material para su transmisión.

Martes 9 de febrero		Miércoles 10 de febrero	Viernes 19 de febrero
ENTREGA SPOT AL SIATE(OFICIO)	ENTREGA PAUTA AL SIATE(OFICIO)	SIATE ELABORA ORDEN DE TRANSMISIÓN	SALIDA AL AIRE (10 DÍAS DESPUES)

⁵⁰ http://www2.ine.mx/archivos3/portal/historico/recursos/IFE-v2/DEPPP/DEPPP-ComiteRadioTelevision/DEPPP-ActasAcuerdos/DEPPP-acuerdos-docs/2015/INE_ACRT_45_2015.pdf Consultado el 7 de abril de 2016

INE/ACRT/03/2016/2016 ⁵¹ Ejemplo de transmisión en un periodo electoral local (Puebla)

PRECAMPAÑA, INTERCAMPAÑA Y CAMPAÑA

No.	Fecha límite para la recepción de materiales	Elaboración de OT	Notificación	Vigencia de la OT
1	15 de febrero	18 de febrero de 2016	17 de febrero de 2016	23 al 25 de febrero de 2016
2	20 de febrero	21 de febrero de 2016	22 de febrero de 2016	26 al 27 de febrero de 2016
3	22 de febrero	23 de febrero de 2016	24 de febrero de 2016	28 de febrero al 3 de marzo de 2016
4	27 de febrero	29 de febrero de 2016	29 de febrero de 2016	4 al 5 de marzo de 2016
5	29 de febrero	1° de marzo de 2016	2 de marzo de 2016	6 al 10 de marzo de 2016
6	5 de marzo	6 de marzo de 2016	7 de marzo de 2016	11 al 12 de marzo de 2016

Para los procesos electorales locales tenemos dos días de entrega a la semana, que son los lunes y los sábados, para pautar spots de radio y televisión. En este caso la “fecha límite de recepción de materiales” que aparece en el calendario es la fecha a seguir.

El procedimiento a seguir para pautar spots, por ejemplo en lunes 15 de febrero es el siguiente:

Lunes 15 de febrero		Jueves 18 de febrero	Martes 23 de febrero
ENVIO SPOT AL SIATE(VIA ELECTRÓNICA)	ENTREGA PAUTA AL SIATE(OFICIO)	SIATE ELABORA ORDEN DE TRANSMISIÓN	SALIDA AL AIRE (8 DÍAS DESPUES)

⁵¹ http://www2.ine.mx/archivos3/portal/historico/recursos/IFE-v2/DEPPP/DEPPP-ComiteRadioTelevision/DEPPP-ActasAcuerdos/DEPPP-acuerdos-docs/2015/INE_ACRT_45_2015.pdf

Y por ejemplo en sábado -20 de febrero- será de la siguiente manera:

Sábado 15 de febrero		Martes 21 de febrero	Viernes 26 de febrero
ENVIO SPOT AL SIATE(VIA ELECTRÓNICA	ENTREGA PAUTA AL SIATE(OFICIO)	SIATE ELABORA ORDEN DE TRANSMISIÓN	SALIDA AL AIRE (6 DÍAS DESPUES)

Los tiempos de vigencia al aire son muy importantes y así debe ser considerado a la hora de la elaboración de la pauta, pues si se tiene una fecha límite para que el spot sea transmitido, se debe tener en cuenta a su vez el tiempo que tardará en salir al aire.

3.4 Los reportes de monitoreo

El Instituto Nacional Electoral posee una poderosa herramienta para conocer la efectiva difusión de su campaña institucional, la propaganda partidista y la difusión de las campañas de autoridades electorales): se trata del Sistema Integral de Verificación y Monitoreo (SIVeM), el cual permite la verificación del cumplimiento de cada uno de sus promocionales respecto a su espacio asignado en la pauta, la cual puede ser corroborada a través de los informes del Comité de Radio y Televisión. A continuación se muestra un fragmento del “Informe de Campaña Institucional correspondiente al periodo del 1 al 31 de diciembre de 2015”. Este informe nos permite conocer cuántas veces se difundió un spot en específico, si lo fue en todo el país o si lo fue en una sola entidad. Cada spot tiene un registro único codificado como RA para radio y RV para televisión.

JALISCO	0	1,993	1,994	150
MEXICO	0	523	540	112
MICHOACAN	0	1,082	1,086	246
MORELOS	0	600	598	90
NAYARIT	0	363	374	0
NUEVO LEON	0	1,296	1,318	303
OAXACA	579	0	529	29
PUEBLA	832	0	867	33
QUERETARO	0	417	429	127
QUINTANA ROO	393	0	387	18
SAN LUIS POTOSI	0	699	696	123
SINALOA	1,300	0	1,291	14
SONORA	0	1,760	1,767	36
TABASCO	0	585	612	3
TAMAULIPAS	1,628	0	1,636	365
TLAXCALA	202	0	201	1
VERACRUZ	2,317	0	2,333	53
YUCATAN	0	593	591	0
ZACATECAS	295	0	280	39
Total general	13,718	16,384	27,966	3,185

Este informe permite conocer, a nivel nacional, la difusión real de cada spot de manera censal pues el Sistema Integral de Verificación y Monitoreo (SIVeM) monitorea casi el 100% de las señales emitidas en territorio nacional. Un escrutinio de esta naturaleza no tiene precedente en el país y de su adecuada lectura se pueden replantear diversas estrategias de difusión.

3.5 Radio y Televisión por *streaming*: Futuro de la publicidad y la propaganda por radio y televisión

Como administrador, del pautado de los spots de radio y televisión e depende que el INE aproveche al máximo los tiempos del Estado, gracias al enorme potencial de recepción que representa en grandes capas de la población, que se son usuarios de la radio y televisión abiertas.

Pero recientemente la forma de llevar a cabo esta obligación está cambiando debido al fenómeno del “streaming”, modalidad que significa transmitir contenidos de audio y video en tiempo real sin necesidad de descargar el contenido. Esta tecnología ha revolucionado el mundo de la radio y la televisión pues el usuario ve lo que le

ofrecen sin necesidad de ajustarse a los horarios y sobre todo sin publicidad y sin spots, como es el caso de la televisión y la radio abiertas. Debido a este fenómeno empresas de televisión como Televisa y TV Azteca reportan bajas significativas de audiencia y en contraparte empresas como Netflix o Spotify ya muestran un predominio aplastante.

Es cierto que para que opere este modelo se necesita una conexión a internet y los costos de contratación. Como ya sabemos buena parte de la población no tiene acceso a internet ni los recursos para pagar una mensualidad, pero es indudable que en mayor o menor medida este modelo de radio y televisión de tan alta demanda impactará a la publicidad por radio y televisión: si el usuario decide ver lo que deseé también será su decisión omitir cualquier cosa.

El modelo de difusión sin duda está cambiando, como lo señala el siguiente titular de una edición reciente de la revista Proceso en el cual se lee, “Frente a la caída de Televisa y TV Azteca, Netflix crece 157%”⁵². El artículo está basado en reportes de Televisa y de TV Azteca ante la Bolsa Mexicana de Valores, en donde se destaca que las televisoras tienen importantes pérdidas. Un dato relevante que ahí se lee respecto a Netflix es el siguiente:

“Los datos de Netflix en el mercado bursátil reflejan que esta compañía ha dejado muy atrás a otras grandes corporaciones de la industria del entretenimiento global. Frente a su crecimiento de 157 por ciento, Disney sólo creció 15.3 por ciento, CBS disminuyó 6.3 por ciento, y Time Warner y Fox cayeron en más de 20 por ciento”⁵³.

Con esta información nos planteamos dudas razonables acerca de si el actual modelo de radio y televisión, en el cual el Instituto Nacional Electoral tiene acceso a tiempos del Estado, seguirán siendo efectivos para la difusión de su comunicación política. Por lo tanto, ¿de qué sirve disponer de 48 minutos, si el público ya no está

⁵² Revista Proceso.com.mx. <http://www.proceso.com.mx/431533/frente-a-la-caida-de-televisa-y-tv-azteca-netflix-crece-157> . Consultado el 3 de mayo de 2016

⁵³ Revista Proceso.com.mx. <http://www.proceso.com.mx/431533/frente-a-la-caida-de-televisa-y-tv-azteca-netflix-crece-157> . Consultado el 3 de mayo de 2016

en la radio y televisión abiertas y se está mudado las opciones que se transmiten por internet?

Si el público objetivo del INE los ciudadanos se está alejando de los medios masivos tradicionales la radio y la televisión, la difusión ya se está realizando en redes sociales actualmente el INE cuenta con distintas redes como Facebook, Twitter o YouTube⁵⁴. Entonces, ¿cuál es el real impacto que tiene esta difusión? Esta cuestión aún no se ha determinado.

Respecto al uso que le dan los partidos políticos a las redes sociales para sus campañas electorales destaca el uso indebido que en días de veda electoral durante el Proceso Electoral Federal 2015, realizó el Partido Verde con la red social Twitter con mensajes de figuras públicas invitando al voto por dicho partido contraviniendo lo señalado en el Art. 251, numeral 4 del LGIPE⁵⁵:

“El día de la jornada electoral y durante los tres días anteriores, no se permitirá la celebración ni la difusión de reuniones o actos públicos de campaña, de propaganda o de proselitismo electorales”

En noticias recientes el 21 de septiembre de 2016 apareció la siguiente nota “El TEPJF ordena a la sala especializada graduar sanción al PVEM por mensajes en Twitter de famosos de acuerdo a la gravedad de la falta”⁵⁶

Por lo que el futuro de campañas en internet se prevé serán más regulado por el INE y organismo jurisdiccionales como el TEPJF, así como surgirán nuevos ordenamientos jurídicos de regulación de redes sociales.

⁵⁴ http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/interiores/Menu_Principal-id-35c833f4b63f4310VgnVCM1000000c68000aRCRD/

⁵⁵ Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LEGIPE). INE. México, 2014. Pp 107

⁵⁶ <http://portal.te.gob.mx/noticias-opinion-y-eventos/boletin/0/347/2016>

Conclusiones

Las siguientes consideraciones finales se basan en mi experiencia en el Instituto Nacional Electoral al cual me integré en 2001. Quiero transmitir al estudiante de comunicación la experiencia que es trabajar en el pautado de la campaña institucional del Instituto Nacional Electoral, pues mucho se habla y critica el actual modelo de comunicación política, pero no se conoce el trabajo institucional para la elaboración de la pauta que tiene como fin último que la campaña institucional de un órgano constitucional autónomo llegue a la ciudadanía.

La elaboración de la pauta metódica y específica de la Campaña Institucional es una experiencia relativamente reciente que se realiza a partir del Proceso Electoral Federal de 2009. Antes de la reforma electoral de 2008, la forma de solicitar la difusión (que no el pautado) era la siguiente:

El INE a través de la DECEyEC solicitaba a su unidad de Comunicación Social que enviará a Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación la divulgación de sus spots de radio y televisión, solo pudiendo especificar entidad o entidades y horario. No se pensaba solamente, sino que se tenía la “esperanza” o la “confianza” de que con la buena voluntad de los concesionarios de radio y televisión los mensajes se iban a difundir en los horarios de mayor audiencia. La experiencia demostró lo contrario: que se transmitían cerca de la medianoche o no se transmitían y el Instituto no tenía la posibilidad legal de exigir su cumplimiento.

Con el nuevo modelo de comunicación política de 2008, el Instituto Nacional Electoral se convirtió en administrador de los tiempos del Estado para fines electorales, situación que permitió exigir y en su caso sancionar los incumplimientos de los concesionarios de radio y televisión. Esta situación también representó un cambio fundamental en materia electoral y amplió el ámbito de las responsabilidades con una curva de aprendizaje sólida y eficaz, como en el caso de la Dirección de Difusión y Campañas Institucionales a la que en muy poco tiempo se le asignó la responsabilidad de producir sus spots y de promover procesos electorales locales a

una escala nunca antes vista, no solo en términos del proceso electoral federal sino haciéndose cargo de otros procesos de su ámbito.

Otra consecuencia del nuevo modelo de comunicación la constituye el hecho de que al Instituto le fue asignada una cantidad de tiempo en radio y en televisión que no había imaginado tan solo unos meses antes. También es pertinente mencionar que el Instituto no estaba preparado: tenía pocas versiones de spots, mismas que causaron hartazgo en el público debido a su repetición incesante.

El Proceso Electoral Federal de 2012 fue el primer proceso en el que se pautó con ciclos de transmisión (Ver Anexos 3 y 4) dándole más peso a determinadas versiones. De este modo se consideró la producción de una mayor cantidad de spots evitando caer en la monotonía y como consecuencia provocar el desinterés del público por temas elementales como la promoción de los valores y los objetivos de la institución.

Es digno de mención que en el reciente Proceso Electoral Federal de 2015 el Instituto Federal Electoral, ya convertido en Instituto Nacional Electoral -un cambio de nomenclatura, que en lo personal considero absurdo y que fue realizado a iniciativa de los partidos políticos representados en el Congreso de la Unión- se planificó el pautado de los mensajes de radio y de televisión con experiencia y conocimiento de causa de cómo impactar a la ciudadanía, factor que benefició a toda la cadena de tareas y obligaciones brindando certeza y seriedad a la sociedad gracias a la continuidad ininterrumpida de las actividades de la Dirección.

¿Cómo pasé a ser colaborador en la elaboración de la pauta? Ya no había quién realizara tal tarea y mi curva de aprendizaje fue ardua, porque como mencioné líneas arriba, para poder pautar hay que tener en cuenta muchos factores, de entre el que destaca el conocimiento, actualización y seguimiento de los Acuerdos del Comité de Radio y Televisión. Al principio, hasta se desconocía la existencia de dichos documentos y del curso legal de los lineamientos específicos y las fechas para poder integrar el pautado. Se pensaba que bastaba con consultar la

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE).

Ya con el manejo y conocimiento de los Acuerdos fue posible enviar en tiempo y forma el pautaado. Para poder realizar estas labores inéditas en la institución, fue muy importante la formación que recibí en las aulas de esta Facultad, porque de esa manera pude jerarquizar, determinar y ordenar las labores a realizar para el pautaado y difusión de la Campaña Institucional y también para asimilar otro proceso que es el poder adaptar los conocimientos adquiridos en la universidad con la realidad cambiante del instituto.

Posteriormente, para 2015 durante el Proceso Electoral Federal con la experiencia acumuladas (ahora ya como INE) y con más responsabilidades a la hora de promocionar el voto, el reto fue culminar el pautaado en tiempo y forma, tarea que se volvió más compleja en esencia, porque, ¿qué implica acabar un pautaado a tiempo? Bueno, implicaba no solo considerar las variables que se mencionan en el cuerpo de este trabajo, (la cuestión de los periodos y el tipo de proceso), ni siquiera tener pleno conocimiento de los Acuerdos del Comité de Radio y Televisión, sino significa estar preparado y sujeto a cambios (en ocasiones con tintes de “capricho”) solicitados por alguno o algunos Consejeros Electorales que en ocasiones, con el pautaado ya terminado, exigen señalándolo así, que tal o cual spot no fue de su “gusto” y que no debe subir al aire; o peor aún cuando ciertos partidos políticos solicitan sacar del aire algún spot por contener una palabra, frase o matices determinados que consideran que ya no son apropiados.

Otro problema no menos importante para la integración y buen funcionamiento del pautaado es lo que podríamos llamar “eleccionitis” dentro del sistema electoral. Se puede explicar así: elecciones frecuentes, en diversas entidades y con fechas desfasadas uno respecto del otro y en diversas etapas del proceso electoral lo que motiva un seguimiento impreciso por la exhaustividad, la reiteración y la continua corrección de los Acuerdos del Comité, lo que hace pensar en artimañas, desvalorización del interés público e improvisación, además de poner en duda la

seriedad de los procesos y procedimientos. En ocasiones el SIATE da aviso de que hay que pautar de manera inmediata porque acaba de ser aprobado el acuerdo y la fecha límite para incorporar tal o cual material es al momento de una sesión del Comité sin tomar en cuenta que las fechas de entrega y las solicitudes de transmisión son muy rigurosas. Pareciera no importar que el SIATE es parte del INE.

El INE debiera cumplir de forma integral, todas sus responsabilidades, como cada actor político involucrado. Lo contrario en su forma de actuar proyecta sobre los partidos políticos una imagen perniciosa del árbitro y los partidos la aprovechan para desequilibrar la contienda y enrarecer el ambiente político, que en ocasiones de por sí ya están manipulados por entidades ajenas al proceso como es el caso de los mismos medios de comunicación, las corporaciones o personas particulares que se benefician de la inestabilidad y los titubeos de la Institución electoral.

Toda esta situación me lleva a una reflexión, ¿tiene efectividad la comunicación política que realiza el INE para cumplir con las atribuciones de entre las cuales destaca por mucho la promoción para la obtención de la credencial para votar, el ejercicio de su derecho al voto, y la importancia que representa la educación cívica, por mencionar las fundamentales? Desafortunadamente no, y es claro y conocido que se debe al desencanto que se observa en la ciudadanía en cuanto a la actuación, pauperización e impunidad en transparencia de las que abusan los partidos políticos. Lo admite el propio Instituto Nacional Electoral en su *Informe país sobre la calidad de la ciudadanía en México* (los subrayados son míos):

“El voto es probablemente la forma más elemental de participación política en una democracia. Es la más sencilla y la que menor costo implica para el ciudadano común; sin embargo, muchos ciudadanos se abstienen de ejercer este derecho. En México, al igual que en otros países latinoamericanos, desde principios de los años noventa el abstencionismo ha ido tendiendo al alza...Dicha tendencia ha estado acompañada por un descrédito del sistema político, y en especial de los partidos políticos, quienes se han visto incapaces de generar representatividad y confianza en los ciudadanos”⁵⁷

⁵⁷ Informe país sobre la calidad de la ciudadanía en México. Instituto Nacional Electoral. Segunda reimpresión, noviembre de 2015. Pp. 66

Sabemos muy bien las principales causas de este descrédito: corrupción, nula rendición de cuentas, falta de representatividad, etcétera. Entonces, ¿cómo pedir a los ciudadanos que voten por personas que no las van a representar, que van a abusar de los recursos públicos y que no cumplirán con la rendición de cuentas en ninguna de los tres niveles de gobierno: federal, estatal y municipal?

Mientras no haya ajustes drásticos al sistema de rendición de cuentas el Instituto Nacional Electoral no podrá realizar mejores campañas. Un óptimo pautaado y muchas otras actividades que necesitan ajustarse a la realidad, pero la falta de un efectivo sistema de rendición de cuentas hace que subsista la cultura de impunidad y corrupción y provoca que aunque la ciudadanía vote y cumpla con su derecho y obligación, no hay manera de exigir que se cumplan mínimamente los requerimientos de la sociedad para recuperar la confianza en sus gobernantes: la probidad y la ética de su actuación. Y a decir verdad, no hay manera de que se cumplan porque es un círculo vicioso de la democracia representativa donde los legisladores y los funcionarios solo se representan a sí mismos y a sus intereses y nunca habrán de tomar en cuenta a los ciudadanos que dicen representar.

Dejo el testimonio de este reporte de experiencia laboral a nuestra comunidad universitaria que quiera tener un acercamiento con el funcionamiento del Instituto Nacional Electoral como organismo generador de Comunicación Política.

FUENTES

Bibliografía

- Feliu Albaladejo, a. (2009). Los ámbitos de la Publicidad Institucional, en Feliu, E. (ed.): Comunicación. Memoria, historia, modelos, Madrid, Edipo, pp. 428--436.
- Moragas I Spà, M. de (2005): Publicidad institucional: comunicación y civismo, Barcelona Metròpolis Mediterrània, 6: 72-77.
- Bunge Mario. La ciencia, su método y su filosofía. Siglo Veinte Nueva Imagen. 1991
- Sartori, Giovanni. ¿Qué es la democracia? Ed. Taurus, México, 2008
- Canel, José María. Comunicación política: una guía para su estudio y su práctica. Tecnos. 2006
- Tamayo y Tamayo, Mario. El Proceso de la investigación científica. Ed. Limusa. 1992
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. Última Reforma DOF 10-02-2014
- Diario Oficial de la Federación. 10 de febrero de 2014
- Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Última Reforma DOF 01-06-2016. Cámara de diputados del H. Congreso de la Unión. Secretaría General. Secretaría de Servicios Parlamentarios
- Capriotti, Paul. Branding Corporativo. Ed. Colección de Libros de la Empresa. 2009.
- Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. Última reforma publicada DOF 24-04-2006. Código Abrogado DOF 14-01-2008. Cámara de diputados del H. Congreso de la Unión. Secretaría General. Secretaría de Servicios Parlamentarios

- Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LEGIPE). INE. México, 2014
- Ley Federal de Derecho de Autor. Última Reforma DOF 13-01-2016. Cámara de diputados del H. Congreso de la Unión. Secretaría General. Secretaría de Servicios Parlamentarios
- Diccionario de Política. Norberto Bobbio, Nicola Matteucci y Gianfranco Pasquino. Ed. Siglo XXI. Decimoquinta edición en español, México 2007
- Diccionario de comunicación. J.B. Pages et alls. Editor 904. Argentina. 1977.
- Ley Federal de Radio y Televisión. Ley Abrogada DOF 14-07-2014
- Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en Materia de Concesiones, Permisos y contenido de las Transmisiones de radio y televisión. 2002
- Reglamento Interno del Instituto Nacional Electoral (RIINE). INE, México. 2014
- Informe de Campaña Institucional correspondiente al periodo del 1 al 31 de diciembre de 2015. Sistema Integral de Verificación y Monitoreo (SIVeM). INE. 2016
- Informe país sobre la calidad de la ciudadanía en México. Instituto Nacional Electoral. Segunda reimpresión, noviembre de 2015. México

Tesis

- Flores Galván, Jessica Messina. La producción de partidos de futbol en MVS televisión para Fox Spots. Reporte de experiencia laboral. UNAM, 2007
- Muñiz Santos, José Félix. Cambio de imagen política de la Secretaría de Gobernación del gobierno priísta al gobierno panista. Un reporte de experiencia Laboral. UNAM 2010

- Chávez Hernández, Gisela. El área de relaciones públicas de Médica Sur. Reporte de experiencia laboral. UNAM. 2009

Mesografía

- INE/CG253/2014.
http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/recursos/IFE-v2/DS/DS-CG/DS-SesionesCG/CG-acuerdos/2014/Noviembre/CGex201411-05/CGex201411-5_ap_8.pdf
- INE/ACTRT/45/2015
http://www2.ine.mx/archivos3/portal/historico/recursos/IFE-v2/DEPPP/DEPPP-ComiteRadioTelevision/DEPPP-ActasAcuerdos/DEPPP-acuerdos-docs/2015/INE_ACRT_45_2015.pdf
- INE/CG894/2015
http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/recursos/IFE-v2/DS/DS-CG/DS-SesionesCG/CG-acuerdos/2015/10_Octubre/CGex201510-14_02/CGex201510-14_ap_1.pdf
- INE/ACRT/34/2015
http://www2.ine.mx/archivos3/portal/historico/recursos/IFE-v2/DEPPP/DEPPP-ComiteRadioTelevision/DEPPP-ActasAcuerdos/DEPPP-acuerdos-docs/2015/INE_ACRT_34_2015.pdf
- INE/ACRT/40/2015
http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/recursos/IFE-v2/DEPPP/DEPPP-ComiteRadioTelevision/DEPPP-ActasAcuerdos/DEPPP-acuerdos-docs/2015/INE_ACRT_40_2015.pdf
- INE/CG54/2016
http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/contenido/Estados/rsc/docs/CGext20160204_Ac_P3.pdf
- INE/ACRT/03/2016/2016
<http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/recursos/IFE-v2/DEPPP/DEPPP-ComiteRadioTelevision/DEPPP-ActasAcuerdos/DEPPP-acuerdos-docs/2016/INE-ACRT-03-2016.pdf>

- www.ine.mx
- Convocatoria a la Licitación Pública Nacional No. LP-INE-066/2015
- http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/recursos/IFE-v2/DEA/DEA-Licitaciones/DEA-licitaciones-pdfs/2016/02_Febrero/LP-INE-006-2016_conv_seguros.pdf
- <http://www.sinembargo.mx/08-07-2015/1406317>
- Paul Capriotti. Planificación estratégica de la Imagen Corporativa http://www.bidireccional.net/Blog/PEIC_4ed.pdf
- Revista Proceso.com.mx. <http://www.proceso.com.mx/431533/frente-a-la-caida-de-televisa-y-tv-azteca-netflix-crece-157>
- Trejo Hernández, Irene Emilia. Los tiempos oficiales y su normatividad. Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. <http://bibliohistorico.juridicas.unam.mx/libros/6/2654/16.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1

CALENDARIO DE PROCESOS ELECTORALES LOCALES

PROCESOS ELECTORALES LOCALES 2015-2016										
Núm. de acuerdo	Entidad	Elecciones municipales		Elecciones estatales		Elecciones federales		Elecciones locales		PROCESO
		Fecha	Fecha	Fecha	Fecha	Fecha	Fecha	Fecha	Fecha	
		5 de diciembre	11 de enero	28 de marzo	11 de diciembre	20 de enero	3 de abril	5 de junio	5 de junio	LOCAL
		26 de diciembre	01 de febrero	28 de marzo	2 de enero	10 de enero	4 de abril	5 de junio	5 de junio	LOCAL
		26 de diciembre	01 de febrero	28 de marzo	2 de enero	11 de febrero	3 de abril	5 de junio	5 de junio	LOCAL
		11 de enero	22 de febrero	28 de marzo	20 de enero	29 de febrero	3 de abril	5 de junio	5 de junio	LOCAL
		18 de enero	29 de febrero	26 de marzo	27 de enero	9 de marzo	1 de abril	5 de junio	5 de junio	LOCAL
		18 de enero	27 de febrero	28 de marzo	25 de enero	5 de marzo	3 de abril	5 de junio	5 de junio	LOCAL
		25 de enero	5 de marzo	28 de marzo	1 de febrero	12 de marzo	3 de abril	5 de junio	5 de junio	LOCAL
		25 de enero	5 de marzo	28 de marzo	1 de febrero	12 de marzo	3 de abril	5 de junio	5 de junio	LOCAL
		1 de febrero	7 de marzo	28 de marzo	7 de febrero	14 de marzo	3 de abril	5 de junio	5 de junio	LOCAL
		1 de febrero	14 de marzo	28 de marzo	11 de febrero	22 de marzo	3 de abril	5 de junio	5 de junio	LOCAL
		8 de febrero	21 de marzo	28 de marzo	17 de febrero	28 de marzo	2 de abril	5 de junio	5 de junio	LOCAL
		22 de febrero	21 de marzo	4 de abril	2 de marzo	28 de marzo	12 de abril	5 de junio	5 de junio	LOCAL
		15 de febrero	27 de febrero	28 de marzo	23 de febrero	4 de marzo	3 de abril	5 de junio	5 de junio	LOCAL
				11 de abril			18-abr	5 de junio	5 de junio	EXTRA

Información recopilada con los acuerdos de cada entidad federativa

ANEXO 2

OFICIO PARA PROCESO ORDINARIO



DIRECCIÓN EJECUTIVA DE CAPACITACIÓN
ELECTORAL Y EDUCACIÓN CÍVICA

Oficio Núm. INE/DECEyEC/1598/15

México, D. F., 16 de junio de 2015

MTRO. PATRICIO BALLADOS VILLAGÓMEZ
DIRECTOR EJECUTIVO DE PRERROGATIVAS
Y PARTIDOS POLÍTICOS
P R E S E N T E

ACUSE

Estimado Mtro. Ballados:

Me permito solicitar su valioso apoyo para que la difusión a nivel nacional de los spots de radio y televisión, correspondientes a la Campaña Institucional se realice de acuerdo al anexo y bajen del aire en la fecha que se indica, exceptuando el estado de Chiapas, el cual seguirá en su Proceso Electoral Local.

Dichas versiones deberán transmitirse de manera alternada con las versiones previamente pautadas.

Finalmente, agradeceré su colaboración para el envío vía satélite y/o la distribución correspondiente en todas las emisoras incluida la televisión restringida.

Reciba un cordial saludo.

ATENTAMENTE
EL DIRECTOR EJECUTIVO



MTRO. LUIS JAVIER MAQUERO OCHOA



- C.c. p Mtro. Arturo Sánchez Gutiérrez.- Consejero Electoral y Presidente de la Comisión de Capacitación y Organización Electoral.
- Lic. Edmundo Jacobo Molina.- Secretario Ejecutivo.
- Lic. Claudia García González.- Directora de Difusión y Campañas Institucionales.
- Mtro. Juan Adolfo Montiel Hernández.- Encargado del despacho de la Dirección de Pautado, Producción y Distribución.
- Lic. Emilio González Leyva.- Subdirector de Producción y Control de Calidad.
- Lic. Montserrat Vázquez Álvarez.- Encargada de Despacho de la Subdirección de Campañas Institucionales
- Lic. Laura Galván Chávez.- Encargada de la Operación de Distribución de Materiales

*Recibido Rosy
18:11 hrs
16 JUNIO
2015*

ANEXO DIFUSIÓN A NIVEL NACIONAL

Subir a la brevedad las siguientes versiones:

REGISTRO	VERSIÓN	MEDIO	DIFUNDIR HASTA
RA-03218-15	Inscripción chavos	Radio	Nuevo aviso
RV-02162-15	Inscripción chavos	TV	Nuevo aviso
RA-03219-15	Renovación motion	Radio	Nuevo aviso
RV-02163-15	Renovación motion	TV	Nuevo aviso

Alternar con las siguientes versiones previamente pautadas:

REGISTRO	VERSIÓN	MEDIO	DIFUNDIR HASTA
RA-03178-15	Monitoreo 8	Radio	30 de junio
RV-02129-15	Monitoreo 8	TV	30 de junio
RA-02987-15	Volado	Radio	Nuevo aviso
RV-00399-14	Bicicleta	TV	Nuevo aviso

ANEXO 3

OFICIO PARA PROCESOS ELECTORALES LOCALES



DIRECCIÓN EJECUTIVA DE CAPACITACIÓN
ELECTORAL Y EDUCACIÓN CÍVICA

Oficio Núm. INE/DECEyEC/1434/15

México, D. F., 25 de mayo de 2015

**MTRO. PATRICIO BALLADOS VILLAGÓMEZ
DIRECTOR EJECUTIVO DE PRERROGATIVAS
Y PARTIDOS POLÍTICOS
PRESENTE**

ACUSE

Estimado Mtro. Ballados:

Me permito solicitarle de la manera más atenta su valioso apoyo para que la difusión de los spots en las entidades con Procesos Electorales Locales, se realice de acuerdo a los ciclos que se anexan y que bajen de aire en la fecha que se indica.

Es importante señalar que para los canales de TV 7, 11 y 28 así como sus repetidoras, se debe seguir la instrucción del Oficio Núm. INE/DECEyEC/1140/15 enviado el pasado 30 de abril, el cual especifica la carga especial por horarios que se requiere.

Para los casos específicos de las emisoras del Estado de México, Distrito Federal, ZCCM, Chiapas, Campeche y Yucatán, se solicita cargar conforme al Oficio Núm. INE/DECEyEC/1435/15.

Finalmente, agradeceré su colaboración para el envío vía satélite y/o la distribución correspondiente en todas las emisoras.

Reciba un cordial saludo.

INE DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS
DIRECCIÓN DE PAUTADO, PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

RECEPCIÓN DE MATERIALES
26 MAY 2015
FIRMA: *Esme* HORA: 11:30

ATENTAMENTE
EL DIRECTOR EJECUTIVO

[Handwritten signature]

MTRO. LUIS JAVIER VAQUERO OCHOA

INE DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS
RECEPCIÓN DE MATERIALES

RECEPCIÓN DE MATERIALES
25 MAY 2015
FIRMA: *Daniel* HORA: 17:43

Período de vida del (A 27 junio)

- C.c. p Mtro. Arturo Sánchez Gutiérrez.- Consejero Electoral y Presidente de la Comisión de Capacitación y Organización
- Lic. Edmundo Jacobo Molina.- Secretario Ejecutivo.
- Lic. Claudia García González.- Directora de Difusión y Campañas Institucionales.
- Mtro. Juan Adolfo Montiel Hernández.- Encargado del despacho de la Dirección de Pautado, Producción y Distribución
- Lic. Emilio González Leyva.- Subdirector de Producción y Control de Calidad.
- Lic. Montserrat Vázquez Álvarez.- Encargada de Despacho de la Subdirección de Campañas Institucionales
- Lic. Laura Galván Chávez.- Encargada de la Operación de Distribución de Materiales

[Handwritten signature]



CICLOS DE DIFUSIÓN PARA ENTIDADES CON PROCESOS ELECTORALES LOCALES CON ELECCIÓN DE GOBERNADOR

Para los Procesos Electorales Locales Baja California Sur, Campeche (excepto emisora señalada Oficio Núm. INE/DECEyEC/1435/15) en Colima, Michoacán, Nuevo León, Querétaro, San Luis Potosí y Sonora, difundir los siguientes ciclos durante el periodo de veda:

RADIO			
	REGISTRO	VERSION	DIFUNDIR HASTA
1	RA-00763-15	¿Cómo te informas? V1	7 de junio 2015
2	RA-00634-15	Casilla única-Gob, Pres mun, dip fed y loc	7 de junio 2015
3	RA-00768-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	7 de junio 2015
4	RA-01028-15	Investigo y razono	7 de junio 2015
5	RA-02855-15	Monitoreo 7	7 de junio 2015
6	RA-00547-15	Delitos electorales 1	7 de junio 2015
7	RA-00847-15	Yo sí V2	7 de junio 2015
8	RA-01776-15	Fila	7 de junio 2015
9	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	7 de junio 2015
10	RA-00766-15	¿Por qué es importante votar? V1	7 de junio 2015
11	RA-02730-15	Yo voto para	7 de junio 2015
12	RA-02856-15	Conteo rápido	7 de junio 2015
13	RA-01777-15	Pared	7 de junio 2015
14	RA-00849-15	¿Por qué es importante votar? V2	7 de junio 2015
15	RA-00548-15	Delitos electorales 2	7 de junio 2015
16	RA-02857-15	PREP	7 de junio 2015
17	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3	7 de junio 2015
18	RA-01284-14	La jornada electoral	7 de junio 2015
19	RA-02988-15	Fotos instrucciones para votar	7 de junio 2015
20	RA-02906-15	Cómputos distritales	7 de junio 2015
21	RA-01028-15	Investigo y razono	7 de junio 2015
22	RA-00634-15	Casilla única-Gob, Pres mun, dip fed y loc	7 de junio 2015
23	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	7 de junio 2015
24	RA-00848-15	Yo sí V3	7 de junio 2015
25	RA-02856-15	Conteo rápido	7 de junio 2015
26	RA-02857-15	PREP	7 de junio 2015
27	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3	7 de junio 2015
28	RA-02988-15	Fotos instrucciones para votar	7 de junio 2015
29	RA-02906-15	Cómputos distritales	7 de junio 2015
30	RA-00763-15	¿Cómo te informas? V1	7 de junio 2015
31	RA-00848-15	Yo sí V1	7 de junio 2015
32	RA-00768-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	7 de junio 2015
33	RA-01028-15	Investigo y razono	7 de junio 2015
34	RA-00547-15	Delitos electorales 1	7 de junio 2015
35	RA-02730-15	Yo voto para	7 de junio 2015
36	RA-01776-15	Fila	7 de junio 2015
37	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	7 de junio 2015
38	RA-00766-15	¿Por qué es importante votar? V1	7 de junio 2015
39	RA-00634-15	Casilla única-Gob, Pres mun, dip fed y loc	7 de junio 2015

TELEVISIÓN			
	REGISTRO	VERSION	DIFUNDIR HASTA
1	RV-00571-15	¿Cómo te informas? V1	7 de junio 2015
2	RV(Según entidad a pautar)	Casilla única-(ENTIDAD)	7 de junio 2015
3	RV-00576-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	7 de junio 2015
4	RV-00725-15	Investigo y razono	7 de junio 2015
5	RV-01928-15	Monitoreo 7	7 de junio 2015
6	RV-00392-15	Delitos electorales 1	7 de junio 2015
7	RV-01419-15	Yo sí Vidrio	7 de junio 2015
8	RV-01229-15	Fila	7 de junio 2015
9	RV-00724-15	Compra y coacción del voto	7 de junio 2015
10	RV-00574-15	¿Por qué es importante votar? V1	7 de junio 2015
11	RV-01420-15	Yo sí Chavos	7 de junio 2015
12	RV-01930-15	Conteo rápido	7 de junio 2015
13	RV-01230-15	Pared	7 de junio 2015
14	RV-00630-15	¿Por qué es importante votar? V2	7 de junio 2015
15	RV-00393-15	Delitos electorales 2	7 de junio 2015
16	RV-01931-15	PREP	7 de junio 2015
17	RV-00573-15	¿Cómo te informas? V3	7 de junio 2015
18	RV-00802-14	La jornada electoral	7 de junio 2015
19	RV-02026-15	Fotos instrucciones para votar	7 de junio 2015
20	RV-01962-15	Cómputos distritales	7 de junio 2015
21	RV-00725-15	Investigo y razono	7 de junio 2015
22	RV(Según entidad a pautar)	Casilla única-(ENTIDAD)	7 de junio 2015
23	RV-00724-15	Compra y coacción del voto	7 de junio 2015
24	RV-01420-15	Yo sí Chavos	7 de junio 2015
25	RV-01930-15	Conteo rápido	7 de junio 2015
26	RV-01931-15	PREP	7 de junio 2015
27	RV-00573-15	¿Cómo te informas? V3	7 de junio 2015
28	RV-02026-15	Fotos instrucciones para votar	7 de junio 2015
29	RV-01962-15	Cómputos distritales	7 de junio 2015
30	RV-00571-15	¿Cómo te informas? V1	7 de junio 2015
31	RV-01418-15	Yo sí Playa	7 de junio 2015
32	RV-00576-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	7 de junio 2015
33	RV-00725-15	Investigo y razono	7 de junio 2015
34	RV-00392-15	Delitos electorales 1	7 de junio 2015
35	RV-01419-15	Yo sí Vidrio	7 de junio 2015
36	RV-01229-15	Fila	7 de junio 2015
37	RV-00724-15	Compra y coacción del voto	7 de junio 2015
38	RV-00574-15	¿Por qué es importante votar? V1	7 de junio 2015
39	RV(Según entidad a pautar)	Casilla única-(ENTIDAD)	7 de junio 2015

RADIO			
40	RA-02856-15	Conteo rápido	7 de junio 2015
41	RA-01777-15	Pared	7 de junio 2015
42	RA-00847-15	Yo sí V2	7 de junio 2015
43	RA-00548-15	Delitos electorales 2	7 de junio 2015
44	RA-02857-15	PREP	7 de junio 2015
45	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3	7 de junio 2015
46	RA-01776-15	Fila	7 de junio 2015
47	RA-01284-14	La jornada electoral	7 de junio 2015
48	RA-02988-15	Fotos instrucciones para votar	7 de junio 2015
49	RA-00848-15	Yo sí V3	7 de junio 2015
50	RA-01777-15	Pared	7 de junio 2015
51	RA-00547-15	Delitos electorales 1	7 de junio 2015
52	RA-01776-15	Fila	7 de junio 2015
53	RA-00548-15	Delitos electorales 2	7 de junio 2015
54	RA-01777-15	Pared	7 de junio 2015

TELEVISION			
40	RV-01930-15	Conteo rápido	7 de junio 2015
41	RV-01230-15	Pared	7 de junio 2015
42	RV-01419-15	Yo sí Vidrio	7 de junio 2015
43	RV-00393-15	Delitos electorales 2	7 de junio 2015
44	RV-01931-15	PREP	7 de junio 2015
45	RV-00573-15	¿Cómo te informas? V3	7 de junio 2015
46	RV-01229-15	Fila	7 de junio 2015
47	RV-00802-14	La jornada electoral	7 de junio 2015
48	RV-02026-15	Fotos instrucciones para votar	7 de junio 2015
49	RV-01420-15	Yo sí Chavos	7 de junio 2015
50	RV-01230-15	Pared	7 de junio 2015
51	RV-00392-15	Delitos electorales 1	7 de junio 2015
52	RV-01229-15	Fila	7 de junio 2015
53	RV-00393-15	Delitos electorales 2	7 de junio 2015
54	RV-01230-15	Pared	7 de junio 2015

Versiones que se solicito subir al aire con Oficio Núm. INE/DECEyEC/715/15		
MEDIO	REGISTRO	VERSION
TV	RV-00450-15	Casilla única-BCS
TV	RV-00452-15	Casilla única-Colima
TV	RV-00454-15	Casilla única-Michoacán
TV	RV-00455-15	Casilla única-Nuevo León
TV	RV-00456-15	Casilla única-Querétaro
TV	RV-00457-15	Casilla única-San Luis Potosí
TV	RV-00458-15	Casilla única-Sonora

CICLOS DE DIFUSIÓN PARA EL PROCESO ELECTORAL LOCAL EN GUERRERO

Difundir los siguientes ciclos durante el periodo de veda:

RADIO		
REGISTRO	VERSION	DIFUNDIR HASTA
1	RA-00763-15	¿Cómo te informas? V1
2	RA-00634-15	Casilla única-Gob, Pres mun, dip fed y loc
3	RA-00768-15	¿Por qué no debes vender tu voto?
4	RA-01028-15	Investigo y razono
5	RA-02855-15	Monitoreo 7
6	RA-00547-15	Delitos electorales 1
7	RA-00281-15	Guerrero
8	RA-01776-15	Fila
9	RA-01027-15	Compra y coacción del voto
10	RA-00766-15	¿Por qué es importante votar? V1
11	RA-02730-15	Yo voto para
12	RA-02856-15	Conteo rápido
13	RA-01777-15	Pared
14	RA-00849-15	¿Por qué es importante votar? V2
15	RA-00548-15	Delitos electorales 2
16	RA-02857-15	PREP
17	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3
18	RA-01284-14	La jornada electoral
19	RA-02906-15	Fotos instrucciones para votar
20	RA-02906-15	Cóputos distritales
21	RA-01028-15	Investigo y razono
22	RA-00634-15	Casilla única-Gob, Pres mun, dip fed y loc
23	RA-01027-15	Compra y coacción del voto
24	RA-00848-15	Yo sí V3
25	RA-02856-15	Conteo rápido
26	RA-02857-15	PREP
27	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3
28	RA-02988-15	Fotos instrucciones para votar
29	RA-02906-15	Cóputos distritales
30	RA-00763-15	¿Cómo te informas? V1
31	RA-00846-15	Yo sí V1
32	RA-00768-15	¿Por qué no debes vender tu voto?
33	RA-01028-15	Investigo y razono
34	RA-00547-15	Delitos electorales 1
35	RA-02730-15	Yo voto para
36	RA-01776-15	Fila
37	RA-01027-15	Compra y coacción del voto
38	RA-00766-15	¿Por qué es importante votar? V1
39	RA-00634-15	Casilla única-Gob, Pres mun, dip fed y loc
40	RA-02856-15	Conteo rápido
41	RA-01777-15	Pared
42	RA-00847-15	Yo sí V2
43	RA-00548-15	Delitos electorales 2
44	RA-02857-15	PREP
45	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3
46	RA-01776-15	Fila
47	RA-01284-14	La jornada electoral
48	RA-02988-15	Fotos instrucciones para votar
49	RA-00281-15	Guerrero
50	RA-01777-15	Pared
51	RA-00547-15	Delitos electorales 1
52	RA-01776-15	Fila
53	RA-00548-15	Delitos electorales 2
54	RA-01777-15	Pared

TELEVISIÓN		
REGISTRO	VERSION	DIFUNDIR HASTA
1	RV-00571-15	¿Cómo te informas? V1
2	RV-00453-15	Casilla única-Guerrero
3	RV-00576-15	¿Por qué no debes vender tu voto?
4	RV-00725-15	Investigo y razono
5	RV-01928-15	Monitoreo 7
6	RV-00392-15	Delitos electorales 1
7	RV-00152-15	Guerrero
8	RV-01229-15	Fila
9	RV-00724-15	Compra y coacción del voto
10	RV-00674-15	¿Por qué es importante votar? V1
11	RV-01420-15	Yo sí Chavos
12	RV-01930-15	Conteo rápido
13	RV-01230-15	Pared
14	RV-00630-15	¿Por qué es importante votar? V2
15	RV-00393-15	Delitos electorales 2
16	RV-01931-15	PREP
17	RV-00573-15	¿Cómo te informas? V3
18	RV-00802-14	La jornada electoral
19	RV-02026-15	Fotos instrucciones para votar
20	RV-01962-15	Cóputos distritales
21	RV-00725-15	Investigo y razono
22	RV-00453-15	Casilla única-Guerrero
23	RV-00724-15	Compra y coacción del voto
24	RV-01420-15	Yo sí Chavos
25	RV-01930-15	Conteo rápido
26	RV-01931-15	PREP
27	RV-00573-15	¿Cómo te informas? V3
28	RV-02026-15	Fotos instrucciones para votar
29	RV-01962-15	Cóputos distritales
30	RV-00571-15	¿Cómo te informas? V1
31	RV-01418-15	Yo sí Playa
32	RV-00576-15	¿Por qué no debes vender tu voto?
33	RV-00725-15	Investigo y razono
34	RV-00392-15	Delitos electorales 1
35	RV-01419-15	Yo sí Vidrio
36	RV-01229-15	Fila
37	RV-00724-15	Compra y coacción del voto
38	RV-00574-15	¿Por qué es importante votar? V1
39	RV-00453-15	Casilla única-Guerrero
40	RV-01930-15	Conteo rápido
41	RV-01230-15	Pared
42	RV-01419-15	Yo sí Vidrio
43	RV-00393-15	Delitos electorales 2
44	RV-01931-15	PREP
45	RV-00573-15	¿Cómo te informas? V3
46	RV-01229-15	Fila
47	RV-00802-14	La jornada electoral
48	RV-02026-15	Fotos instrucciones para votar
49	RV-00152-15	Guerrero
50	RV-01230-15	Pared
51	RV-00392-15	Delitos electorales 1
52	RV-01229-15	Fila
53	RV-00393-15	Delitos electorales 2
54	RV-01230-15	Pared

CICLOS DE DIFUSIÓN PARA EL PROCESO ELECTORAL LOCAL EN CHIAPAS

Difundir los siguientes ciclos durante el periodo de veda (excepto emisoras señaladas Oficio Núm. INE/DECEyEC/1435/15)

RADIO			DIFUNDIR EN
	REGISTRO	VERSION	CHIAPAS
1	RA-00763-15	¿Cómo te informas? V1	7 de junio 2015
2	RA-00846-15	Yo sí V1	7 de junio 2015
3	RA-00768-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	7 de junio 2015
4	RA-01028-15	Investigo y razono	7 de junio 2015
5	RA-02855-15	Monitoreo 7	7 de junio 2015
6	RA-00547-15	Delitos electorales 1	7 de junio 2015
7	RA-00847-15	Yo sí V2	7 de junio 2015
8	RA-01776-15	Fila	7 de junio 2015
9	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	7 de junio 2015
10	RA-00766-15	¿Por qué es importante votar? V1	7 de junio 2015
11	RA-02730-15	Yo voto para	7 de junio 2015
12	RA-02856-15	Conteo rápido	7 de junio 2015
13	RA-01777-15	Pared	7 de junio 2015
14	RA-00849-15	¿Por qué es importante votar? V2	7 de junio 2015
15	RA-00548-15	Delitos electorales 2	7 de junio 2015
16	RA-02857-15	PREP	7 de junio 2015
17	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3	7 de junio 2015
18	RA-01284-14	La jornada electoral	7 de junio 2015
19	RA-02988-15	Fotos instrucciones para votar	7 de junio 2015
20	RA-02906-15	Cómpulos distritales	7 de junio 2015
21	RA-01028-15	Investigo y razono	7 de junio 2015
22	RA-00847-15	Yo sí V2	7 de junio 2015
23	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	7 de junio 2015
24	RA-00848-15	Yo sí V3	7 de junio 2015
25	RA-02858-15	Conteo rápido	7 de junio 2015
26	RA-02857-15	PREP	7 de junio 2015
27	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3	7 de junio 2015
28	RA-02988-15	Fotos instrucciones para votar	7 de junio 2015
29	RA-02906-15	Cómpulos distritales	7 de junio 2015
30	RA-00763-15	¿Cómo te informas? V1	7 de junio 2015
31	RA-00846-15	Yo sí V1	7 de junio 2015
32	RA-00768-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	7 de junio 2015
33	RA-01028-15	Investigo y razono	7 de junio 2015
34	RA-00547-15	Delitos electorales 1	7 de junio 2015
35	RA-02730-15	Yo voto para	7 de junio 2015
36	RA-01776-15	Fila	7 de junio 2015
37	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	7 de junio 2015
38	RA-00766-15	¿Por qué es importante votar? V1	7 de junio 2015
39	RA-00848-15	Yo sí V3	7 de junio 2015
40	RA-02856-15	Conteo rápido	7 de junio 2015
41	RA-01777-15	Pared	7 de junio 2015
42	RA-00847-15	Yo sí V2	7 de junio 2015
43	RA-00548-15	Delitos electorales 2	7 de junio 2015
44	RA-02857-15	PREP	7 de junio 2015
45	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3	7 de junio 2015
46	RA-01776-15	Fila	7 de junio 2015
47	RA-01284-14	La jornada electoral	7 de junio 2015
48	RA-02988-15	Fotos instrucciones para votar	7 de junio 2015
49	RA-00848-15	Yo sí V3	7 de junio 2015
50	RA-01777-15	Pared	7 de junio 2015
51	RA-00547-15	Delitos electorales 1	7 de junio 2015
52	RA-01776-15	Fila	7 de junio 2015
53	RA-00548-15	Delitos electorales 2	7 de junio 2015
54	RA-01777-15	Pared	7 de junio 2015

**CICLOS DE DIFUSIÓN PARA ENTIDADES CON
PROCESOS ELECTORALES LOCALES SIN ELECCIÓN DE GOBERNADOR**

Para los Procesos Electorales Locales en Guanajuato, Morelos, Tabasco, Jalisco; para estado de México, y Yucatán excepto las emisoras señaladas Oficio Núm. INE/DECEYEC/1435/15, difundir los siguientes ciclos durante el periodo de veda:

RADIO			
	REGISTRO	VERSION	DIFUNDIR HASTA
1	RA-00763-15	¿Cómo te informas? V1	7 de junio 2015
2	RA-00635-15	Casilla única-Pres mun, dip fed y loc	7 de junio 2015
3	RA-00768-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	7 de junio 2015
4	RA-01028-15	Investigo y razono	7 de junio 2015
5	RA-02855-15	Monitoreo 7	7 de junio 2015
6	RA-00547-15	Delitos electorales 1	7 de junio 2015
7	RA-00847-15	Yo sí V2	7 de junio 2015
8	RA-01776-15	Fila	7 de junio 2015
9	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	7 de junio 2015
10	RA-00766-15	¿Por qué es importante votar? V1	7 de junio 2015
11	RA-02730-15	Yo voto para	7 de junio 2015
12	RA-02856-15	Conteo rápido	7 de junio 2015
13	RA-01777-15	Pared	7 de junio 2015
14	RA-00849-15	¿Por qué es importante votar? V2	7 de junio 2015
15	RA-00548-15	Delitos electorales 2	7 de junio 2015
16	RA-02857-15	PREP	7 de junio 2015
17	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3	7 de junio 2015
18	RA-01284-14	La jornada electoral	7 de junio 2015
19	RA-02988-15	Fotos instrucciones para votar	7 de junio 2015
20	RA-02906-15	Cómputos distritales	7 de junio 2015
21	RA-01028-15	Investigo y razono	7 de junio 2015
22	RA-00635-15	Casilla única-Pres mun, dip fed y loc	7 de junio 2015
23	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	7 de junio 2015
24	RA-00848-15	Yo sí V3	7 de junio 2015
25	RA-02856-15	Conteo rápido	7 de junio 2015
26	RA-02857-15	PREP	7 de junio 2015
27	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3	7 de junio 2015
28	RA-02988-15	Fotos instrucciones para votar	7 de junio 2015
29	RA-02906-15	Cómputos distritales	7 de junio 2015
30	RA-00763-15	¿Cómo te informas? V1	7 de junio 2015
31	RA-00846-15	Yo sí V1	7 de junio 2015
32	RA-00768-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	7 de junio 2015
33	RA-01028-15	Investigo y razono	7 de junio 2015
34	RA-00547-15	Delitos electorales 1	7 de junio 2015
35	RA-02730-15	Yo voto para	7 de junio 2015
36	RA-01776-15	Fila	7 de junio 2015
37	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	7 de junio 2015
38	RA-00766-15	¿Por qué es importante votar? V1	7 de junio 2015
39	RA-00635-15	Casilla única-Pres mun, dip fed y loc	7 de junio 2015

TELEVISIÓN			
	REGISTRO	VERSION	DIFUNDIR HASTA
1	RV-00571-15	¿Cómo te informas? V1	7 de junio 2015
2	RV(Según entidad a pautar)	Casilla única-(ENTIDAD)	7 de junio 2015
3	RV-00576-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	7 de junio 2015
4	RV-00725-15	Investigo y razono	7 de junio 2015
5	RV-01928-15	Monitoreo 7	7 de junio 2015
6	RV-00392-15	Delitos electorales 1	7 de junio 2015
7	RV-01419-15	Yo sí Vidrio	7 de junio 2015
8	RV-01229-15	Fila	7 de junio 2015
9	RV-00724-15	Compra y coacción del voto	7 de junio 2015
10	RV-00674-15	¿Por qué es importante votar? V1	7 de junio 2015
11	RV-01420-15	Yo sí Chavos	7 de junio 2015
12	RV-01930-15	Conteo rápido	7 de junio 2015
13	RV-01230-15	Pared	7 de junio 2015
14	RV-00630-15	¿Por qué es importante votar? V2	7 de junio 2015
15	RV-00393-15	Delitos electorales 2	7 de junio 2015
16	RV-01931-15	PREP	7 de junio 2015
17	RV-00573-15	¿Cómo te informas? V3	7 de junio 2015
18	RV-00802-14	La jornada electoral	7 de junio 2015
19	RV-02026-15	Fotos instrucciones para votar	7 de junio 2015
20	RV-01962-15	Cómputos distritales	7 de junio 2015
21	RV-00725-15	Investigo y razono	7 de junio 2015
22	RV(Según entidad a pautar)	Casilla única-(ENTIDAD)	7 de junio 2015
23	RV-00724-15	Compra y coacción del voto	7 de junio 2015
24	RV-01420-15	Yo sí Chavos	7 de junio 2015
25	RV-01930-15	Conteo rápido	7 de junio 2015
26	RV-01931-15	PREP	7 de junio 2015
27	RV-00573-15	¿Cómo te informas? V3	7 de junio 2015
28	RV-02026-15	Fotos instrucciones para votar	7 de junio 2015
29	RV-01962-15	Cómputos distritales	7 de junio 2015
30	RV-00571-15	¿Cómo te informas? V1	7 de junio 2015
31	RV-01418-15	Yo sí Playa	7 de junio 2015
32	RV-00576-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	7 de junio 2015
33	RV-00725-15	Investigo y razono	7 de junio 2015
34	RV-00392-15	Delitos electorales 1	7 de junio 2015
35	RV-01419-15	Yo sí Vidrio	7 de junio 2015
36	RV-01229-15	Fila	7 de junio 2015
37	RV-00724-15	Compra y coacción del voto	7 de junio 2015
38	RV-00574-15	¿Por qué es importante votar? V1	7 de junio 2015
39	RV(Según entidad a pautar)	Casilla única-(ENTIDAD)	7 de junio 2015

RADIO			
40	RA-02856-15	Conteo rápido	7 de junio 2015
41	RA-01777-15	Pared	7 de junio 2015
42	RA-00847-15	Yo sí V2	7 de junio 2015
43	RA-00548-15	Delitos electorales 2	7 de junio 2015
44	RA-02857-15	PREP	7 de junio 2015
45	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3	7 de junio 2015
46	RA-01776-15	Fila	7 de junio 2015
47	RA-01284-14	La jornada electoral	7 de junio 2015
48	RA-02888-15	Fotos instrucciones para votar	7 de junio 2015
49	RA-00848-15	Yo sí V3	7 de junio 2015
50	RA-01777-15	Pared	7 de junio 2015
51	RA-00547-15	Delitos electorales 1	7 de junio 2015
52	RA-01776-15	Fila	7 de junio 2015
53	RA-00548-15	Delitos electorales 2	7 de junio 2015
54	RA-01777-15	Pared	7 de junio 2015

TELEVISIÓN			
40	RV-01930-15	Conteo rápido	7 de junio 2015
41	RV-01230-15	Pared	7 de junio 2015
42	RV-01419-15	Yo sí Vidrio	7 de junio 2015
43	RV-00393-15	Delitos electorales 2	7 de junio 2015
44	RV-01931-15	PREP	7 de junio 2015
45	RV-00573-15	¿Cómo te informas? V3	7 de junio 2015
46	RV-01225-15	Fila	7 de junio 2015
47	RV-00802-14	La jornada electoral	7 de junio 2015
48	RV-02026-15	Fotos instrucciones para votar	7 de junio 2015
49	RV-01420-15	Yo sí Chavos	7 de junio 2015
50	RV-01230-15	Pared	7 de junio 2015
51	RV-00392-15	Delitos electorales 1	7 de junio 2015
52	RV-01229-15	Fila	7 de junio 2015
53	RV-00393-15	Delitos electorales 2	7 de junio 2015
54	RV-01230-15	Pared	7 de junio 2015

Versiones que se solicitó subir al aire con Oficio Núm. INE/DECEyEC/715/15		
MEDIO	REGISTRO	VERSION
TV	RV-00460-15	Casilla única-Guanajuato
TV	RV-00461-15	Casilla única-Jalisco
TV	RV-00463-15	Casilla única-Morelos
TV	RV-00464-15	Casilla única-Tabasco

CICLO DE DIFUSIÓN PARA EL PROCESO ELECTORAL LOCAL EN EL DISTRITO FEDERAL
 Difundir los siguientes ciclos durante el periodo de veda: (excepto emisora señalada Oficio Núm. INE/DECEyEC/1435/15):

RADIO			
	REGISTRO	VERSIÓN	DIFUNDIR HASTA
1	RA-00763-15	¿Cómo te informas? V1	7 de junio 2015
2	RA-00636-15	Casilla única-Jefes del y Dip a la Asamblea	7 de junio 2015
3	RA-00766-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	7 de junio 2015
4	RA-01028-15	Investigo y razono	7 de junio 2015
5	RA-02855-15	Monitoreo 7	7 de junio 2015
6	RA-00547-15	Delitos electorales 1	7 de junio 2015
7	RA-00847-15	Yo sí V2	7 de junio 2015
8	RA-01776-15	Fila	7 de junio 2015
9	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	7 de junio 2015
10	RA-00765-15	¿Por qué es importante votar? V1	7 de junio 2015
11	RA-02730-15	Yo voto para	7 de junio 2015
12	RA-02856-15	Conteo rápido	7 de junio 2015
13	RA-01777-15	Pared	7 de junio 2015
14	RA-00849-15	¿Por qué es importante votar? V2	7 de junio 2015
15	RA-00548-15	Delitos electorales 2	7 de junio 2015
16	RA-02857-15	PREP	7 de junio 2015
17	RA-00785-15	¿Cómo te informas? V3	7 de junio 2015
18	RA-01284-14	La jornada electoral	7 de junio 2015
19	RA-02988-15	Fotos instrucciones para votar	7 de junio 2015
20	RA-02906-15	Computos distritales	7 de junio 2015
21	RA-01028-15	Investigo y razono	7 de junio 2015
22	RA-00636-15	Casilla única-Jefes del y Dip a la Asamblea	7 de junio 2015
23	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	7 de junio 2015
24	RA-00848-15	Yo sí V3	7 de junio 2015
25	RA-02856-15	Conteo rápido	7 de junio 2015
26	RA-02857-15	PREP	7 de junio 2015
27	RA-00785-15	¿Cómo te informas? V3	7 de junio 2015
28	RA-02988-15	Fotos instrucciones para votar	7 de junio 2015
29	RA-02906-15	Computos distritales	7 de junio 2015
30	RA-00763-15	¿Cómo te informas? V1	7 de junio 2015
31	RA-00846-15	Yo sí V1	7 de junio 2015
32	RA-00768-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	7 de junio 2015
33	RA-01028-15	Investigo y razono	7 de junio 2015
34	RA-00547-15	Delitos electorales 1	7 de junio 2015
35	RA-02730-15	Yo voto para	7 de junio 2015
36	RA-01776-15	Fila	7 de junio 2015
37	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	7 de junio 2015
38	RA-00766-15	¿Por qué es importante votar? V1	7 de junio 2015
39	RA-00636-15	Casilla única-Jefes del y Dip a la Asamblea	7 de junio 2015
40	RA-02856-15	Conteo rápido	7 de junio 2015
41	RA-01777-15	Pared	7 de junio 2015
42	RA-00847-15	Yo sí V2	7 de junio 2015
43	RA-00548-15	Delitos electorales 2	7 de junio 2015
44	RA-02857-15	PREP	7 de junio 2015
45	RA-00785-15	¿Cómo te informas? V3	7 de junio 2015
46	RA-01776-15	Fila	7 de junio 2015
47	RA-01284-14	La jornada electoral	7 de junio 2015
48	RA-02988-15	Fotos instrucciones para votar	7 de junio 2015
49	RA-00848-15	Yo sí V3	7 de junio 2015
50	RA-01777-15	Pared	7 de junio 2015
51	RA-00547-15	Delitos electorales 1	7 de junio 2015
52	RA-01776-15	Fila	7 de junio 2015
53	RA-00548-15	Delitos electorales 2	7 de junio 2015
54	RA-01777-15	Pared	7 de junio 2015

CICLOS DE DIFUSIÓN PARA LAS EMISORAS DE LA ZONA CONURBADA DE LA CIUDAD DE MÉXICO ZCCM
 Difundir los siguientes ciclos durante el periodo de veda (excepto emisoras señaladas Oficio Núm.
 INE/DECEyEC/1435/15)

RADIO			
	REGISTRO	VERSION	DIFUNDIRHA
1	RA-00763-15	¿Cómo te informas? V1	7 de junio 2015
2	RA-00636-15	Casilla única-Jefes del y Dip a la Asamblea	7 de junio 2015
3	RA-00768-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	7 de junio 2015
4	RA-01028-15	Investigo y razono	7 de junio 2015
5	RA-02855-15	Monitoreo 7	7 de junio 2015
6	RA-00547-15	Delitos electorales 1	7 de junio 2015
7	RA-00847-15	Yo sí V2	7 de junio 2015
8	RA-01776-15	Fila	7 de junio 2015
9	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	7 de junio 2015
10	RA-00766-15	¿Por qué es importante votar? V1	7 de junio 2015
11	RA-02730-15	Yo voto para	7 de junio 2015
12	RA-02856-15	Conteo rápido	7 de junio 2015
13	RA-01777-15	Pared	7 de junio 2015
14	RA-00849-15	¿Por qué es importante votar? V2	7 de junio 2015
15	RA-00548-15	Delitos electorales 2	7 de junio 2015
16	RA-02857-15	PREP	7 de junio 2015
17	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3	7 de junio 2015
18	RA-01284-14	La jornada electoral	7 de junio 2015
19	RA-02988-15	Fotos instrucciones para votar	7 de junio 2015
20	RA-02906-15	Cómpulos distritales	7 de junio 2015
21	RA-01028-15	Investigo y razono	7 de junio 2015
22	RA-00635-15	Casilla única-Pres mun, dip fed y loc	7 de junio 2015
23	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	7 de junio 2015
24	RA-00848-15	Yo sí V3	7 de junio 2015
25	RA-02856-15	Conteo rápido	7 de junio 2015
26	RA-02857-15	PREP	7 de junio 2015
27	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3	7 de junio 2015
28	RA-02988-15	Fotos Instrucciones para votar	7 de junio 2015
29	RA-02906-15	Cómpulos distritales	7 de junio 2015
30	RA-00763-15	¿Cómo te informas? V1	7 de junio 2015
31	RA-00846-15	Yo sí V1	7 de junio 2015
32	RA-00768-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	7 de junio 2015
33	RA-01028-15	Investigo y razono	7 de junio 2015
34	RA-00547-15	Delitos electorales 1	7 de junio 2015
35	RA-02730-15	Yo voto para	7 de junio 2015
36	RA-01776-15	Fila	7 de junio 2015
37	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	7 de junio 2015
38	RA-00766-15	¿Por qué es importante votar? V1	7 de junio 2015
39	RA-00636-15	Casilla única-Jefes del y Dip a la Asamblea	7 de junio 2015
40	RA-02856-15	Conteo rápido	7 de junio 2015
41	RA-01777-15	Pared	7 de junio 2015
42	RA-00847-15	Yo sí V2	7 de junio 2015
43	RA-00548-15	Delitos electorales 2	7 de junio 2015
44	RA-02857-15	PREP	7 de junio 2015
45	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3	7 de junio 2015
46	RA-01776-15	Fila	7 de junio 2015
47	RA-01284-14	La jornada electoral	7 de junio 2015
48	RA-02988-15	Fotos instrucciones para votar	7 de junio 2015
49	RA-00848-15	Yo sí V3	7 de junio 2015
50	RA-01777-15	Pared	7 de junio 2015
51	RA-00547-15	Delitos electorales 1	7 de junio 2015
52	RA-01776-15	Fila	7 de junio 2015
53	RA-00548-15	Delitos electorales 2	7 de junio 2015
54	RA-01777-15	Pared	7 de junio 2015

Las siguientes versiones bajan del aire:

MEDIO	REGISTRO	VERSION
Radio	RA-01283-14	La capacitación
TV	RV-00801-14	La capacitación

Asimismo reingresan los siguientes spots:

MEDIO	REGISTRO	VERSION
Radio	RA-00763-15	¿Cómo te informas? V1
TV	RV-00571-15	¿Cómo te informas? V1
Radio	RA-00766-15	¿Por qué es importante votar? V1
TV	RV-00574-15	¿Por qué es importante votar? V1

ANEXO 4

OFICIO PARA PÚBLICOS ESPECIFICOS



DIRECCIÓN EJECUTIVA DE CAPACITACIÓN
ELECTORAL Y EDUCACIÓN CÍVICA

DIRECCIÓN EJECUTIVA
DE PRERROGATIVAS
Y PARTIDOS POLÍTICOS
DIRECCIÓN DE PAUTADO
PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

DIRECCIÓN DE DIFUSIÓN Y CAMPAÑAS
INSTITUCIONALES

Oficio Núm. INE/DDyCI/188/15

México, D. F., 4 de mayo de 2015

RECEBIDO
06 MAY 2015

MTRO. PATRICIO BALLADOS VILLAGÓMEZ
DIRECTOR EJECUTIVO DE PRERROGATIVAS
Y PARTIDOS POLÍTICOS
PRESENTE

ACUSE

Estimado Mtro. Ballados:

Por instrucciones del Mtro. Luis Javier Vaquero Ochoa, Director Ejecutivo de Capacitación Electoral y Educación Cívica, me permito solicitar su valioso apoyo para que en las entidades que a continuación se detallan se realice la difusión en las radiodifusoras señaladas de acuerdo a los ciclos indicados en el anexo.

NO	ENTIDAD	EMISORAS	LENGUA	CICLOS DE RADIO
1	México	XHCME-FM XHTOL-FM	Náhuatl o mexicano del centro alto	A
2	Distrito Federal	XEDYE-FM	Náhuatl o mexicano del centro alto	B
3	Puebla	XEPA-AM	Náhuatl o mexicano del centro alto	C
4	Chiapas	XEOCH-AM XEPLE-AM XHPIG-FM XHSDM-FM XHTCH-FM XETEC-AM XHNAL-FM XHTGU-FM XERA-AM	Tzeltal del occidente	

RECIBIDO
DIRECCIÓN EJECUTIVA DE CAPACITACIÓN ELECTORAL Y EDUCACIÓN CÍVICA
06 MAY 2015
Sail Camacho Regalado
Instituto Nacional Electoral

INE
DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS
RECEPCIÓN DE MATERIALES

RECEBIDO
04 MAY 2015
FIRMA: [Firma] HORA: 18:00

Específicas con lenguas indígenas

INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL
INE
06 MAY 2015
RECIBIDO
VENTANILLA ÚNICA DE LA UNIDAD DE ENLACE ADMINISTRATIVO DEL CONSEJO GENERAL



DIRECCIÓN EJECUTIVA DE CAPACITACIÓN
ELECTORAL Y EDUCACIÓN CÍVICA

DIRECCIÓN DE DIFUSIÓN Y CAMPAÑAS
INSTITUCIONALES

Oficio Núm. INE/DDyCI/188/15

NO	ENTIDAD	EMISORAS	LENGUA	CICLOS DE RADIO
5	Oaxaca	XHCA-FM	Zapoteco de la planicie costera	E
6	Oaxaca	XEJAM-AM	Mixteco del oeste de la costa	F
7	Campeche	XEXPUJ-AM	Maya de Yucatán	G
8	Quintana Roo	XECAQ-AM XHCAQ-FM	Maya de Yucatán	H
9	Yucatán	XHMRI-FM	Maya de Yucatán	I

Reciba un cordial saludo.

ATENTAMENTE
LA DIRECTORA

P.A.
LIC. CLAUDIA GARCÍA GONZALEZ

C.c. p

Mtro. Arturo Sánchez Gutiérrez.- Consejero Electoral y Presidente de la Comisión de Capacitación y Organización Electoral.
Lic. Edmundo Jacobo Molina.- Secretario Ejecutivo.
Mtro. Luis Javier Vaquero Ochoa.- Director Ejecutivo de Capacitación Electoral y Educación Cívica.
Mtro. Juan Adolfo Montiel Hernández.- Encargado del despacho de la Dirección de Pautado, Producción y Distribución.
Lic. Emilio González Leyva.- Subdirector de Producción y Control de Calidad.
Lic. Montserrat Álvarez Vázquez.- Encargada de Despacho de la Subdirección de Campañas Institucionales
Lic. Laura Galván Chávez.- Encargada de la Operación de Distribución de Materiales

ANEXO

CICLOS PARA MUNICIPIOS CON LENGUAS INDIGENAS

CICLO "A" LENGUA NÁHUATL O MEXICANO DEL CENTRO ALTO

MEXICO			
#	REGISTRO	VERSION	DIFUNDIR HASTA
1	RA-02056-15	Delitos electorales 1- Nahuatl o mexicano del centro alto	Nuevo aviso
2	RA-00846-15	Yo si V1	Nuevo aviso
3	RA-01028-15	Investigo y razono	Nuevo aviso
4	RA-02208-15	Monitoreo 6	Nuevo aviso
5	RA-00547-15	Delitos electorales 1	Nuevo aviso
6	RA-00847-15	Yo si V2	Nuevo aviso
7	RA-01776-15	Fila	Nuevo aviso
8	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	Nuevo aviso
9	RA-00768-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	Nuevo aviso
10	RA-00848-15	Yo si V3	Nuevo aviso
11	RA-01777-15	Pared	Nuevo aviso
12	RA-00849-15	¿Por qué es importante votar? V2	Nuevo aviso
13	RA-00548-15	Delitos electorales 2	Nuevo aviso
14	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3	Nuevo aviso
15	RA-01283-14	La capacitación	5 de junio de 2015
16	RA-02061-15	Yo si V1- Nahuatl o mexicano del centro alto	Nuevo aviso
17	RA-00635-15	Casilla única-Pres mun. dip fed y loc	Nuevo aviso

CICLO "B" NÁHUATL O MEXICANO DEL CENTRO ALTO

DISTRITO FEDERAL			
#	REGISTRO	VERSION	DIFUNDIR HASTA
1	RA-02056-15	Delitos electorales 1- Nahuatl o mexicano del centro alto	Nuevo aviso
2	RA-00846-15	Yo si V1	Nuevo aviso
3	RA-01028-15	Investigo y razono	Nuevo aviso
4	RA-02208-15	Monitoreo 6	Nuevo aviso
5	RA-00547-15	Delitos electorales 1	Nuevo aviso
6	RA-00847-15	Yo si V2	Nuevo aviso
7	RA-01776-15	Fila	Nuevo aviso
8	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	Nuevo aviso
9	RA-00768-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	Nuevo aviso
10	RA-00848-15	Yo si V3	Nuevo aviso
11	RA-01777-15	Pared	Nuevo aviso
12	RA-00849-15	¿Por qué es importante votar? V2	Nuevo aviso
13	RA-00548-15	Delitos electorales 2	Nuevo aviso
14	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3	Nuevo aviso
15	RA-01283-14	La capacitación	5 de junio de 2015
16	RA-02061-15	Yo si V1- Nahuatl o mexicano del centro alto	Nuevo aviso
17	RA-00635-15	Casilla única-Jefes del y Dip a la Asamblea	Nuevo aviso

CICLO "C" LENGUA NÁHUATL O MEXICANO DEL CENTRO ALTO

PUEBLA			
	REGISTRO	VERSION	DEFINIR HASTA
1	RA-02058-15	Delitos electorales 1- Nahuatl o mexicano del centro alto	Nuevo aviso
2	RA-00846-15	Yo si V1	Nuevo aviso
3	RA-01028-15	Investigo y razono	Nuevo aviso
4	RA-02208-15	Monitoreo 6	Nuevo aviso
5	RA-00547-15	Delitos electorales 1	Nuevo aviso
6	RA-00847-15	Yo si V2	Nuevo aviso
7	RA-01776-15	Fila	Nuevo aviso
8	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	Nuevo aviso
9	RA-00768-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	Nuevo aviso
10	RA-00848-15	Yo si V3	Nuevo aviso
11	RA-01777-15	Pared	Nuevo aviso
12	RA-00849-15	¿Por qué es importante votar? V2	Nuevo aviso
13	RA-00548-15	Delitos electorales 2	Nuevo aviso
14	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3	Nuevo aviso
15	RA-02051-15	Yo si V1- Nahuatl o mexicano del centro alto	Nuevo aviso
16	RA-01283-14	La capacitación	5 de junio de 2015

CICLO "D" LENGUA TSELTAL DEL OCCIDENTE

CHIAPAS			
	REGISTRO	VERSION	DEFINIR HASTA
1	RA-02057-15	Delitos electorales 1- Tseltal del occidente	Nuevo aviso
2	RA-00846-15	Yo si V1	Nuevo aviso
3	RA-01028-15	Investigo y razono	Nuevo aviso
4	RA-02208-15	Monitoreo 6	Nuevo aviso
5	RA-00547-15	Delitos electorales 1	Nuevo aviso
6	RA-00847-15	Yo si V2	Nuevo aviso
7	RA-01776-15	Fila	Nuevo aviso
8	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	Nuevo aviso
9	RA-00768-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	Nuevo aviso
10	RA-00848-15	Yo si V3	Nuevo aviso
11	RA-01777-15	Pared	Nuevo aviso
12	RA-00849-15	¿Por qué es importante votar? V2	Nuevo aviso
13	RA-00548-15	Delitos electorales 2	Nuevo aviso
14	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3	Nuevo aviso
15	RA-02062-15	Yo si V1- Tseltal swl occidente	Nuevo aviso
16	RA-01283-14	La capacitación	5 de junio de 2015

CICLO "E" LENGUA ZAPOTECO DE LA PLANICIE COSTERA

OAXACA			
	REGISTRO	VERSION	DEBIDOR/HASTA
1	RA-02058-15	Delitos electorales 1- Zapoteco de la planicie costera	Nuevo aviso
2	RA-00846-15	Yo si V1	Nuevo aviso
3	RA-01028-15	Investigo y razono	Nuevo aviso
4	RA-02208-15	Monitoreo 6	Nuevo aviso
5	RA-00547-15	Delitos electorales 1	Nuevo aviso
6	RA-00847-15	Yo si V2	Nuevo aviso
7	RA-01776-15	Fila	Nuevo aviso
8	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	Nuevo aviso
9	RA-00768-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	Nuevo aviso
10	RA-00848-15	Yo si V3	Nuevo aviso
11	RA-01777-15	Pared	Nuevo aviso
12	RA-00849-15	¿Por qué es importante votar? V2	Nuevo aviso
13	RA-00548-15	Delitos electorales 2	Nuevo aviso
14	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3	Nuevo aviso
15	RA-02063-15	Yo si V1- Zapoteco de la planicie costera	Nuevo aviso
16	RA-01283-14	La capacitación	5 de junio de 2015

CICLO "F" LENGUA MIXTECO DEL OESTE DE LA COSTA

OAXACA			
	REGISTRO	VERSION	DEBIDOR/HASTA
1	RA-02055-15	Delitos electorales 1- Mixteco del oeste de la costa	Nuevo aviso
2	RA-00846-15	Yo si V1	Nuevo aviso
3	RA-01028-15	Investigo y razono	Nuevo aviso
4	RA-02208-15	Monitoreo 6	Nuevo aviso
5	RA-00547-15	Delitos electorales 1	Nuevo aviso
6	RA-00847-15	Yo si V2	Nuevo aviso
7	RA-01776-15	Fila	Nuevo aviso
8	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	Nuevo aviso
9	RA-00768-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	Nuevo aviso
10	RA-00848-15	Yo si V3	Nuevo aviso
11	RA-01777-15	Pared	Nuevo aviso
12	RA-00849-15	¿Por qué es importante votar? V2	Nuevo aviso
13	RA-00548-15	Delitos electorales 2	Nuevo aviso
14	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3	Nuevo aviso
15	RA-02060-15	Yo si V1- Mixteco del oeste de la costa	Nuevo aviso
16	RA-01283-14	La capacitación	5 de junio de 2015

CICLO "G". LENGUA MAYA DE YUCATÁN

CAMPECHE			
	REGISTRO	VERSION	DEBENDIRHASTA
1	RA-02054-15	Delitos electorales 1- Maya de Yucatán	Nuevo aviso
1	RA-00846-15	Yo sí V1	Nuevo aviso
2	RA-01028-15	Investigo y razono	Nuevo aviso
3	RA-02208-15	Monitoreo 6	Nuevo aviso
4	RA-00547-15	Delitos electorales 1	Nuevo aviso
5	RA-00847-15	Yo sí V2	Nuevo aviso
6	RA-01776-15	Fila	Nuevo aviso
7	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	Nuevo aviso
8	RA-00768-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	Nuevo aviso
9	RA-00848-15	Yo sí V3	Nuevo aviso
10	RA-01777-15	Pared	Nuevo aviso
11	RA-00849-15	¿Por qué es importante votar? V2	Nuevo aviso
12	RA-00548-15	Delitos electorales 2	Nuevo aviso
13	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3	Nuevo aviso
14	RA-01283-14	La capacitación	5 de junio de 2015
15	RA-2059-15	Yo sí V1-Maya de Yucatán	Nuevo aviso
16	RA-00634-15	Casilla única-Gob, Pres mun, dip fed y loc	Nuevo aviso

CICLO "H" LENGUA MAYA DE YUCATÁN

QUINTANA ROO			
	REGISTRO	VERSION	DEBENDIRHASTA
1	RA-02054-15	Delitos electorales 1- Maya de Yucatán	Nuevo aviso
2	RA-00846-15	Yo sí V1	Nuevo aviso
3	RA-01028-15	Investigo y razono	Nuevo aviso
4	RA-02208-15	Monitoreo 6	Nuevo aviso
5	RA-00547-15	Delitos electorales 1	Nuevo aviso
6	RA-00847-15	Yo sí V2	Nuevo aviso
7	RA-01776-15	Fila	Nuevo aviso
8	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	Nuevo aviso
9	RA-00768-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	Nuevo aviso
10	RA-00848-15	Yo sí V3	Nuevo aviso
11	RA-01777-15	Pared	Nuevo aviso
12	RA-00849-15	¿Por qué es importante votar? V2	Nuevo aviso
13	RA-00548-15	Delitos electorales 2	Nuevo aviso
14	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3	Nuevo aviso
15	RA-2059-15	Yo sí V1-Maya de Yucatán	Nuevo aviso
16	RA-01283-14	La capacitación	5 de junio de 2015

CICLO "I" LENGUA MAYA DE YUCATÁN

YUCATÁN			
	REGISTRO	VERSIÓN	DI FUNDIR/ASIA
1	RA-02054-15	Delitos electorales 1- Maya de Yucatán	Nuevo aviso
2	RA-00846-15	Yo si V1	Nuevo aviso
3	RA-01028-15	Investigo y razono	Nuevo aviso
4	RA-02268-15	Monitoreo 6	Nuevo aviso
5	RA-00547-15	Delitos electorales 1	Nuevo aviso
6	RA-00847-15	Yo si V2	Nuevo aviso
7	RA-01776-15	Fila	Nuevo aviso
8	RA-01027-15	Compra y coacción del voto	Nuevo aviso
9	RA-00768-15	¿Por qué no debes vender tu voto?	Nuevo aviso
10	RA-00848-15	Yo si V3	Nuevo aviso
11	RA-01777-15	Pared	Nuevo aviso
12	RA-00849-15	¿Por qué es importante votar? V2	Nuevo aviso
13	RA-00548-15	Delitos electorales 2	Nuevo aviso
14	RA-00765-15	¿Cómo te informas? V3	Nuevo aviso
15	RA-01283-14	La capacitación	5 de junio de 2015
16	RA-2059-15	Yo si V1-Maya de Yucatán	Nuevo aviso
17	RA-00635-15	Casilla única-Pres mun, dip fed y loc	Nuevo aviso