



# Capítulo 4

**Condiciones para Garantizar la Equidad de la Contienda Electoral**



## 1.- FINANCIAMIENTO PÚBLICO A PARTIDOS POLÍTICOS PARA ACTIVIDADES ORDINARIAS

En Decreto número 430, publicado el 30 de Diciembre del 2006 en el Periódico Oficial, Órgano del Gobierno del Estado, la Legislatura del Estado de Zacatecas aprobó la

cantidad de \$51'176,989.42, este monto se integró por \$50'670,286.50 para Gasto Ordinario de los Partidos Políticos, más el 1% que equivale a la cantidad de \$506,702.86, para actividades destinadas a la educación, capacitación, investigación socioeconómica y política y editoriales.

### Financiamiento Público a Partidos Políticos para Actividades Ordinarias

Partidos Políticos	Financiamiento para Actividades Ordinarias
Acción Nacional	8'626,129.06
Revolucionario Institucional	9'301,408.07
De la Revolución Democrática	17'312,672.69
Del Trabajo	6'187,621.53
Verde Ecologista de México	3'288,696.48
Convergencia	4'004,901.49
Nueva Alianza	974,428.59
Alternativa Social Demócrata y Campesina	974,428.59
<b>Total</b>	<b>50'670,286.50</b>

## 2.- FINANCIAMIENTO PÚBLICO PARA LA OBTENCIÓN DEL VOTO

En el año de la elección, a cada partido político se le

asignó para gastos de campaña, un monto equivalente al financiamiento público para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes que le corresponda en ese año.

### Financiamiento Público a Partidos Políticos para la Obtención del Voto

Partidos Políticos	Financiamiento para Obtención del Voto
Acción Nacional	8'626,129.06
Revolucionario Institucional	9'301,408.07
De la Revolución Democrática	17'312,672.69
Del Trabajo	6'187,621.53
Verde Ecologista de México	3'288,696.48
Convergencia	4'004,901.49
Nueva Alianza	974,428.59
Alternativa Social Demócrata y Campesina	974,428.59
<b>Total</b>	<b>50'670,286.50</b>

## 3.- TOPES DE GASTO DE PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS ELECTORALES

El Consejo General en Sesión Extraordinaria de fecha 30

de Noviembre de 2006, determinó los topes máximos de campañas electorales y, por primera vez, fijó los topes máximos de gastos de precampañas electorales en el Estado.

# Capítulo 4

DISTRITOS	TOPE DE GASTO DE PRECAMPAÑA	TOPE DE GASTOS DE CAMPAÑA
I.- ZACATECAS	141,358.15	942,387.66
II.- ZACATECAS	152,361.77	1'015,745.16
III.- CALERA	153,769.25	1'025,128.34
IV.- GUADALUPE	127,482.64	849,884.25
V.- GUADALUPE	125,717.76	838,118.38
VI.- OJOCALIENTE	202,977.18	1'353,181.22
VII.- JEREZ	232,202.10	1'548,014.01
VIII.- FRESNILLO	194,987.77	1'299,918.48
IX.- LORETO	201,076.30	1'340,508.65
X.- VILLANUEVA	197,062.62	1'313,750.77
XI.- FRESNILLO	224,987.59	1'499,917.30
XII.- RIO GRANDE	200,902.34	1'339,348.93
XIII.- PINOS	164,804.50	1'098,696.69
XIV.- JUCHIPILA	165,766.02	1,105,106.78
XV.- TLALTENANGO	188,260.35	1'255,068.99
XVI.- SOMBRERETE	180,362.66	1'202,417.75
XVII.- JUAN ALDAMA	140,380.82	935,872.15
XVIII.- CONCEPCION DEL ORO	143,999.15	959,994.30
<b>Total</b>	<b>3'138,458.97</b>	<b>20'923,059.81</b>

MUNICIPIOS	TOPE DE GASTO DE PRECAMPAÑA	TOPE DE GASTOS DE CAMPAÑA
APOZOL	18,660.93	124,406.22
APULCO	12,433.24	82,888.28
ATOLINGA	9,222.93	61,486.19
BENITO JUÁREZ	10,266.68	68,444.51
CALERA	68,200.97	454,673.11
CAÑITAS DE FELIPE P.	17,879.70	119,198.03
CONCEPCIÓN DEL O.	27,526.46	183,509.72
CUAUHTEMOC	23,651.94	157,679.61
CHALCHIHUITES	28,402.57	189,350.48
GRAL JOAQUÍN AMARO	6,098.01	40,653.42
SALVADOR EL	6,708.45	44,722.98
GRAL ENRIQUE E.	13,293.54	88,623.62
FRESNILLO	419,975.37	2'799,835.78
TRINIDAD GARCÍA C.	8,792.78	58,618.52
GENARO CODINA	15,963.00	106,420.03
GUADALUPE	253,200.39	1'688,002.63
HUANUSCO	13,322.01	88,813.39
JALPA	59,601.12	397,340.82
JEREZ	144,460.92	963,072.83
JIMÉNEZ DEL TEUL	10,548.17	70,321.14
JUAN ALDAMA	43,884.82	292,565.48
JUCHIPILA	36,872.74	245,818.26
LUIS MOYA	27,156.40	181,042.68
LORETO	83,192.97	554,619.80

MAZAPIL	36,385.66	242,571.04
GRAL. FRANCISCO R. MURGUIA	53,762.46	358,416.43
MELCHOR OCAMPO	5,993.64	39,957.59
MEZQUITAL DEL ORO	7,739.54	51,596.95
MIGUEL AUZA	42,733.54	284,890.24
MOMAX	7,964.11	53,094.04
MONTE ESCOBEDO	24,686.20	164,574.67
MORELOS	22,741.04	151,606.90
MOYAHUA DE ESTRADA	16,209.71	108,064.73
NOCHISTLAN	73,849.85	492,332.34
NORIA DE ÁNGELES	30,002.98	200,019.90
OJOCALIENTE	82,984.22	553,228.13
GRAL. PÁNFILO NATERA	50,216.89	334,779.25
PÁNUCO	30,594.44	203,962.94
PINOS	130,338.71	868,924.73
RÍO GRANDE	136,876.36	912,509.08
SANTA MARÍA DE LA PAZ	7,780.66	51,871.07
SAÍN ALTO	46,146.27	307,641.82
SOMBRERETE	141,411.92	942,746.12
SUSTICACAN	3,596.18	23,974.55
TABASCO	36,480.54	243,203.62
TEPECHITLAN	22,548.10	150,320.67
TEPETONGO	22,778.99	151,859.93
TEUL DE GLEZ ORTEGA	14,163.33	94,422.21
TLALTENANGO DE SÁNCHEZ ROMÁN	56,460.39	376,402.62
TRANCOSO	30,161.13	201,074.19
VALPARAÍSO	87,741.18	584,941.18
VETAGRANDE	18,939.27	126,261.77
VILLA DE COS	67,384.95	449,232.97
VILLA GARCÍA	33,330.32	222,202.16
VILLA GONZÁLEZ ORTEGA	27,393.62	182,624.11
VILLA HIDALGO	34,465.79	229,771.96
VILLANUEVA	81,560.93	543,739.52
ZACATECAS	293,719.92	1'958,132.82
<b>Total</b>	<b>3'138,458.95</b>	<b>20'923,059.78</b>

#### 4. SISTEMA CENTRALIZADO DE CONTRATACIÓN DE MEDIOS

La Reforma Electoral de octubre de 2006 significó un parteaguas en la vida política del Estado y en la relación del ciudadano, partidos políticos y candidatos con los medios de comunicación. El legislador zacatecano, incluso antes que el federal, tomó la decisión de establecer un sistema centralizado de contratación de medios de comunicación; la prohibición de que particulares, personas físicas o morales contrataran propaganda; fijó un límite al gasto en medios y una prohibición, más concreta y efectiva, de utilizar campañas con contenido negativo que denigrara a candidato o partido político.

Esta reforma significó nuevas obligaciones al Instituto Electoral y a su Consejo General: Reglamentar el acceso equitativo a medios; monitorear de manera puntual lo transmitido y verificar que las campañas cumplieran con los parámetros legales, y establecer un procedimiento abreviado para suspender la transmisión de los mensajes que implicaran violaciones a la ley.

Para hacer efectiva la reforma, el Consejo General convocó a varias reuniones de trabajo con los Partidos Políticos y se aprobaron los Lineamientos para el acceso equitativo de los Partidos Políticos y, en su caso Coaliciones, a los Medios de Comunicación Social. Teniendo como finalidad el acceso justo y equitativo de conformidad a la legislación electoral vigente.

# Capítulo 4

Un nuevo sistema de acceso de los partidos a los medios de comunicación, ese fue el sentido de la reforma electoral de octubre de 2007, y ese fue uno de los objetivos de la regulación de acceso a medios de comunicación.



"1. Es derecho exclusivo de los partidos políticos, y en su caso de las coaliciones, contratar por conducto del Consejo General tiempos y espacios en los medios de comunicación social para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales.

2. Ningún partido político, persona física o moral que no sea el Consejo General, podrá contratar propaganda en radio, televisión o prensa, de algún partido político, coalición o candidato o precandidato."

En la reforma se estableció como obligación del Consejo:

"Emitir los acuerdos y reglamentos que procedan, a fin de que el ejercicio de la prerrogativa correspondiente al acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación constituya una garantía en sus programas

correspondientes. Asimismo contratará directamente los tiempos y espacios que los partidos políticos o coaliciones le indiquen, incluyendo encuestas y estudios de opinión. Dicha contratación se efectuará con cargo al financiamiento público correspondiente, sin rebasar, en ningún caso, el equivalente al 50% del financiamiento público para gastos de campaña de cada partido".

La Comisión de Comunicación Social de este Consejo General y en ejercicio de la atribución prevista por la fracción XI, del Artículo 33 del Reglamento Interior de esta autoridad y la Unidad de Comunicación Social elaboraron el proyecto de Lineamientos para el acceso equitativo de los partidos políticos y coaliciones a los medios de comunicación social, mismos que fueron remitidos en fecha ocho de febrero del año actual por el Presidente de la Comisión de Comunicación Social, a la Comisión de Asuntos Jurídicos para su análisis correspondiente.

En reuniones de trabajo en las que participaron los representantes de los partidos políticos, se analizó el reglamento remitido.

Así, en diversas sesiones de trabajo, se abordaron cada una de las observaciones presentadas por los institutos políticos, y el Acuerdo de los Lineamientos para el Acceso Equitativo de los Partidos Políticos y, en su caso Coaliciones, a los Medios de Comunicación social fue aprobado por el Consejo General, el veinticuatro de febrero de dos mil siete.

Los gastos efectuados en medios de comunicación erogados con motivo de las campañas electorales de los partidos políticos, fueron:

PARTIDO POLÍTICO	FINANCIAMIENTO RECIBIDO	FACTURACIÓN	TOPE AUTORIZADO	MARGEN
Partido Acción Nacional	8'626,129.06	3'060,411.57	4'313,064.00	1'252,652.43
Partido Revolucionario Institucional	9'301,408.07	2'467,783.17	4'650,704.00	2'182,920.83
Coalición PRD-Convergencia	21'317,574.18	8'841,159.87	10'658,786.75	1'817,626.88
Partido del Trabajo	6'187,621.53	2'914,073.41	3'093,810.00	179,736.59
Partido Verde Ecologista de México	3'288,696.48	1'473,371.68	1'644,348.00	170,976.32
Nueva Alianza	974,428.59	219,331.24	487,214.00	267,882.76
Alternativa Socialdemócrata y Campesina	974,428.59	474,075.58	487,214.00	13,138.42
<b>TOTALES</b>	<b>50'670,286.50</b>	<b>19'450,206.52</b>	<b>25'335,140.75</b>	<b>5'884,934.23</b>

NOTA: Facturación hasta el día 21 de julio de 2007

## 5. MONITOREO DE MEDIOS.

A partir de las reformas a la Ley Electoral para el Estado de Zacatecas, en el mes de febrero del año 2007, el Consejo General del Instituto Electoral del Estado de Zacatecas aprobó los lineamientos para el Acceso Equitativo de los Partidos Políticos a los Medios de Comunicación.



La Unidad de Comunicación Social integró un Catálogo de Tarifas de Tiempos y Espacios para el Acceso Equitativo de los Partidos Políticos y Coalición a los Medios de Comunicación.

La mayoría de los medios de comunicación en el Estado de Zacatecas se integraron a este catálogo. Se tiene un listado de 83 medios de comunicación.

- Radio: 17 Emisoras
- Televisión Abierta: 5 Canales
- Televisión Restringida: 15 Sistemas de Televisión
- Diarios Locales: 4
- Diarios de Circulación Nacional: 2
- Publicaciones Periódicas: 40

De esta manera, la Unidad de Comunicación Social, coadyuvando con la Dirección Ejecutiva de Administración y Prerrogativas, procedió a procesar y dar cauce a las solicitudes de los Partidos Políticos y Coalición ante los medios de comunicación.

PRECAMPAÑAS			
	SOLICITUDES		SOLICITUDES
	6		3
	0		8
	39		0
	3		3
<b>TOTAL 62</b>			

## CAMPAÑAS ELECTORALES

	SOLICITUDES		SOLICITUDES
	90		33
	113		23
	328		15
	80		

**TOTAL 682**

Como resultado de la contratación de medios de comunicación, a solicitud de los partidos políticos, por conducto del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de Zacatecas, se dio trámite a 744 solicitudes ante los medios de comunicación social con presencia en el Estado de Zacatecas.

El Consejo General del Instituto Electoral del Estado de Zacatecas autorizó la contratación de dos empresas para el monitoreo de medios de comunicación. La empresa Orbit Media prestó sus servicios al Instituto para el monitoreo de precampañas electorales durante el período que comprende los meses de enero - abril 2007.

Por su parte, la empresa Verificación y Monitoreo desarrolló el monitoreo de medios de comunicación durante el período de campañas electorales, a partir del 1 de mayo y hasta el 1 de julio del año de la elección.

El monitoreo realizado por la empresa Verificación y Monitoreo arroja la transmisión de 32 mil 726 mensajes en Prensa, Radio y Televisión.

## RESULTADOS DEL MONITOREO DE CAMPAÑAS EN PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN

	MENSAJES TRANSMITIDOS		MENSAJES TRANSMITIDOS
	5,151		2,064
	6,428		1,433
	11,410		569
	5,671		

**TOTAL 32,726**

Por tanto, los Partidos Políticos y Coalición, en su conjunto, erogaron en Campañas Electorales un total de 19 millones 451 mil 206.52 pesos, que se desglosan de la siguiente manera:

# Capítulo 4

## RESULTADOS DEL MONITOREO DE CAMPAÑAS EN PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN

EROGACIONES	
	\$ 3,062,411.57
	\$ 2,467,783.17
	\$ 8,840,159.87
	\$ 2,914,073.41
	\$ 1,473,371.68
	\$ 219,331.24
	\$ 474,075.58
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 19,451,206.52</b>

### 6. PROPAGANDA ELECTORAL

El Consejo General del Instituto Electoral del Estado de Zacatecas, en ejercicio de sus atribuciones aprobó el doce (12) de marzo de dos mil siete (2007) los Lineamientos que deberán observar los partidos políticos y, en su caso, las coaliciones, para la colocación y retiro de propaganda electoral utilizada en las precampañas y campañas electorales; con el objeto de contar con los elementos necesarios para la vigilancia del cumplimiento de la normatividad electoral inherente a las actividades propias de la colocación y retiro de propaganda electoral, participando los órganos electorales en el ámbito de su competencia en la vigilancia y aplicación de dichos lineamientos

Se realizaron recorridos periódicos en el territorio del estado con la finalidad de vigilar que la propaganda electoral de precampaña, colocada por aquéllos ciudadanos que participaron en el proceso de selección interna de los partidos políticos, fuera retirada a partir del treinta y uno (31) de marzo.

Al iniciar las campañas electorales, los partidos políticos, la coalición, sus candidatos y simpatizantes, llevaron a

cabo actos de campaña utilizando propaganda electoral consistente en la difusión de mensajes para dar a conocer sus principios, programas de acción, estatutos, actividades, normatividad, candidatos y plataforma electoral, en el proceso electoral.

Por lo que, en todo momento este órgano electoral vigiló que se preservara el respeto a la vida privada de los candidatos, autoridades, terceros, instituciones, así como los valores democráticos.

### 7. REGULACIÓN DE PUBLICACIÓN DE ENCUESTAS

La Ley Electoral del Estado de Zacatecas en sus artículos 144, 145, 146 y 147 determina la forma y condiciones necesarias para la realización de encuestas y estudios en materia electoral. El Consejo General por su parte expidió los Criterios Generales de Carácter Científico para el Proceso Estatal Ordinario del año 2007, que deben adoptar las personas físicas o morales que pretendan llevar a cabo encuestas para dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos o las tendencias de las votaciones mediante encuestas o sondeos de opinión sobre asuntos electorales.



A las empresas que se registraron, no cumplieron con la Ley Electoral, ni con los Criterios Generales ya señalados para realizar encuestas o sondeos de opinión por lo que no se les autorizó la publicación de los resultados y no fueron reconocidos ni avalados por el Instituto.

# Capítulo 4

FECHA	NOMBRE DE LA EMPRESA	OBSERVACIONES
3-FEB-07	OTERO 27	Realizó una sola encuesta. No cumplió con los requisitos legales para autorizar su publicación
23-MAY-07	TARGET M & R	Realizó 2 encuestas relativas a la elección municipal de Fresnillo. No cumplió con los requisitos legales para autorizar su publicación
23-MAY-07	EVOLUCIÓN	No realizó ninguna encuesta
29-MAY-07	GRUPO DE ESTUDIOS MULTIDISCIPLINADOS 7 DE SEPTIEMBRE A.C.	Realizó una encuesta de salida el día de la jornada electoral. No publicó sus resultados
14-JUN-07	LABORATORIO DE ESTADÍSTICA Y MATEMÁTICA APLICADA (LEMA)	No realizó ninguna encuesta
23-JUN-07	PARAMETRÍA S.A. DE C.V.	No realizó ninguna encuesta
23-JUN-07	APOYO ASESORÍA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA S.C.	No realizó ninguna encuesta

# Capítulo 4