



**REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL
MONITOREO DE LAS PRECampañas
ELECTORALES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS, EN
LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**





REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES
DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	DEBE DECIR	JUSTIFICACIÓN
TÍTULO	LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES <u>DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS</u> , EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	TÍTULO	LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Generalizar el título de los lineamientos, en virtud de que el monitoreo no se realizará únicamente respecto a las precampañas que, en su caso, pudieran realizar los partidos políticos, sino también las coaliciones, sus precandidatos y los ciudadanos que pretendan aspirar a un cargo de elección popular.
INTRO-DUCCIÓN	... De conformidad con lo anterior, el Consejo General del Instituto Electoral del Estado presenta los Lineamientos para el monitoreo de las precampañas electorales de los partidos políticos, en los medios de comunicación.	INTRO-DUCCIÓN	... <i>En este sentido, con el objeto de garantizar el respeto a los principios rectores de legalidad y certeza, el Consejo General de este Organismo se dio a la tarea de elaborar un documento que aportara los elementos indispensables para la regulación del monitoreo en los medios de comunicación a implementar durante el periodo de precampañas electorales.</i> <i>De conformidad con lo anterior, el Órgano Superior de Dirección de este Ente Electoral presenta los Lineamientos para el monitoreo de las precampañas electorales, en los medios de comunicación, los cuales tienen como fin vigilar que no se realicen actos de precampaña electoral fuera de los plazos establecidos por la normatividad electoral aplicable y en la interna de cada partido político y/o coalición, así como que los precandidatos no contraten publicidad en los medios de comunicación social para las precampañas, por sí o por interpósita persona y, en su caso, conocer de las actividades que realicen ciudadanos que promuevan su imagen personal, de manera pública y con el inequívoco propósito de establecer su postulación a un cargo de elección popular y que no participen dentro de los procesos de selección interna que lleven a cabo los partidos políticos o coaliciones, en apego a las restricciones contempladas por las normas electorales aplicables a la materia.</i>	Las adiciones tienen como fin especificar claramente la finalidad de los lineamientos.



REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES
DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	DEBE DECIR	JUSTIFICACIÓN
2	<p>Son fines de los presentes Lineamientos:</p> <p>I.- Conocer el número y tratamiento que difundan los medios de comunicación, de la propaganda de precampañas de los partidos políticos y coaliciones, así como de sus precandidatos, durante el periodo de precampañas electorales; y</p> <p>II.- Contar con la información generada respecto al monitoreo de la propaganda de precampañas de los partidos políticos y coaliciones, así como de sus precandidatos, durante el periodo de precampañas electorales.</p>	2	<p>Son fines de los presentes Lineamientos:</p> <p>I.- <i>Vigilar que no se realicen actos de precampaña electoral fuera de los plazos establecidos por la normatividad electoral aplicable y en la interna de cada partido político y/o coalición ;</i></p> <p>II.- <i>Vigilar que no se contrate publicidad de precampañas electorales en los medios de comunicación social, en apego a las restricciones contempladas por las normas electorales aplicables a la materia; y</i></p> <p>III.- Contar con la información generada respecto al monitoreo de la propaganda de precampañas de los partidos políticos o coaliciones y de sus precandidatos, así como de los ciudadanos que promuevan su imagen personal, de manera pública y con el inequívoco propósito de establecer su postulación a un cargo de elección popular y que no participen dentro de los procesos de selección interna que lleven a cabo los partidos políticos o coaliciones, durante el periodo en que se lleve a cabo dicho monitoreo.</p>	<p>Las adiciones tienen como fin especificar claramente la finalidad de los lineamientos.</p>
3	<p>Para los efectos de los presentes Lineamientos, se entenderá por:</p> <p>...</p> <p>V.- Comisión: La Comisión Permanente de Prerrogativas, Partidos Políticos, Medios de Comunicación y Topes de Gastos de Campaña del Instituto Electoral del Estado;</p> <p>...</p> <p>XIII. Lineamientos: Los Lineamientos para el monitoreo de las precampañas electorales <u>de los</u></p>	3	<p>Para los efectos de los presentes Lineamientos, se entenderá por:</p> <p>...</p> <p>V.- Derogada;</p> <p>...</p> <p>XIII. Lineamientos: Los Lineamientos para el monitoreo de las precampañas electorales, en los</p>	<p>Las Comisiones supervisan, vigilan y coadyuvan con las Unidades Administrativas y Técnicas del Instituto en el cumplimiento de sus atribuciones, en términos de lo dispuesto por el Reglamento de Comisiones de este Organismo Electoral, por lo que no es necesario contemplar atribuciones de la Comisión en comento en los presentes Lineamientos, buscando además evitar la realización de actividades que conlleven a obstruir, en su caso, alguna de las labores del monitoreo.</p> <p>Ajustar la definición en concordancia con la propuesta de reforma a la denominación de los lineamientos.</p>



REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES
DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	DEBE DECIR	JUSTIFICACIÓN
	<p><u>partidos políticos</u>, en los medios de comunicación; ...</p> <p>XV.- Monitoreo.- El monitoreo de la propaganda de precampaña de los partidos políticos y coaliciones, así como de sus precandidatos transmitida en los medios de comunicación durante el periodo de precampañas electorales; ...</p> <p>XIX.- Propaganda de Precampaña.- El conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones sonoras o de video, proyecciones o expresiones orales o visuales, impresos, <u>pintas de bardas</u>, sondeos y/o encuestas de opinión que durante la precampaña electoral, producen y difunden los aspirantes a candidatos, simpatizantes o personas que los apoyen, con el propósito de presentar y difundir sus propuestas ante la sociedad y los militantes del partido político por el que aspiran ser postulados.</p>		<p>medios de comunicación; ...</p> <p>XV.- Monitoreo.- El monitoreo de la propaganda de las precampañas electorales de los partidos políticos o coaliciones y de sus precandidatos, así como de los ciudadanos que promuevan su imagen personal, de manera pública y con el inequívoco propósito de establecer su postulación a un cargo de elección popular, transmitida en los medios de comunicación durante el periodo que apruebe el Consejo; ...</p> <p>XIX.- Propaganda de Precampaña.- El conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones sonoras o de video, proyecciones o expresiones orales o visuales, impresos, sondeos y/o encuestas de opinión que durante la precampaña electoral, producen y difunden los aspirantes a candidatos, simpatizantes o personas que los apoyen, con el propósito de presentar y difundir sus propuestas ante la sociedad y los militantes del partido político o coalición por el que aspiran ser postulados.</p>	<p>Se considera conveniente a fin de detectar, en su caso, las actividades realizadas por ciudadanos que no contiendan dentro del proceso interno de selección de un partido político o coalición.</p> <p>Adicionar “o coalición” a fin de contemplar el hecho de que se presenten procesos internos de coaliciones, así como eliminar “pintas de bardas”, en virtud de que no es aplicable a las restricciones señaladas en el Código de la materia y Reglamento aplicable.</p>
	<p>TÍTULO II DE LAS ATRIBUCIONES DEL CONSEJO, CONSEJERO PRESIDENTE, <u>DE LA COMISIÓN</u>, DEL DIRECTOR, DE LA DIRECCIÓN Y DE LA COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL</p>		<p>TÍTULO II DE LAS ATRIBUCIONES DEL CONSEJO, CONSEJERO PRESIDENTE, DEL DIRECTOR, DE LA DIRECCIÓN Y DE LA COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL</p>	<p>Las Comisiones supervisan, vigilan y coadyuvan con las Unidades Administrativas y Técnicas del Instituto en el cumplimiento de sus atribuciones, en términos de lo dispuesto por el Reglamento de Comisiones de este Organismo Electoral, por lo que no es necesario contemplar atribuciones de la Comisión en comento en los presentes Lineamientos, buscando además evitar la realización de actividades que conlleven a obstruir, en su caso, alguna de las labores del monitoreo.</p>



REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES
DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	DEBE DECIR	JUSTIFICACIÓN
4	Son atribuciones del Consejo, las señaladas en el artículo 89 del Código y las demás relacionadas con la materia, así como las siguientes: ... III.- Acordar, en su caso, las recomendaciones que estime pertinentes a los medios de comunicación, así como a los partidos políticos y coaliciones; ... VIII.- Tener a su cargo el resguardo del respaldo del monitoreo; ...	4	Son atribuciones del Consejo, las señaladas en el artículo 89 del Código y las demás relacionadas con la materia, así como las siguientes: ... III.- <i>Derogada</i> ; ... VIII.- <i>Derogada</i> ; ...	No se considera necesario acordar recomendaciones adicionales a las señaladas en el Código de la materia y el Reglamento de Precampañas aplicables. Se considera oportuno que dicho respaldo quede a resguardo de la Dirección de Prerrogativas, Partidos Políticos y Medios de Comunicación, considerando que la misma cuenta con atribuciones directas y acciones vinculatorias con la empresa que realice el monitoreo, así como experiencia en cuanto a la clasificación y manejo de dicho material, contemplando que el respaldo es propiedad del Instituto.
5	Son atribuciones del Consejero Presidente, las señaladas en el artículo 91 del Código y las demás relacionadas con la materia, así como las siguientes: ... III.- Solicitar a los medios de comunicación, por conducto de la Coordinación de Comunicación Social, el tarifario y horarios disponibles para la transmisión de propaganda de precampañas de los partidos políticos y coaliciones, así como de sus precandidatos; y ...	5	Son atribuciones del Consejero Presidente, las señaladas en el artículo 91 del Código y las demás relacionadas con la materia, así como las siguientes: ... III.- <i>Derogada</i> ; y ...	El solicitar dichos tarifarios y horarios podría causar confusión en los medios de comunicación, provocando en ellos la idea errónea de que puede ser contratada y transmitida la propaganda de precampañas electorales.
6	Son atribuciones de la Comisión, las señaladas en el artículo 15 fracción III del Reglamento de Comisiones del Instituto y las demás relacionadas con la materia, así como las siguientes: I.- Solicitar a la Dirección, los informes parciales y	6	Derogado	Las Comisiones supervisan, vigilan y coadyuvan con las Unidades Administrativas y Técnicas del Instituto en el cumplimiento de sus atribuciones, en términos de lo dispuesto por el



REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES
DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	DEBE DECIR	JUSTIFICACIÓN
	final que realice la empresa; II.- Proponer reformas a los Lineamientos; y III.- Las demás que señalen las disposiciones legales aplicables y los Lineamientos.			Reglamento de Comisiones de este Organismo Electoral, por lo que no es necesario contemplar atribuciones de la Comisión en comento en los presentes Lineamientos, buscando además evitar la realización de actividades que conlleven a obstruir, en su caso, alguna de las labores del monitoreo.
7	Son atribuciones del Director, las señaladas en el artículo 98 del Código y las demás relacionadas con la materia, así como las siguientes: ... VI.- Remitir al Consejo, el respaldo del monitoreo; ...	7	Son atribuciones del Director, las señaladas en el artículo 98 del Código y las demás relacionadas con la materia, así como las siguientes: ... VI.- Derogada; ...	Se considera oportuno que dicho respaldo quede a resguardo de la Dirección de Prerrogativas, Partidos Políticos y Medios de Comunicación, considerando que la misma cuenta con atribuciones directas y acciones vinculatorias con la empresa que realice el monitoreo, así como experiencia en cuanto a la clasificación y manejo de dicho material, contemplando que el respaldo es propiedad del Instituto.
8	Son atribuciones de la Dirección, las señaladas en el artículo 105 del Código y las demás relacionadas con la materia, así como las siguientes: ... IV.- Remitir al Director el respaldo del monitoreo; ...	8	Son atribuciones de la Dirección, las señaladas en el artículo 105 del Código y las demás relacionadas con la materia, así como las siguientes: ... IV.- <i>Conservar bajo su resguardo el respaldo del monitoreo propiedad del Instituto.</i> ... VII.- <i>Dar vista al Consejero Presidente, de la información que le sea solicitada respecto a los resultados del monitoreo;</i> ...	Se considera oportuno que dicho respaldo quede a resguardo de la Dirección de Prerrogativas, Partidos Políticos y Medios de Comunicación, considerando que la misma cuenta con atribuciones directas y acciones vinculatorias con la empresa que realice el monitoreo, así como experiencia en cuanto a la clasificación y manejo de dicho material, contemplando que el respaldo es propiedad del Instituto. Sin embargo, debido a la naturaleza de la información, se estima conveniente que en caso de que le sea requerido algún dato referente a los resultados del

REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES
DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	DEBE DECIR	JUSTIFICACIÓN
				monitoreo, la Dirección de vista de dicho requerimiento al Consejero Presidente.
9	<p>Para efectos de la realización del monitoreo, la Coordinación de Comunicación Social tendrá las siguientes atribuciones:</p> <p>I.- Presentar al Consejo General la propuesta de los municipios, medios de comunicación y horarios en que se efectuará el monitoreo;</p> <p>II.- Solicitar a los medios de comunicación, el tarifario y horarios disponibles para la transmisión de propaganda de precampañas de los partidos políticos y coaliciones, así como de sus precandidatos;</p> <p>...</p>	9	<p>Para efectos de la realización del monitoreo, la Coordinación de Comunicación Social tendrá las siguientes atribuciones:</p> <p>I.- Presentar al Consejo, <i>por conducto del Consejero Presidente</i>, la propuesta de los municipios, medios de comunicación y horarios en que se efectuará el monitoreo;</p> <p>II.- Derogada;</p> <p>...</p>	<p>Dicha adición, de conformidad con las atribuciones propias del Consejero Presidente y de la Coordinación a su cargo.</p> <p>El solicitar dichos tarifarios y horarios podría causar confusión en los medios de comunicación, provocando en ellos la idea errónea de que puede ser contratada y transmitida la propaganda de precampañas electorales.</p>
11	Son sujetos de monitoreo los partidos políticos y coaliciones, así como sus precandidatos.	11	Son sujetos de monitoreo los <i>partidos políticos, coaliciones y sus precandidatos, así como los ciudadanos que promuevan su imagen personal, de manera pública y con el inequívoco propósito de establecer su postulación a un cargo de elección popular.</i>	Se considera conveniente a fin de detectar, en su caso, las actividades realizadas por ciudadanos que no contiendan dentro del proceso interno de selección de un partido político o coalición.
13	La empresa realizará el monitoreo diario de la propaganda de precampañas de los partidos políticos y coaliciones, así como de sus precandidatos en los municipios, medios de comunicación y horarios, que para tal efecto se determinen en el Contrato, con base en lo acordado por el Consejo.	13	La empresa realizará el monitoreo diario de la propaganda de precampañas de los partidos políticos <i>o coaliciones y de sus precandidatos, así como de los ciudadanos que promuevan su imagen personal, de manera pública y con el inequívoco propósito de establecer su postulación a un cargo de elección popular</i> en los municipios, medios de comunicación y horarios, que para tal efecto se determinen en el Contrato, con base en lo acordado por el Consejo.	Dicha adición en concordancia con la modificación propuesta al artículo 11 de los lineamientos, en virtud que se considera conveniente a fin de detectar, en su caso, las actividades realizadas por ciudadanos que no contiendan dentro del proceso interno de selección de un partido político o coalición.



REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES
DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	DEBE DECIR	JUSTIFICACIÓN
14	<p>Serán objeto de monitoreo, los escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante las precampañas producen y difunden los partidos políticos y coaliciones, así como sus precandidatos , de acuerdo a lo siguiente:</p> <p>...</p> <p>III.- Las noticias generadas por funcionarios públicos municipales, estatales o federales de cualquier partido político, únicamente cuando el actor directo emita una declaración en calidad de miembro de cualquier partido político o coalición en el ámbito local y sobre un tema de interés partidista local;</p> <p>...</p> <p>V.- Las fotografías y caricaturas que hagan referencia directa a los partidos políticos y coaliciones, así como a sus precandidatos.</p>	14	<p>Serán objeto de monitoreo, los escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante las precampañas producen y difunden los partidos políticos o coaliciones y sus precandidatos, <i>así como de los ciudadanos que promuevan su imagen personal, de manera pública y con el inequívoco propósito de establecer su postulación a un cargo de elección popular</i>, de acuerdo a lo siguiente:</p> <p>...</p> <p>III.- Las noticias generadas por funcionarios públicos municipales, estatales o federales de cualquier partido político, únicamente cuando el actor directo emita una declaración en calidad de miembro de cualquier partido político o coalición en el ámbito local y <i>relativo a sus procesos internos, precampañas electorales o precandidatos</i>;</p> <p>...</p> <p>V.- Las fotografías y caricaturas que hagan referencia directa a los partidos políticos <i>o coaliciones y a sus precandidatos</i>, <i>así como de los ciudadanos que promuevan su imagen personal, de manera pública y con el inequívoco propósito de establecer su postulación a un cargo de elección popular</i>.</p>	<p>La adición en referencia, en concordancia con la modificación propuesta al artículo 11 de los lineamientos, en virtud que se considera conveniente a fin de detectar, en su caso, las actividades realizadas por ciudadanos que no contiendan dentro del proceso interno de selección de un partido político o coalición.</p> <p>Se busca delimitar la información susceptible del monitoreo al tema referente a precampañas electorales.</p>
17	<p>La empresa realizará el monitoreo por cada tipo de precampaña, de acuerdo a la siguiente clasificación:</p> <p>...</p> <p>Además de lo anterior, la empresa realizará el monitoreo de los promocionales genéricos que refiere el artículo 16 de los Lineamientos.</p>	17	<p>La empresa realizará el monitoreo por cada tipo de precampaña, de acuerdo a la siguiente clasificación:</p> <p>...</p> <p><i>En el caso de los ciudadanos que promuevan su imagen personal, de manera pública y con el inequívoco propósito de establecer su postulación a un cargo de elección popular, la clasificación se realizará de acuerdo al cargo de elección popular al que aspiren.</i></p>	<p>Se considera conveniente a fin de detectar, en su caso, las actividades realizadas por ciudadanos que no contiendan dentro del proceso interno de selección de un partido político o coalición.</p>

REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES
DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	DEBE DECIR	JUSTIFICACIÓN
23	El Consejo, por conducto de su Consejero Presidente, solicitará a los medios de comunicación envíen el tarifario y los horarios disponibles para la transmisión de propaganda de precampañas de los partidos políticos y coaliciones, así como de sus precandidatos, a fin de informar lo conducente a los institutos políticos acreditados o registrados ante este Organismo.	23	Derogado.	El solicitar dichos tarifarios y horarios podría causar confusión en los medios de comunicación, provocando en ellos la idea errónea de que puede ser contratada y transmitida la propaganda de precampañas electorales.
28	<p>En caso que los medios de comunicación que acuerde el Consejo para la realización del monitoreo, sea en televisión, radio y/o prensa escrita, los informes que rinda la empresa deberán presentarse atendiendo a cada uno de dichos medios, conforme a lo siguiente:</p> <p>I.- ...</p> <p>h) Tipo de precampaña que publicita: ...</p> <p>...</p> <p>n) Inversión: se registrará la inversión estimada de conformidad con las tarifas publicadas de acuerdo al horario en que se haya transmitido el promocional y el medio de que se trate;</p> <p>...</p> <p>II.- ...</p> <p>h) Tipo de precampaña que publicita:</p> <p>...</p> <p>m) Inversión: se registrará la inversión estimada de conformidad con las tarifas publicadas de acuerdo al horario en que se haya transmitido el promocional y el medio de que se trate;</p> <p>...</p> <p>III.- ...</p> <p>x) Tipo de precampaña que publicita:</p> <p>y) Inversión: en su caso, se registrará la inversión</p>	28	<p>En caso que los medios de comunicación que acuerde el Consejo para la realización del monitoreo, sea en televisión, radio y/o prensa escrita, los informes que rinda la empresa deberán presentarse atendiendo a cada uno de dichos medios, conforme a lo siguiente:</p> <p>I.- ...</p> <p>h) <i>Tipo de precampaña que difunden: ...</i></p> <p>...</p> <p>n) Inversión: se registrará la inversión estimada de conformidad con el horario en que se haya transmitido el promocional y el medio de que se trate;</p> <p>...</p> <p>II.</p> <p><i>h) Tipo de precampaña que difunden: ...</i></p> <p>...</p> <p>m) Inversión: se registrará la inversión estimada de conformidad con el horario en que se haya transmitido el promocional y el medio de que se trate;</p> <p>...</p> <p>III.- ...</p> <p>x) Tipo de precampaña que <i>difunden: ...</i></p> <p>y) Inversión: en su caso, se registrará la inversión</p>	<p>Se propone sustituir “publicita” por “difunden” a fin de homologar dicha disposición con la terminología utilizada por el Código de la materia.</p> <p>Respecto a la “inversión” se propone que dicho rubro se contemple de manera más general, tomando en consideración que este Instituto no cuenta con una publicación de tarifarios, por lo que la empresa deberá hacer la estimación de la inversión de acuerdo a los horarios y demás condiciones de las transmisiones.</p>



REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS PARA EL MONITOREO DE LAS PRECAMPAÑAS ELECTORALES
DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ART.	DICE	ART.	DEBE DECIR	JUSTIFICACIÓN
	estimada de conformidad con las tarifas publicadas de acuerdo al horario en que se haya transmitido la noticia y el medio de que se trate; IV.- ... m) Tipo de precampaña que publicita: o) Inversión: se registrará la inversión estimada de conformidad con las tarifas <i>comerciales</i> de los distintos grupos editoriales.		estimada de conformidad con el horario en que se haya transmitido la noticia, duración de la misma y el medio de que se trate. IV.- ... m) Tipo de precampaña que <i>difunden</i> : o) Inversión: se registrará la inversión estimada de conformidad con los distintos grupos editoriales <i>de que se trate</i> .	
			ARTÍCULO TRANSITORIO ÚNICO.- Las reformas a los presentes Lineamientos para el Monitoreo de las precampañas electorales, en los medios de comunicación, entrarán en vigor al día siguiente de su aprobación por el Consejo General del Instituto Electoral del Estado.	