ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO, POR EL QUE SE REFORMAN LOS LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS

GLOSARIO

Código	Código de Instituciones y Procesos Electorales del Estado de Puebla.
Comisión Permanente	Comisión Permanente de Prerrogativas, Partidos Políticos y Topes de Gastos de Campaña del Instituto Electoral del Estado.
Consejo General	Consejo General del Instituto Electoral del Estado.
Constitución Federal	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
Constitución Local	Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Puebla.
Dirección de Prerrogativas	Dirección de Prerrogativas y Partidos Políticos del Instituto Electoral del Estado.
INE	Instituto Nacional Electoral.
Instituto	Instituto Electoral del Estado.
LGIPE	Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.
Lineamientos	Lineamientos de monitoreo de medios de comunicación en precampañas y campañas.
OPLE	Organismo (s) Público (s) Local (es) Electoral (es).
Reglamento de Elecciones	Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral.

ANTECEDENTES

I. En sesión extraordinaria del Consejo General del INE celebrada el siete de septiembre de dos mil dieciséis, a través del Acuerdo INE/CG661/2016 se aprobó el Reglamento de Elecciones, el cual ha sido objeto de múltiples modificaciones, siendo la última de ellas la realizada mediante el Acuerdo INE/CG548/2026; dicho ordenamiento tiene por objeto regular las disposiciones aplicables en materia de instituciones y procedimientos electorales, así como la operación de los actos y actividades vinculadas al desarrollo de los procesos electorales que, en el ámbito de sus respectivas competencias, le corresponden tanto al INE como al Instituto.

II. En sesión ordinaria del Consejo General celebrada el veintisiete de octubre de dos mil veintitrés, mediante el instrumento CG/AC-043/2023 se emitieron los Lineamientos, abrogando los similares emitidos mediante los Acuerdos CG/AC-051/04 y CG/AC-049/07.

III. Mediante el Acuerdo CG/AC-0080/2023 de fecha veintinueve de diciembre de dos mil veintitrés, el Consejo General aprobó la reforma del Reglamento de Sesiones de los Consejos Electorales del Instituto, a través del cual, entre otras modificaciones, en su artículo 38 se determinó lo siguiente:

> *"Con el fin de aprovechar las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) para el desarrollo de las actividades a que se refiere el presente Reglamento, las sesiones del Consejo General, se podrán realizar de manera virtual, así como de forma híbrida.*
>
> *Para tal efecto, la Presidencia del Consejo General determinará lo conducente, debiendo informar al respecto a las y los integrantes del mismo en la Convocatoria a la sesión correspondiente."*

IV. El veintiuno de abril de dos mil veintiséis, la Honorable Cámara de Diputados declaró electa como Consejera del Consejo General del INE, entre otros, a la Ciudadana Blanca Yassahara Cruz García, mediante Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación.

Derivado de lo anterior, y ante la ausencia de la Presidencia de este Organismo, en Sesión Extraordinaria de fecha veintisiete de mayo de la presente anualidad, el Consejo General de INE, mediante el Acuerdo INE/CG272/2026, aprobó la designación de la Maestra Christian Mariana Ceballos Garduño como Consejera Presidenta Provisional del Instituto.

V. Durante el desarrollo de la sesión especial del Consejo General, celebrada el primero de junio de dos mil veintiséis, la Consejera Electoral Christian Mariana Ceballos Garduño, tomó protesta legal como Consejera Presidenta Provisional del Instituto.

VI. A través del Memorándum número IEE/DPPP-0524/2026, de fecha veintiuno de octubre del presente año, el Encargado de Despacho de la Dirección de Prerrogativas remitió a la Presidencia de la Comisión Permanente la propuesta de reforma de los Lineamientos.

VII. En la sesión ordinaria celebrada el veintiséis de octubre de la anualidad que transcurre, la Comisión Permanente aprobó la reforma a los Lineamientos y facultó al Consejero Electoral Presidente de dicho Órgano Auxiliar a fin de que remitiera a la Consejera Presidenta Provisional del Consejo General la citada propuesta, solicitando que por su conducto se sometiera a la consideración del Órgano Máximo de Dirección de este Instituto.

La Presidencia de la Comisión Permanente mediante el Memorándum IEE/PRE-COPP-049/2026, remitió el proyecto de reformas a la Consejera Presidenta Provisional, para su aprobación por parte del Consejo General.

En seguimiento a lo anterior, la Consejera Presidenta Provisional del Instituto remitió al Secretario Ejecutivo de este Organismo Electoral la propuesta señalada en el párrafo que antecede, a fin de someterla a la consideración y, en su caso, aprobación del Consejo General. En atención a lo que precede, el Secretario Ejecutivo mediante el Memorándum identificado como IEE/SE-1322/2026, remitió a la Dirección Técnica del Secretariado del Instituto, el documento materia de este instrumento para los efectos conducentes.

VIII. La Dirección Técnica del Secretariado del Instituto, por instrucciones del Secretario Ejecutivo, el veintiocho de octubre del presente año, remitió a las personas integrantes del Consejo General, para su análisis y posterior discusión, vía correo electrónico, el presente Acuerdo.

IX. Durante el desarrollo de la mesa de trabajo de las personas integrantes del Consejo General, llevada a cabo de manera virtual el día veintinueve de octubre de dos mil veintiséis, las y los asistentes a la misma discutieron el presente documento.

C O N S I D E R A N D O S

1. DEL INSTITUTO Y ATRIBUCIONES DEL CONSEJO GENERAL

Conforme a lo dispuesto en el artículo 41, tercer párrafo, Base V, Apartado C de la Constitución Federal, la organización de las elecciones es una función estatal que se realiza a través del INE y de los OPLE; en las entidades federativas, las elecciones locales y, en su caso, las consultas populares y los procesos de revocación de mandato, estarán a cargo de los OPLE en los términos que establece la Constitución Federal.

El artículo 98, numeral 1 de la LGIPE, establece que los OPLE están dotados de personalidad jurídica y patrimonio propios, gozando de autonomía en su funcionamiento e independencia en sus decisiones, de conformidad con lo previsto en la Constitución Federal, la Ley en cita, así como la constitución y leyes locales, rigiéndose por los principios de certeza, imparcialidad, independencia, legalidad, máxima publicidad y objetividad.

De igual forma, el diverso 3, fracción II de la Constitución Local, precisa que el Instituto es el OPLE, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, gozando de autonomía en su funcionamiento e independencia en sus decisiones, de carácter permanente, al

que se le encomendará la función estatal de organizar las elecciones, estableciendo los principios rectores electorales.

Asimismo, los artículos 72 y 73 del Código, indican que el Instituto será autónomo en su funcionamiento, independiente en sus decisiones y profesional en su desempeño y se regirá para su organización, funcionamiento y control por las disposiciones constitucionales y las relativas al Código.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 75, fracciones I, II, III, IV y VII del Código, son fines del Instituto:

- Vigilar en el ámbito electoral el cumplimiento de las disposiciones de la Constitución Local, del Código y demás ordenamientos que garanticen el derecho de organización y participación política de la ciudadanía;
- Contribuir al desarrollo de la vida democrática;
- Garantizar la celebración periódica y pacífica de las elecciones para renovar a las personas integrantes de los Poderes Legislativo, Ejecutivo y Judicial, así como de los Ayuntamientos;
- Asegurar el ejercicio de los derechos político-electorales de la ciudadanía y partidos políticos vigilando el cumplimiento de sus obligaciones; y
- Garantizar la paridad de género.

El artículo 79 del Código, establece que el Consejo General es el Órgano Superior de Dirección del Instituto y el responsable de vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales en materia electoral, así como de vigilar que los principios rectores de legalidad, imparcialidad, objetividad, certeza, independencia, máxima publicidad y paridad de género, guíen todas las actividades del Instituto, mismas que se realizarán con perspectiva de género.

El artículo 89, fracciones I, II, III, XIX, LIII y LXI del Código, establece que el Consejo General cuenta, entre otras, con las siguientes atribuciones:

- Expedir los reglamentos, circulares y lineamientos necesarios para el cumplimiento de sus fines;
- Vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales relativas, así como las contenidas en el Código;
- Organizar el Proceso Electoral;
- Revisar que las actividades de los partidos políticos se desarrollen con apego al Código, a la normatividad aplicable, y cumplan con las obligaciones a que están sujetos;
- Dictar los acuerdos necesarios para cumplir con sus atribuciones; y
- Las demás que le sean conferidas por el Código y las disposiciones legales aplicables.

2. MARCO NORMATIVO APLICABLE

2.1 CONSTITUCIÓN FEDERAL

El artículo 41, tercer párrafo, Base III, Apartados A y B, establece las normas a las que se encuentra sujeto el acceso a radio y televisión por parte de los partidos políticos y, en su caso, de las candidaturas independientes, para sus precampañas y campañas electorales, mismas que de forma sintética se pueden plasmar en los términos siguientes:

- Los partidos políticos tendrán derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social;
- El INE será autoridad única para la administración del tiempo en radio y televisión;
- Durante la precampaña, los partidos políticos accederán en forma conjunta a los tiempos en radio y televisión, en los términos que señale el Reglamento correspondiente;
- Los partidos políticos y las candidaturas independientes que en su caso se registren, tendrán derecho al acceso conjunto en radio y televisión, para las campañas electorales en los términos que establezca la ley;
- El tiempo establecido como derecho de los partidos políticos, así como de las candidaturas independientes, se distribuirá entre los mismos;
- Los partidos políticos y las candidaturas independientes, en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión; y
- Ninguna persona física o moral podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de la ciudadanía, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidaturas a cargos de elección popular.

Por su parte, el artículo 116, segundo párrafo, fracción IV, inciso i), señala que, de conformidad con las bases establecidas en dicho dispositivo legal, las leyes generales en la materia, las constituciones locales, y leyes de los Estados en materia electoral, garantizarán que los partidos políticos accedan a la radio y televisión, conforme a las normas establecidas en el apartado B de la Base III del artículo 41 de la normativa en cita.

2.2 LGIPE

El artículo 159, numeral 2, dispone que los partidos políticos, las precandidaturas y candidaturas a cargos de elección popular, accederán a la radio y la televisión a través del tiempo que la Constitución Federal otorga como prerrogativa a los primeros, en la forma y términos establecidos por el Capítulo I, del Título Segundo de la Ley General en cita; además, establece que, cuando se acredite violencia política contra las mujeres en uso de las prerrogativas señaladas en el citado Capítulo, el Consejo General del INE procederá de manera inmediata en términos de lo dispuesto en el artículo 163 de la normativa en análisis.

Asimismo, el numeral 4 del artículo en cita, precisa que los partidos políticos, las precandidaturas y candidaturas a cargos de elección popular, en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí mismos o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión; tampoco podrán contratar las personas dirigentes y afiliadas a un partido político, o cualquier persona ciudadana, para su promoción personal con fines electorales; además, prevé que la violación a dichas restricciones será sancionada en los términos dispuestos en el Libro Octavo de la misma Ley General.

Por su parte, el numeral 5, del artículo en estudio, señala que ninguna persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de la ciudadanía, ni a favor o en contra de partidos políticos o de alguna candidatura a cargos de elección popular; señalando además, que queda prohibida la transmisión en territorio nacional de este tipo de propaganda contratada en el extranjero. Dicho artículo impone que las infracciones a lo referido, serán sancionadas en los términos dispuestos en la Ley en cita.

Ahora bien, el artículo 160, numeral 1, dispone que el INE es la autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión, destinado a los fines propios del citado instituto y a los de otras autoridades electorales, así como al ejercicio de las prerrogativas y derechos que la Constitución Federal y la Ley en cita otorgan a los partidos políticos y candidaturas independientes en esta materia.

El numeral 2 del citado artículo, señala que el INE garantizará a los partidos políticos el uso de sus prerrogativas constitucionales en radio y televisión; estableciendo las pautas para la asignación de los mensajes y programas que tengan derecho a difundir durante los periodos que comprendan los procesos electorales, así como fuera de ellos y que atenderá las quejas y denuncias por la violación a las normas aplicables y determinará, en su caso, las sanciones que correspondan.

Asimismo, los artículos 173, 174 y 175, establecen la forma en la cual los partidos políticos y las candidaturas independientes tendrán acceso a la radio y a la televisión durante los procesos electorales locales, tanto en los casos en los que su jornada comicial sea coincidente con la federal, así como en los que dicha jornada se desarrolle en fecha distinta.

Los artículos 176, numeral 3 y 182, numeral 1, inciso e), estipulan que los mensajes de precampaña de los partidos políticos serán transmitidos de acuerdo a la pauta que apruebe, a propuesta del OPLE competente, el Comité de Radio y Televisión del INE.

2.3 REGLAMENTO DE ELECCIONES

El artículo 296, numeral 1, establece que con el objetivo de dotar a la sociedad mexicana de información cierta, oportuna, completa, plural e imparcial que permita conocer el tratamiento que se dará a las precampañas y campañas electorales de las precandidaturas y candidaturas a un cargo de elección popular, y con la finalidad de contribuir al fortalecimiento de un voto informado y razonado durante las precampañas y campañas de los Procesos Electorales Federales y, en su caso, de los Procesos

Electorales Locales, se realizarán monitoreos de programas de radio y televisión que difundan noticias.

En tanto que, el numeral 2 del artículo en estudio, señala que es responsabilidad del INE, tratándose de procesos electorales federales o de aquellos locales cuya organización le corresponda realizar y, en su caso, de los OPLE, cuyas legislaciones electorales así lo dispongan, llevar a cabo el monitoreo de los programas de radio y televisión que difunden noticias en un proceso electoral, acorde a las respectivas atribuciones previstas para cada autoridad en la legislación.

El artículo 297, dispone que los OPLE, en lo que no contravenga a lo dispuesto en sus legislaciones locales, deberán observar las normas contenidas en la legislación federal, el Reglamento en cita y los Acuerdos que emita el Consejo General del INE, relativas a la realización de los monitoreos de los programas de radio y televisión que difunden noticias en un proceso electoral.

Asimismo, el artículo 298, numeral 1, inciso a), precisa que para efectos de realizar el monitoreo de programas de radio y televisión que difundan noticias, este OPLE debe aprobar, con al menos cuarenta y cinco días de anticipación al inicio de las precampañas, la metodología aplicable al monitoreo de noticias para precampañas y campañas.

Del mismo modo, el inciso b) del artículo en cita, establece que al menos veinte días de anticipación al inicio de las precampañas, para efectos de realizar el monitoreo de programas de radio y televisión que difundan noticias, el INE y en su caso, el OPLE que corresponda, deben aprobar el catálogo de programas de radio y televisión que difundan noticias, a los que se aplicará el monitoreo, y que este deberá tener como sustento para su elaboración, un análisis de audiencias.

Por otra parte, el artículo 299 establece que, entre los objetivos específicos de la metodología referida, deberán contemplarse, al menos, los siguientes:

"...

a) Monitorear los programas de radio y televisión que difundan noticias, de conformidad con el catálogo de programas que difundan noticias aprobado por el Consejo General, o en su caso, el OPL que corresponda.
b) Elaborar reportes semanales respecto de los programas de radio y televisión incluidos en el catálogo de programas que difundan noticias, en cuyo contenido se enuncie a las precampañas y campañas que deban realizarse durante el Proceso Electoral, especificando en dicho reporte el tiempo destinado y la orientación positiva, negativa o neutra de la mención a cada partido político, así como en su momento a las candidaturas independientes. Dicho reporte deberá realizar un análisis cuantitativo y cualitativo.
c) *Incluir en los reportes información desagregada por género, que derive de los indicadores, con la finalidad de contribuir a la identificación de las posibles diferencias que existan sobre el tratamiento otorgado a los candidatos de partido e independientes en los espacios de radio y televisión. El monitoreo y sus respectivos reportes, deberán incluir los programas de espectáculos o revista que difunden noticias, se podrá incluir en los reportes, información sobre el monitoreo de programas de espectáculos o revista, de radio y de televisión con mayor nivel*

de audiencia en el ámbito territorial respectivo, con la finalidad de conocer el espacio otorgado a las candidaturas de partido e independientes de la o las elecciones que se celebren.
***d)** Difundir los resultados del monitoreo de forma oportuna, por lo menos cada quince días, a través de los tiempos destinados a la comunicación social del Instituto, o en su caso, del OPL correspondiente, en la página electrónica de dichas autoridades, así como en los demás medios de difusión que determine el Consejo General.*
***e)** Presentar al menos un informe mensual al Consejo General u Órgano Superior de Dirección del OPL, con los resultados del monitoreo.*
***f)** Analizar con perspectiva de género las variables a medir en los programas de radio y televisión que difunden noticias.*

..."

2.4 CÓDIGO

De conformidad con el artículo 8, primer párrafo, en el ejercicio de la función estatal para organizar las elecciones, serán principios rectores la legalidad, imparcialidad, objetividad, certeza, independencia, paridad de género y máxima publicidad.

Además, en observancia a lo establecido en el artículo 105, fracción XI, la Dirección de Prerrogativas tiene como atribución, entre otras, la de proponer al Consejo General los lineamientos para el monitoreo en los medios de comunicación de precampañas y de las campañas electorales de los partidos políticos y candidaturas independientes, para garantizar el acceso equitativo a los mismos.

3. DE LA REFORMA A LOS LINEAMIENTOS

El artículo 89, fracción I del Código, consigna la atribución reglamentaria que el Legislador Local otorgó a este Consejo General; así, en ejercicio de la mencionada facultad, este Órgano Superior de Dirección aprobó los Lineamientos mediante el Acuerdo identificado con el número CG/AC-043/2023.

Ahora bien, de la atribución reglamentaria en mención, se tiene que este Órgano Superior de Dirección cuenta con la atribución de reformar los Lineamientos, atendiendo a la necesidad de mantener la armonía y congruencia con la legislación local vigente, así como actualizar sus disposiciones conforme a las necesidades y dinámicas actuales en la sociedad, buscando adecuarlos particularmente a lo relativo al uso de redes sociales y herramientas de inteligencia artificial, estableciendo criterios acordes con los avances tecnológicos y su aplicación en el ámbito institucional, además de incorporar modificaciones orientadas al uso de lenguaje incluyente, con el propósito de favorecer una comunicación respetuosa, accesible y libre de estereotipos.

Los Lineamientos en cita tienen por objeto establecer los mecanismos que coadyuven a garantizar la equidad y la calidad de la información en la difusión de los actos proselitistas de los partidos políticos, coaliciones, precandidaturas y candidaturas; supervisar, verificar y vigilar la transmisión de las pautas aprobadas por el INE, por parte de las personas concesionarias y permisionarias en radio y televisión; así como vigilar los medios de comunicación electrónicos, impresos y cine donde los referidos actores políticos difunden su propaganda político-electoral.

Es importante hacer mención que, la Dirección de Prerrogativas, con fundamento en el artículo 105, fracción XI del Código, elaboró la presente propuesta de reforma a los Lineamientos, con el objetivo de garantizar que su contenido se ajuste y guarde armonía, así como concordancia con las disposiciones establecidas en la Constitución Federal, la Constitución Local, el Código, el Reglamento de Elecciones del INE y demás normatividad aplicable; esto permitirá que a través de un instrumento actualizado se lleve a cabo la responsabilidad de realizar el monitoreo de los programas de radio, televisión, portales de internet y medios de comunicación impresa, dentro de las etapas de precampaña y campaña electoral.

De esta forma, la Dirección de Prerrogativas, elaboró la propuesta de reforma que se somete a consideración de este Consejo General por parte de la Consejera Presidenta Provisional del Instituto; propuesta que atiende a los siguientes elementos:

3.1. REDACCIÓN

3.1.1. Gramatical: Consistió en realizar la modificación de diversas palabras a fin de lograr un lenguaje incluyente y no sexista, así como el ajuste en denominaciones y la corrección de signos de puntuación a efecto de conseguir una mejor comprensión y entendimiento durante la lectura e interpretación de los Lineamientos.

3.1.2. Actualización terminológica y conceptual: Consistió en la integración de diversas fracciones, a fin de incorporar definiciones que permitan que los Lineamientos se encuentren armonizados con la legislación vigente.

3.2. LÓGICA DE LOS SISTEMAS NORMATIVOS

3.2.1. Adecuación de los Lineamientos conforme a las últimas reformas del Código, así como a las demás disposiciones legales aplicables: Implicó, conforme al principio de racionalidad jurídico-formal, modificar y adicionar disposiciones relacionadas a las definiciones contenidas con las últimas reformas del Código a fin de lograr que las disposiciones de los Lineamientos se encuentren vigentes.

Atendiendo lo anterior, este Consejo General estima pertinente mencionar que la presente propuesta, contempla la reforma de los artículos 9, 11, 14, 21, 30, 31 y 35, las cuales obedecen a la necesidad de una mejora gramatical, así como la adecuación y armonía de los mismos con las disposiciones establecidas en la normativa actual. Además, se precisa que los artículos 1, 3, 15 y 25 tuvieron una modificación sustancial conforme a lo siguiente:

Por cuanto hace al artículo 1, se incluyeron a las redes sociales dentro de los medios de comunicación que serán supervisados, verificados y vigilados; lo anterior, derivado de su relevancia creciente ante la ciudadanía que impacta la opinión pública, a razón de su facilidad de ser difundida, misma que puede incidir en los periodos de precampañas y campañas electorales en el Proceso Electoral Estatal Ordinario Concurrente 2026-2027.

Por su parte, en atención al notorio desarrollo que ha existido en los Sistemas de Inteligencia Artificial, así como su utilización en los diferentes ámbitos de la vida actual de la ciudadanía, se prevé que en el monitoreo de medios de comunicación en precampañas y campañas se vigile la existencia de materiales digitales, generados o modificados con dicha herramienta, motivo por el que, se adicionaron las fracciones XXXVIII, XXXIX, XL, XLI, XLII y XLIII del artículo 3, mediante las cuales, se añadieron definiciones operativas necesarias que permitirán a la autoridad electoral, así como al prestador de servicios, contar con los elementos necesarios, a fin de identificar durante el monitoreo de medios, el contenido generado con inteligencia artificial u otra herramienta digital que puedan incidir en la comunicación político – electoral.

Además, la fracción XXIII del artículo en cita, se ajustó para incorporar un lenguaje incluyente, y se corrigió la omisión que existía para que el monitoreo con perspectiva de género, se realice en campañas y no solo en precampañas; esto se realiza en cumplimiento de los principios rectores de la función electoral, a fin de concientizar a los medios de comunicación y a la clase política en su conjunto, sobre la necesidad de internalizar la paridad de género no solo como una imposición legal, sino como un elemento fundamental para consolidar la democracia al promover una cobertura igualitaria entre mujeres y hombres, en precampañas y campañas. Asimismo, se busca contribuir a que la cobertura informativa se realice con perspectiva de género, evitando la reproducción de estereotipos que invisibilicen lo relacionado con las propuestas políticas, trayectoria profesional o participación en la vida pública.

En concatenación con lo que precede, se adicionó la fracción VIII del artículo 15, con la finalidad de incorporar al monitoreo, lo relativo al contenido generado o alterado mediante herramientas tecnológicas, entre ellas, los Sisternas de Inteligencia Artificial.

Asimismo, al artículo 25, se adicionó, entre otras cosas, la opción para incluir dentro de las recomendaciones a los medios de comunicación, el abstenerse de emplear lenguaje sexista y de incluir contenido sintético de violencia política de género.

Derivado de lo expuesto, para este Consejo General se tiene por analizada la propuesta que se somete a consideración, advirtiendo que las reformas materia de este instrumento se realizan con el fin de actualizar el contenido de los Lineamientos, a efecto de armonizarlos con la normatividad vigente en la materia, así como a las necesidades de monitoreo de precampaña y campaña en los medios de comunicación orientados a las nuevas tecnologías.

4. EFECTOS

En virtud de lo argumentado en el presente instrumento, y con fundamento en lo dispuesto por el artículo 89, fracciones I, II, III, XIX, LIII y LXI del Código, este Consejo General estima procedente:

- Aprobar, en todos sus términos, la propuesta de reforma a los Lineamientos, la cual corre agregada al presente instrumento como **ANEXO ÚNICO**, formando parte integral del mismo.

- Facultar a la Dirección de Prerrogativas para que remita los Lineamientos a la Secretaría Ejecutiva de este Organismo, a efecto de que, por conducto de la Coordinación de Informática del Instituto, con apoyo de la Unidad de Transparencia, realice su publicación en la página electrónica de este Organismo.

  Del mismo modo deberá remitir un ejemplar de los Lineamientos a la Dirección Técnica del Secretariado de este Instituto, para que obre en los archivos de este Consejo General.

5. COMUNICACIONES

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 89, fracción LXI y 91, fracción XXIX del Código, este Consejo General faculta a la Consejera Presidenta Provisional de este Órgano Superior, a efecto de que notifique por el medio que se considere más idóneo y expedito, el contenido del presente Acuerdo:

a) A la Unidad Técnica de Vinculación con los OPLE del INE, para su conocimiento;
b) A la Vocal Ejecutiva de la Junta Local Ejecutiva del INE en esta Entidad federativa, para su conocimiento;
c) A las representaciones de los Partidos Políticos acreditados y registrados ante este Consejo General, para su conocimiento; y
d) Al Presidente de la Comisión Permanente; para su conocimiento.

Con fundamento en los artículos 89, fracción LXI y 93, fracciones XXIV, XL y XLVI del Código, se faculta al Secretario Ejecutivo de este Instituto para notificar el contenido del presente Acuerdo:

a) A la Dirección de Prerrogativas, para su conocimiento y observancia en el ámbito de su competencia;
b) A la Dirección Administrativa de este Organismo, para su conocimiento y observancia en el ámbito de su competencia;
c) A la Dirección de Igualdad y no discriminación de este Organismo, para su conocimiento y observancia en el ámbito de su competencia;
d) A la Dirección Técnica del Secretariado del Instituto, para su conocimiento y observancia en el ámbito de su competencia;
e) A la Coordinación de Informática del Instituto, para publicar el presente instrumento y los Lineamientos, en el apartado correspondiente, lo que hará en colaboración con la Unidad de Transparencia de este Organismo, en el ámbito de su competencia; y
f) A la Coordinación de Comunicación Social del Instituto, para su conocimiento y observancia, en el ámbito de su competencia.

Por lo anteriormente expuesto y en ejercicio de la facultad establecida por el artículo 89, fracción LIII del Código, el Consejo General tiene a bien emitir el siguiente:

ACUERDO

PRIMERO. El Consejo General del Instituto Electoral del Estado es competente para conocer y pronunciarse sobre el presente asunto en los términos aducidos en los Considerandos 1 y 2 de este Acuerdo.

SEGUNDO. Este Órgano Superior de Dirección del Instituto Electoral del Estado aprueba las reformas a los Lineamientos de monitoreo de medios de comunicación en precampañas y campañas, según lo expuesto en los Considerandos 3 y 4 de este instrumento.

TERCERO. Este Consejo General del Instituto Electoral del Estado faculta a la Dirección de Prerrogativas y Partidos Políticos a fin de que remita los Lineamientos de monitoreo de medios de comunicación en precampañas y campañas, a la Secretaría Ejecutiva de este Organismo a efecto de que, por conducto de la Coordinación de Informática y con apoyo de la Unidad de Transparencia, realicen las gestiones necesarias para su publicación en la página electrónica Institucional; según lo narrado en el Considerando 4 del presente documento.

CUARTO. El Consejo General del Instituto, faculta a la Consejera Presidenta Provisional y al Secretario Ejecutivo de este Organismo, para realizar las notificaciones narradas en el considerando 5 del presente Acuerdo.

QUINTO. El presente instrumento entrará en vigor a partir de su aprobación.

SEXTO. Publíquese el presente Documento en el Periódico Oficial del Estado, a través del formato que para tal efecto se aprobó mediante instrumento identificado con el número CG/AC-004/14. En lo que respecta al **ANEXO ÚNICO**, publíquese de forma íntegra en el citado medio oficial de difusión.

Este Acuerdo fue aprobado por unanimidad de votos de las personas integrantes del Consejo General del Instituto Electoral del Estado, en la sesión ordinaria de fecha treinta de octubre de dos mil veintiséis.

CONSEJERA PRESIDENTA PROVISIONAL	SECRETARIO EJECUTIVO
C. CHRISTIAN MARIANA CEBALLOS GARDUÑO	C. JORGE ORTEGA PINEDA

TEXTO ACTUAL	TEXTO PROPUESTO	JUSTIFICACIÓN
LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS	**LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS**	
PRIMERA PARTE **DEL OBJETO Y ATRIBUCIONES PARA LA REALIZACIÓN DEL MONITOREO** **TÍTULO I** **CAPÍTULO ÚNICO** **DEL OBJETO DE LOS PRESENTES LINEAMIENTOS** **ARTÍCULO. 1.-** Los presentes Lineamientos tienen por objeto establecer los mecanismos que coadyuven a garantizar la equidad y la calidad de la información en la difusión de los actos proselitistas de los partidos políticos, coaliciones, precandidatos y candidatos; supervisar, verificar y vigilar la transmisión de las pautas aprobadas por el Instituto Nacional Electoral, por parte de los concesionaros y permisionarios en radio y televisión; vigilar los medios de comunicación electrónicos, impreso y cine donde los partidos políticos, coaliciones, precandidatos y candidatos difunden su propaganda político-electoral. ...	**PRIMERA PARTE** **DEL OBJETO Y ATRIBUCIONES PARA LA REALIZACIÓN DEL MONITOREO** **TÍTULO I** **CAPÍTULO ÚNICO** **DEL OBJETO DE LOS PRESENTES LINEAMIENTOS** **ARTÍCULO. 1.-** Los presentes Lineamientos tienen por objeto establecer los mecanismos que coadyuven a garantizar la equidad y la calidad de la información en la difusión de los actos proselitistas de los partidos políticos, coaliciones, precandidaturas y candidaturas; supervisar, verificar y vigilar la transmisión de las pautas aprobadas por el Instituto Nacional Electoral, por parte de los concesionarios y permisionarios en radio y televisión; vigilar los medios de comunicación electrónicos, impresos y redes sociales, donde los partidos políticos, coaliciones, precandidaturas y candidaturas difunden su propaganda político-electoral. ...	Se modifica para tener un lenguaje incluyente. También se incluye dentro de los medios de comunicación, a las redes sociales, que cada vez cuentan con mayor incidencia en los periodos de precampañas y campañas electorales.
ARTÍCULO. 3. Para los efectos de este Lineamiento, se entenderá por: ...	**ARTÍCULO. 3.** Para los efectos de este Lineamiento, se entenderá por: ...	

TEXTO ACTUAL	TEXTO PROPUESTO	JUSTIFICACIÓN
LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS	**LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS**	
III. Campañas. Conjunto de actividades llevadas a cabo por los partidos políticos, coaliciones y candidatos o candidatas independientes para la difusión de sus respectivas plataformas electorales, programas de acción y plan de gobierno tendentes a la obtención del voto; ...	**III. Campañas.** Conjunto de actividades llevadas a cabo por los partidos políticos, coaliciones y personas candidatas para la difusión de sus respectivas plataformas electorales, programas de acción y plan de gobierno tendentes a la obtención del voto; ...	
XVIII. Lineamientos. Los Lineamientos para el monitoreo de las precampañas en los medios de comunicación en el proceso electoral del estado de Puebla; ...	**XVIII. Lineamientos**. Los Lineamientos de Monitoreo de Medios de Comunicación en Precampañas y Campañas. ...	
XX. Medios de comunicación. Son instrumentos utilizados en la sociedad para informar de forma masiva mensajes en versión textual, sonora o audiovisual, como es el caso de periódicos, revistas, radio, televisión y plataformas de internet; ...	**XX. Medios de comunicación.** Son instrumentos utilizados en la sociedad para informar de forma masiva mensajes en versión textual, sonora o audiovisual, como es el caso de periódicos, revistas, radio, televisión, redes sociales y plataformas de internet;	Propuesta de modificación para incluir dentro de los medios de comunicación, a las redes sociales, que cada vez cuentan con mayor incidencia en los periodos de precampañas y campañas electorales.
XXIII. Monitoreo con perspectiva de género. El seguimiento, de las transmisiones sobre las precampañas electorales en los medios de comunicación contemplando aquellas acciones encaminadas a fortalecer y promover la igualdad de género entre hombres y mujeres; ...	**XXIII. Monitoreo con perspectiva de género.** El seguimiento, de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los medios de comunicación contemplando aquellas acciones encaminadas a fortalecer y promover la igualdad sustantiva, la inclusión de personas no binarias, la no discriminación y la erradicación de estereotipos de género; ...	Se ajusta para contener lenguaje incluyente, se armoniza con la reforma de paridad sustantiva y se corrige la omisión de "campañas" en esta fracción.

TEXTO ACTUAL	TEXTO PROPUESTO	JUSTIFICACIÓN
LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS	**LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS**	
XXXIII. Propaganda de Precampaña. El conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones o expresiones, que, durante la precampaña electoral, difunden las y los precandidatos, con el propósito de dar a conocer sus propuestas a los militantes y simpatizantes del partido político por el que aspiran ser postulados y obtener la candidatura a un cargo de elección popular; ... **XXXVII. Violencia política contra las mujeres en razón de género.** ... Puede manifestarse en cualquiera de los tipos de violencia reconocidos en la legislación aplicable en materia de acceso a las mujeres a una vida libre de violencia y, puede ser perpetrada indistintamente por agentes federales, estatales y municipales, por superiores jerárquicos, colegas de trabajo, personas dirigentes de partidos políticos, militantes, simpatizantes, precandidatas, precandidatos, candidatas o candidatos postulados por los partidos políticos o representantes de los mismos; medios de comunicación y sus integrantes, por un particular o por un grupo de personas particulares.	**XXXIII. Propaganda de Precampaña.** El conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones o expresiones, que, durante la precampaña electoral, difunden las personas precandidatas, con el propósito de dar a conocer sus propuestas a las personas militantes y simpatizantes del partido político por el que aspiran ser postulados y obtener la candidatura a un cargo de elección popular; ... **XXXVII. Violencia política contra las mujeres en razón de género.** ... Puede manifestarse en cualquiera de los tipos de violencia reconocidos en la legislación aplicable en materia de acceso a las mujeres a una vida libre de violencia y, puede ser perpetrada indistintamente por agentes federales, estatales y municipales, por superiores jerárquicos, colegas de trabajo, personas dirigentes de partidos políticos, militantes, simpatizantes, precandidaturas, candidaturas postuladas por los partidos políticos o representantes de los mismos; medios de comunicación y sus integrantes, por un particular o por un grupo de personas particulares. **XXXVIII. Sistemas de Inteligencia Artificial.** Conjunto de componentes interrelacionados que utilizan técnicas de Inteligencia Artificial, para realizar tareas específicas, que	Adecuación a lenguaje incluyente.

TEXTO ACTUAL	TEXTO PROPUESTO	JUSTIFICACIÓN
LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS	**LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS**	
	pueden incluir aprendizaje automático, razonamiento, procesamiento de lenguaje natural, visión por computadora, entre otras, con el objetivo de generar resultados autónomos o asistidos. **XXXIX. Contenido Generado o Alterado por Inteligencia Artificial.** Imagen, audio, video o texto creado, producido o modificado de manera sustancial mediante Sistemas de Inteligencia Artificial generativa, de forma que altere la percepción de su origen, autenticidad o autoría respecto de un hecho real. **XL. Contenido Sintético.** Aquel que simula personas, voces, escenas o eventos que no existen o no ocurrieron en la realidad, generado total o parcialmente por herramientas tecnológicas o Sistemas de Inteligencia Artificial. **XLI. Suplantación Digital.** Uso de la voz, imagen, semejanza o identidad de una persona, mediante herramientas tecnológicas o Sistemas de Inteligencia Artificial, sin su consentimiento expreso. **XLII. Plataformas de internet.** Instrumentos y canales tecnológicos basados en el protocolo de Internet (sitios web, portales de noticias, redes sociales y plataformas de distribución de contenidos audiovisuales) mediante los cuales se difunde, transmite o promueve de manera masiva o pública propaganda electoral, mensajes políticos o coberturas informativas en formatos de texto, audio, imagen o video.	El desarrollo notorio de los Sistemas de Inteligencia Artificial, y su incidencia cada vez mayor en los diferentes ámbitos de la vida actual, permiten concluir que las precampañas y campañas políticas no serán ajenas a ello. En ese sentido, se adicionan las fracciones XXXVIII, XXXIX, XL, XLI, XLII y XLIII para incorporar definiciones operativas necesarias que permitan a la autoridad electoral, así como al prestador de servicios, contar con los elementos para identificar durante el monitoreo, el contenido generado con herramientas tecnológicas, entre ellas la inteligencia artificial. Las acciones posteriores dependen de que estos conceptos existan primero en el marco normativo y, en consecuencia, permitan su regulación en los dispositivos correspondientes.

TEXTO ACTUAL	TEXTO PROPUESTO	JUSTIFICACIÓN
LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS	**LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS**	
	XLIII. Redes Sociales. Cualquier soporte digital que ofrezca a un conjunto de personas o grupos la posibilidad de compartir con otras personas usuarias mensajes, información y contenidos, generados por sí mismas o por terceras, ya sea a través de páginas públicas o privadas.	Se consultó como referencia tanto la normatividad de INE principalmente.
CAPÍTULO V **DE LA SECRETARÍA EJECUTIVA** **ARTÍCULO 9.-** Son atribuciones de la Secretaria Ejecutiva, las señaladas en el artículo 93 del Código, así como las siguientes. **I.** Solicitar al Prestador de Servicios, por conducto de la Dirección, los informes extraordinarios que en su caso determine el Consejo; **II.** Solicitar al Prestador de Servicios, por conducto de la Dirección, los informes extraordinarios que en su caso determine el Consejo; **III.** Remitir al Consejo, los informes parciales, final y, en su caso, extraordinarios que rinda el Prestador de Servicios; **IV.** Coordinar la difusión de los resultados obtenidos del monitoreo de forma oportuna, por lo menos cada quince días, a través de los tiempos destinados a la comunicación social del Instituto, o en su caso, en la página electrónica	**CAPÍTULO V** **DE LA SECRETARÍA EJECUTIVA** **ARTÍCULO 9.-** Son atribuciones de la Secretaria Ejecutiva, las señaladas en el artículo 93 del Código, así como las siguientes. **I.** Solicitar al Prestador de Servicios, por conducto de la Dirección, los informes extraordinarios que en su caso determine el Consejo; **II.** Remitir al Consejo, los informes parciales, final y, en su caso, extraordinarios que rinda el Prestador de Servicios; **III.** Coordinar la difusión de los resultados obtenidos del monitoreo de forma oportuna, por lo menos cada quince días, a través de los tiempos destinados a la comunicación social del Instituto, o en su caso, en la página electrónica	El contenido de la fracción II se repite con la fracción III por lo que se realiza el ajuste y se propone recorrer las fracciones.

TEXTO ACTUAL	TEXTO PROPUESTO	JUSTIFICACIÓN
LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS	**LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS**	
del Instituto, así como en los demás medios de difusión que determine el Consejo; **V.** Solicitar al Prestador de Servicios, por conducto de la Dirección, el respaldo de monitoreo; **VI.** Comunicar al Prestador de Servicios por conducto de la Dirección, las observaciones realizadas por el Consejo a los informes parciales, final y en su caso, extraordinarios; **VII.** Las demás que señalen las disposiciones legales aplicables y los Lineamientos;	del Instituto, así como en los demás medios de difusión que determine el Consejo; **IV.** Solicitar al Prestador de Servicios, por conducto de la Dirección, el respaldo de monitoreo; **V.** Comunicar al Prestador de Servicios por conducto de la Dirección, las observaciones realizadas por el Consejo a los informes parciales, final y en su caso, extraordinarios; **VI.** Las demás que señalen las disposiciones legales aplicables y los Lineamientos;	
ARTÍCULO 11.- Para efectos de la realización del monitoreo, la Coordinación de Comunicación Social tendrá las siguientes atribuciones. I. Presentar al Consejo, por conducto de la Secretaria Ejecutiva, la propuesta de los municipios, medios de comunicación, horarios y LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS 14 demás especificaciones técnicas en que se efectuará el monitoreo, previo análisis de la Comisión Permanente de Comunicación Social del Instituto;	**ARTÍCULO 11.-** Para efectos de la realización del monitoreo, la Coordinación de Comunicación Social tendrá las siguientes atribuciones. I. Presentar al Consejo, por conducto de la **Secretaría** Ejecutiva, la propuesta de los municipios, medios de comunicación, horarios y LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS 14 demás especificaciones técnicas en que se efectuará el monitoreo, previo análisis de la Comisión Permanente de Comunicación Social del Instituto;	
ARTÍCULO 14.- ... **VI.** La realización en monitoreo de medios se realizará en todo momento con perspectiva de género y de forma	**ARTÍCULO 14.-** ... **VI.** La realización del monitoreo de medios se realizará en todo momento con perspectiva de género y de forma	Ajuste de redacción

TEXTO ACTUAL	TEXTO PROPUESTO	JUSTIFICACIÓN
LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS	**LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS**	
equitativa a los partidos políticos, coaliciones y sus candidaturas, así como a las candidaturas independientes.	equitativa a los partidos políticos, coaliciones y sus candidaturas, así como a las candidaturas independientes.	
ARTÍCULO 15.- ...	**ARTÍCULO 15.-** ... **VIII.** La propaganda de precampaña y campaña que contenga Contenido Generado o Alterado con Sistemas de Inteligencia Artificial o Contenido Sintético, con independencia del medio de comunicación en que se difunda, así como los casos de Suplantación Digital de precandidaturas, candidaturas o terceros.	Se adiciona la fracción VIII con la finalidad de incorporar al monitoreo de forma específica, lo relativo al contenido generado o alterado mediante herramientas tecnológicas, entre ellas, los Sistemas de Inteligencia Artificial.
ARTÍCULO 21.- El Prestador de Servicios contará con dos respaldos del monitoreo de los cuales, uno será propio y el otro será proporcionado al Instituto que será propiedad del Organismo, el cual deberá ser otorgado de manera íntegra con forme a lo establecido en el presente documento y en el contrato de prestación de servicios respectivo; de tal forma que deberá contar con todas y cada una de las especificaciones, así como bases de datos y requisitos que cumplan con lo aquí estipulado.	**ARTÍCULO 21.-** El Prestador de Servicios contará con dos respaldos del monitoreo de los cuales, uno será propio y el otro será proporcionado al Instituto que será propiedad del Organismo, el cual deberá ser otorgado de manera íntegra conforme a lo establecido en el presente documento y en el contrato de prestación de servicios respectivo; de tal forma que deberá contar con todas y cada una de las especificaciones, así como bases de datos y requisitos que cumplan con lo aquí estipulado.	Ajuste de redacción
ARTÍCULO 25.- ... **I.-** Establecer de manera igualitaria las tarifas aplicables a los partidos políticos, coaliciones y sus precandidaturas y candidaturas, así como a las candidaturas independientes,	**ARTÍCULO 25.-** ... **I.-** Establecer de manera igualitaria las tarifas aplicables a los partidos políticos, coaliciones y sus precandidaturas y candidaturas, así como a las candidaturas independientes,	Se especifica que aplica para medios impresos y portales de noticias de internet, a fin de evitar incluir radio y

TEXTO ACTUAL	TEXTO PROPUESTO	JUSTIFICACIÓN
LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS	**LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS**	
interesados en la publicación de su propaganda electoral, de acuerdo al servicio que contraten; **II.-** Mantener un criterio libre de violencia política contra las mujeres en razón de género y equitativo, respecto a la asignación y distribución en la publicación de la propaganda electoral de los partidos políticos, coaliciones y sus candidaturas, así como de las candidaturas independientes, interesados en contratar la misma clase de servicios;	interesados en la publicación de su propaganda electoral en medios impresos y portales de noticias en Internet y redes sociales, de acuerdo al servicio que contraten. **II.-** Mantener un criterio libre de violencia política contra las mujeres en razón de género y equitativo, respecto a la asignación y distribución en la publicación de la propaganda electoral de los partidos políticos, coaliciones y sus candidaturas, así como de las candidaturas independientes, interesadas en contratar la misma clase de servicios; absteniéndose de emplear lenguaje sexista y de difundir Contenido Sintético que represente a precandidatas o candidatas en situaciones falsas, degradantes o sexualizadas sin su consentimiento, lo cual se considerará por sí mismo un supuesto de violencia política contra las mujeres en razón de género.	televisión, medios respecto de los cuales rige la prohibición absoluta de contratación de tiempos establecida en el artículo 43 del Código y la administración exclusiva del Instituto Nacional Electoral prevista en el artículo 449 del mismo ordenamiento. Se adiciona la opción para incluir dentro de las recomendaciones a medios de comunicación, el abstenerse de emplear lenguaje sexista y de incluir contenido sintético de VPG.
ARTÍCULO 30.- Los informes parciales, final y en su caso, extraordinarios que rinda el Prestador de Servicios, se entregarán de manera impresa y en formato de disco compacto (CD).	**ARTÍCULO 30.-** Los informes parciales, final y en su caso, extraordinarios que rinda el Prestador de Servicios, se entregarán de manera impresa y electrónica a través de dispositivo electrónico de almacenamiento USB.	Se actualiza respecto del dispositivo de entrega del reporte, en forma electrónica
ARTÍCULO 31.- ... **q)** Observar que en caso de que los medios difundan mensajes, directrices o propaganda política que vulneren	**ARTÍCULO 31.-** ... **q)** Observar que en caso de que los medios difundan mensajes, directrices o propaganda política que vulneren	

TEXTO ACTUAL	TEXTO PROPUESTO	JUSTIFICACIÓN
LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS	**LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS**	
el principio de equidad de género en las campañas electorales, este instituto electoral cuente con los elementos necesarios para asegurar la igualdad en el acceso de las y los candidatos a los medios de comunicación sin sesgo discriminatorio de por medio y en condiciones de igualdad informativa; **II. INFORMES DEL MONITOREO DE RADIO:** ... **l)** Cantidad de hombres y mujeres que participaron en cada transmisión; ... **q)** Total, de promocionales transmitidos: sumatoria de promocionales spots transmitidos, incluyendo un concentrado por cada estación en que se realice el monitoreo; **r)** Observar que en caso de que los medios difundan mensajes, directrices o propaganda política que vulneren el principio de equidad de género en las precampañas y campañas electorales, el Instituto cuente con los elementos necesarios para asegurar la igualdad en el acceso de las y los candidatos a los medios de comunicación sin sesgo discriminatorio de por medio y en condiciones de igualdad informativa.	el principio de equidad de género en las precampañas y campañas electorales, este instituto electoral cuente con los elementos necesarios para asegurar la igualdad en el acceso de las candidaturas a los medios de comunicación sin sesgo discriminatorio de por medio y en condiciones de igualdad informativa; **II. INFORMES DEL MONITOREO DE RADIO:** ... **l)** Cantidad de hombres, mujeres y personas con identidad no binaria que participaron en cada transmisión; ... **q)** Total de promocionales transmitidos: sumatoria de spots transmitidos, incluyendo un concentrado por cada estación en que se realice el monitoreo; **r)** Observar que en caso de que los medios difundan mensajes, directrices o propaganda política que vulneren el principio de equidad de género en las precampañas y campañas electorales, el Instituto cuente con los elementos necesarios para asegurar la igualdad en el acceso de las precandidaturas y candidaturas a los medios de comunicación sin sesgo discriminatorio de por medio y en condiciones de igualdad informativa.	Se adecua lenguaje incluyente y se corrige uso de signos de puntuación.

TEXTO ACTUAL	TEXTO PROPUESTO	JUSTIFICACIÓN
LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS	**LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS**	
III. INFORMES DEL MONITOREO EN NOTICIEROS EN TELEVISIÓN Y RADIO: ... **m)** Valoración de la información: se diferenciará entre la presentación de la información sin que éste sea valorado o calificado de manera personal por la reportera o reportero y la presentación de la información con algún tipo de valoración o calificación hacia alguna precandidatura o candidatura según sea el caso, partido político, coalición, o en su caso, candidatura independiente; **n)** Cantidad de hombres y mujeres que participaron en cada transmisión; ... **t)** Cantidad de hombres y cantidad de mujeres que participaron en cada transmisión; y **u)** Observar que en caso de que los medios difundan mensajes, directrices o propaganda política que vulneren el principio de equidad de género en las precampañas y campañas electorales, este Instituto Electoral cuente con los elementos necesarios para asegurar la igualdad en el acceso de las y los candidatos a los medios de comunicación sin sesgo discriminatorio de por medio y en condiciones de igualdad informativa.	**III. INFORMES DEL MONITOREO EN NOTICIEROS EN TELEVISIÓN Y RADIO:** ... **m)** Valoración de la información: Se diferenciará la información neutra u objetiva de aquella que cuente con una valoración cualitativa (positiva o negativa), hacia alguna precandidatura o candidatura según sea el caso, partido político, coalición, o en su caso, candidatura independiente; **n)** Cantidad de hombres, mujeres y personas con identidad no binaria que participaron en cada transmisión; ... **t)** Cantidad de hombres, mujeres y personas con identidad no binaria que participaron en cada transmisión; y **u)** Observar que en caso de que los medios difundan mensajes, directrices o propaganda política que vulneren el principio de equidad de género en las precampañas y campañas electorales, este Instituto Electoral cuente con los elementos necesarios para asegurar la igualdad en el acceso de las candidaturas a los medios de comunicación sin sesgo discriminatorio de por medio y en condiciones de igualdad informativa.	Se adecua redacción para mejor comprensión.

TEXTO ACTUAL	TEXTO PROPUESTO	JUSTIFICACIÓN
LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS	**LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS**	
IV- INFORMES DEL MONITOREO EN MEDIOS IMPRESOS: ... **r)** Cantidad de hombres y cantidad de mujeres que participaron en cada transmisión; **s)** Observar que en caso de que los medios difundan mensajes, directrices o propaganda política que vulneren el principio de equidad de género en las campañas electorales, el Instituto cuente con elementos necesarios para asegurar la igualdad en el acceso de las y los medios de comunicación sin sesgo discriminatorio de por medio en condiciones de igualdad informativa. **V.- INFORMES DEL MONITOREO EN PORTALES DE NOTICIAS DE INTERNET** ... **p)** Cantidad de hombres y cantidad de mujeres que participaron en cada transmisión; **q)** Observar que en caso de los medios difundan mensajes, directrices o propaganda política que vulnere el principio de equidad de género en las campañas electorales, este instituto electoral cuente con los elementos necesarios para asegurar la igualdad en el acceso de las y los candidatos a los medios de comunicación sin sesgo	**IV- INFORMES DEL MONITOREO EN MEDIOS IMPRESOS:** ... **r)** Cantidad de hombres, mujeres y personas con identidad no binaria que participaron en cada transmisión; **s)** Observar que en caso de que los medios difundan mensajes, directrices o propaganda política que vulneren el principio de equidad de género en las precampañas y campañas electorales, el Instituto cuente con elementos necesarios para asegurar la igualdad del acceso de las candidaturas a los medios de comunicación sin sesgo discriminatorio de por medio en condiciones de igualdad informativa. **V.- INFORMES DEL MONITOREO EN PORTALES DE NOTICIAS DE INTERNET** ... **p)** Cantidad de hombres, mujeres y personas con identidad no binaria que participaron en cada transmisión; **q)** Observar que, cuando los medios de comunicación difundan mensajes, directrices o propaganda política que vulnere el principio de equidad de género en las campañas electorales, este instituto electoral cuente con los elementos necesarios para asegurar la igualdad en el acceso de las candidaturas a los medios de comunicación	

TEXTO ACTUAL	TEXTO PROPUESTO	JUSTIFICACIÓN
LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS	**LINEAMIENTOS DE MONITOREO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS**	
discriminatorio de por medio y en condiciones de igualdad informativa.	sin sesgo discriminatorio de por medio y en condiciones de igualdad informativa.	
ARTÍCULO 35.- ... **V.** Las recomendaciones que, en su caso, estime pertinentes a los medios de comunicación, procurando se otorgue un acceso libre de violencia política contra las mujeres en razón de género y equitativo a los partidos políticos, coaliciones y sus candidaturas señaladas en el artículo 26 de los Lineamientos; y **VI.** En su caso, aquellas que considere pertinentes para el monitoreo.	**ARTÍCULO 35.-** ... **V.** Las recomendaciones que, en su caso, estime pertinentes a los medios de comunicación, procurando se otorgue un acceso libre de violencia política contra las mujeres en razón de género y equitativo a los partidos políticos, coaliciones, sus candidaturas y candidaturas independientes conforme a lo dispuesto en el artículo 25 de los Lineamientos; y **VI.** En su caso, aquellas que considere pertinentes para el monitoreo.	Se ajusta redacción y se corrige el artículo de referencia.
	ARTÍCULOS TRANSITORIOS DE LA REFORMA APROBADA MEDIANTE ACUERDO CG/AC-XXX/XX **ÚNICO.** La reforma a los presentes Lineamientos de Monitoreo de Medios de Comunicación en Precampañas y Campañas, entrarán en vigor al día siguiente de su aprobación por el Consejo General del Instituto Electoral del Estado.	