

Toluca de Lerdo, México, 14 de Julio de 2011.

Versión estenográfica de la Décima Séptima Sesión Extraordinaria de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión del Instituto Electoral del Estado de México, llevada a cabo en la Sala de Consejeros de este Instituto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Muy buenas tardes.

En término de lo dispuesto por los artículos 93, fracción I, inciso c) del Código Electoral del Estado de México; 1.8, fracción II; 1.9, fracción VI; 1.12, último párrafo; 1.13 y 1.17 del Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo General del Instituto, vamos a dar inicio a la Décima Séptima Sesión Extraordinaria de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión.

Señor Secretario, tenga a bien pasar lista de presentes y, en su caso, hacer la declaración sobre la existencia del quórum legal.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ: Con gusto, señor Presidente. Buenas tardes.

Integrantes de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión:

Presidente de la misma, maestro en derecho Jesús Jardón Nava. (Presente)

Consejero Electoral, licenciado Juan Carlos Villarreal Martínez. (Presente)

Consejero Electoral, doctor en administración pública José Martínez Vilchis. (Presente)

Por el Partido Político Acción Nacional, licenciado Álvaro Daniel Malváez Castro. (Presente)

Por la Coalición Unidos Por Ti, licenciado Rosalío Soto Bernal. (Presente)

Luis Mazy González. (Presente)

Por la Coalición Unidos Podemos Más, Agustín Uribe Rodríguez. (Presente)

Como Secretario Técnico, su servidor, Sergio Anguiano Meléndez. (Presente)

Como invitados tenemos a la Directora de la Dirección Jurídica Consultiva, licenciada Alma Patricia Sam Carbajal. (Presente)

De la Unidad de Comunicación Social, al titular, maestro Juan Carlos Muciño González. (Presente)

Informo, señor Presidente, que hay quórum legal, toda vez que están los consejeros con derecho a voz y voto y los representantes del partido político y coaliciones que se han mencionado.

Es cuanto.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Toda vez que existe quórum legal, y en términos del artículo 1.21 del Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo General, damos inicio formalmente a la presente sesión, siendo las 17 horas con 17 minutos del día 14 de julio del año 2011.

Le pido al Secretario Técnico que continúe con el siguiente punto del Orden del Día.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ: Con gusto, señor Presidente.

El siguiente punto del Orden del Día es el número dos y corresponde a la aprobación del mismo, por lo que procedo a dar lectura.

1. Lista de presentes y declaración de quórum legal.
2. Lectura y aprobación del Orden del Día.
3. Aprobación del Acta Estenográfica de la Décima Sexta Sesión Extraordinaria.
4. Informe de la Secretaría Técnica.
5. Informe bimestral de la ejecución del Plan de Medios 2011 por parte de la Unidad de Comunicación Social.
6. Análisis, discusión y, en su caso, aprobación del proyecto de acuerdo número 12 relativo a la valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados, así como las recomendaciones conducentes durante el periodo de campañas electorales 2011, correspondiente al tercer informe quincenal.
7. Presentación por parte de la empresa Verificación y Monitoreo, S.A. de C.V., del informe final de monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet 2011.
8. Análisis, discusión y, en su caso, aprobación del proyecto de acuerdo número 13, relativo a la valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados, así como las recomendaciones conducentes durante el proceso electoral 2011, informe final.
9. Presentación por parte de la Dirección de Partidos Políticos del informe final de monitoreo a medios de comunicación alternos y cine 2011.
10. Asuntos generales.

Es cuanto, señor Presidente.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Está a consideración de los representantes de los partidos políticos y coaliciones de los consejeros electorales y demás integrantes de esta Comisión la aprobación del Orden del Día.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Y les preguntaría si desean incluir algún asunto general para tratar en esta sesión o si hay alguna observación.

Tiene el uso de la palabra el Consejero Juan Carlos Villarreal Martínez y enseguida el maestro Juan Carlos Muciño González.

Adelante, Consejero.

CONSEJERO ELECTORAL, LIC. JUAN CARLOS VILLARREAL MARTÍNEZ: En base a lo que establece el artículo 1.22 del Reglamento para el Funcionamiento de Comisiones, me gustaría registrar en asuntos generales, Presidente, la necesidad de que se pueda incorporar en una próxima sesión de esta Comisión lo que podrían ser valoraciones finales del monitoreo a partir de las experiencias identificadas durante el presente ejercicio, de manera particular de aquellas que hemos dejado constancia en estas sesiones, y de las cuales le daré a la Presidencia un texto hacia el final de la sesión para que pueda servir de base para discusión si eventualmente se aprueba este tema.

Muchas gracias.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Gracias, Consejero.

El maestro Juan Carlos Muciño González.

JEFE DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, MTRO. JUAN CARLOS MUCIÑO GONZÁLEZ: Gracias, Presidente. Buenas tardes a todos.

Únicamente para solicitarle poder hacer una acotación en el punto cinco del Orden del Día que se está sometiendo a aprobación, solicitándole lo someta a consideración también de los integrantes de esta Comisión para que se le agregue las siguientes dos palabras, en virtud de que el informe bimestral que estaremos por rendir también ya incluye un informe acumulado.

Simplemente para que conste en el propio Orden del Día y en la Versión Estenográfica solicitar que pudiera decir: "Informe bimestral y acumulado de la ejecución del Plan de Medios 2011 por parte de la Unidad de Comunicación Social".

Por favor, gracias.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Correcto.

¿Algún otro comentario?

Tiene el uso de la palabra Agustín Uribe.

REPRESENTANTE DE LA COALICIÓN UNIDOS PODEMOS MÁS, LIC. AGUSTÍN URIBE RODRÍGUEZ: Gracias, Presidente.

Nada más para cubrir una duda, el punto que está proponiendo el Consejero Villarreal dice "valoraciones finales del monitoreo". ¿Pero cuál de ellos, el de monitoreo a medios alternos o

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

el monitoreo de medios electrónicos? Toda vez que el día de hoy se nos está también poniendo a consideración una valoración final del monitoreo a medios electrónicos.

No sé si pudiera puntualizarlo más.

CONSEJERO ELECTORAL, LIC. JUAN CARLOS VILLARREAL MARTÍNEZ: En su oportunidad lo precisaré.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: ¿Algún otro comentario, alguna otra información que requieran?

Si no hay más comentarios, está a consideración de los representantes de partido político y las coaliciones, así como de los consejeros electorales, la aprobación del Orden del Día, con la modificación propuesta por el maestro Juan Carlos Muciño González respecto del punto número cinco y el asunto general que ha registrado el Consejero Juan Carlos Villarreal.

Si no tienen más comentarios respecto de este punto, le solicito al Secretario pida el consenso de los representantes del partido político y coaliciones, así como del voto de los señores consejeros.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ: Con mucho gusto, señor Presidente.

Se solicita a los representantes de partido político y coaliciones manifiesten su consenso respecto del Orden del Día, con las observaciones ya manifestadas por el Presidente de esta Comisión.

Existe el consenso.

A los señores consejeros electorales, solicito respetuosamente si están de acuerdo en el Orden del Día, sírvanse manifestarlo levantando la mano.

Aprobado por unanimidad, señor Presidente.

Es cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Antes de solicitar al Secretario Técnico que continúe con el siguiente punto del Orden del Día, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 1.23 de Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo y en virtud de que oportunamente les fue remitida la documentación que integra sus diferentes puntos, le pido al señor Secretario pregunte a los integrantes de esta Comisión si existe consenso y aprobación para la dispensa de lectura de los mismos.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ: Con gusto, señor Presidente.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Solicito a los representantes del partido político y coaliciones manifiesten su consenso respecto a la dispensa de la lectura de los documentos que en su oportunidad les fueron entregados.

Existe el consenso.

Solicito respetuosamente a los señores consejeros manifiesten su aprobación de la dispensa de la lectura de los documentos levantando la mano.

Aprobado por unanimidad, señor Presidente.

Es cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Pasemos al siguiente punto del Orden del Día, por favor, señor Secretario.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ: Con gusto, señor Presidente.

El siguiente punto del Orden del Día es la aprobación del acta estenográfica de la sesión anterior.

Es cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Si existen observaciones o comentarios respecto del acta de la Décima Sexta Sesión Extraordinaria por parte de los representantes del partido político y coaliciones o de los consejeros, está a su consideración.

De no existir observaciones, le solicito al Secretario proceda a recabar el consenso y la aprobación correspondiente.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ: Con gusto, señor Presidente.

Solicito a los representantes del partido político y coaliciones presentes manifiesten su consenso respecto del acta de la Décima Sexta Sesión Extraordinaria que en su oportunidad les fue entregada para su conocimiento.

Existe el consenso.

A los señores consejeros electorales integrantes de esta Comisión les solicito manifiesten su aprobación del acta ya referida levantando la mano.

Aprobado por unanimidad, señor Presidente.

Es cuanto.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Proceda con el siguiente punto del Orden del Día, por favor, señor Secretario.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ: El siguiente punto del Orden del Día es el punto número cuatro y corresponde a la presentación del informe de la Secretaría Técnica de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Tiene uso de la palabra el Director de Partidos Políticos, doctor Sergio Anguiano Meléndez, para la presentación del informe de la Secretaría Técnica.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ: Con gusto, señor Presidente.

Informe de la Secretaría Técnica.

En relación al monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e internet, en fecha 4 de julio se remitió al maestro en derecho Jesús Jardón Nava, Presidente de esta Comisión, el tercer informe quincenal de monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e internet del periodo de campañas electorales 2011, entregado por la empresa Verificación y Monitoreo, S.A. de C.V.

En fecha 8 de julio se recibió de la empresa Verificación y Monitoreo, S.A. de C.V., el informe final de monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e internet.

En relación a monitoreo a medios de comunicación alternos y cine, en fecha 11 de julio se recibió el informe final del monitoreo a medios de comunicación alternos por parte de los vocales de organización de las 45 juntas distritales.

Del 11 al 13 de julio se elaboró el tercer informe quincenal y final de monitoreo en cine.

En relación al tema de acceso a medios, en fecha del 15 al 21 de junio se remitió a los integrantes de esta Comisión el informe de verificación y monitoreo del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral correspondiente al periodo de campañas electorales.

Es cuanto al informe, señor Presidente, estamos a sus órdenes.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Está a consideración de los integrantes de la Comisión el informe que presenta la Secretaría Técnica.

Si no existen comentarios respecto de este punto lo tendríamos por presentado.

Señor Secretario Técnico, continúe con el siguiente punto.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ: Con gusto, señor Presidente.

El siguiente punto es el número cinco y corresponde a la presentación del informe bimestral y acumulado de la ejecución de plan de medios 2011 por parte de la Unidad de Comunicación Social.

Es cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Tiene el uso de la palabra el Jefe de la Unidad de Comunicación Social, maestro Juan Carlos Muciño González, para la presentación del punto del Orden del Día.

JEFE DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, MTRO. JUAN CARLOS MUCIÑO GONZÁLEZ: Muchas gracias, Presidente.

Buenas tardes, otra vez, a todos.

Como recordarán, la Unidad de Comunicación Social está dando cumplimiento a lo que se le instruyó en el seno de esta Comisión para rendir informes correspondientes sobre la ejecución del Plan de Medios 2011, específicamente en lo relativo al desarrollo del proceso electoral.

De tal suerte que, como recordarán también, en el bimestre marzo-abril se rindió ya el primer informe a este respecto, y en este momento estamos dando cumplimiento a la rendición del segundo informe bimestral sobre la ejecución de este plan, incluyendo también ya el acumulado de ambos reportes.

El documento, como ustedes saben, fue remitido oportunamente con la convocatoria respectiva, y trataré de hacer una síntesis de lo que se está reportando en dicho documento.

Este informe corresponde al periodo del 23 de abril al tres de julio, y en el periodo que se reporta en cuanto a la difusión en medios impresos el Instituto Electoral del Estado de México contrató espacios o pagó inserciones en medios impresos de comunicación, tanto de cobertura nacional, regional y estatal, en 272 espacios para difundir diversas informaciones y campañas, entre ellas convocatorias de observadores electorales, la convocatoria de debates públicos, la convocatoria del programa de resultados electorales preliminares, el Centro de Orientación Ciudadana, la transmisión de los dos debates públicos del ocho y 22 de junio, el programa o la aplicación “Ubica tu casilla”, y todas las campañas que en materia de promoción del voto se fueron desarrollando con sus respectivas subcampañas.

En este periodo se puede observar que gráficamente se fue intensificando la campaña: En el mes de abril evidentemente se observan pocas inserciones, pero esto porque del periodo que se informa únicamente fueron siete días ya del mes de abril que fueron contratados espacios.

En mayo se intensificó la difusión en medios de comunicación impresos, contratándose 111 espacios, en junio 131, y tan solo del uno al tres de julio 16 espacios en estos medios de comunicación, dando un total de las 272 inserciones pagadas que ya referí.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

En cuanto a la cobertura podemos observar que el 54 por ciento de las inserciones de las campañas y todo lo que ya también comenté, en términos de la difusión que realizó el Instituto en este periodo, 54 por ciento estuvo orientado a inserciones en medios de comunicación con cobertura regional, y el restante 46 por ciento, dividido 23 por ciento y 23 por ciento, en prensa, cobertura nacional y estatal.

Prácticamente lo que más ha utilizado esta unidad en términos de inserciones son cuartos de plana seguido por medias planas, cintillos, octavos, tercios y, finalmente, algunas planas también, por ser las piezas más comunes, pero también las más eficientes en términos también del manejo de recursos.

Por lo que hace la difusión en medios electrónicos, como todos ustedes saben, se ha ido realizando con base en el calendario que se tuvo para el periodo de proceso electoral en el Estado de México de acuerdo a los diversos periodos.

En el primer informe que se rindió dimos cuenta del desarrollo del spoteo en el periodo de precampañas, al menos del 28 de marzo, que empezaron las precampañas, al 6 de abril e incluyó todavía algunos días del 7 al 22 de abril, es decir, 16 días.

Para este periodo abarca ya 23 días del periodo de intercampañas, los 45 íntegros de las campañas electorales y los cuatro días del denominado "periodo de reflexión" y también la propia jornada electoral.

Como también todos ustedes saben, se trató de una pauta en un catálogo integral de medios para el Estado de México, cuya señal se originó en el D.F., o se origina en el D.F. y en el Estado de México de 62 medios de comunicación, tanto estaciones de radio, como canales de televisión.

Y en el siguiente cuadro acumulado en la página 13 del documento que ustedes tienen en su poder, se puede observar la cantidad de spots que se tuvo por parte de, o más bien, para el Instituto a través de los tiempos de estado.

Del 23 de abril al 15 de mayo de 2011, que fueron 23 días, estamos hablando de 54 mil 188 spots durante los 45 días de las campañas electorales, del 16 de mayo al 29 de junio, 66 mil 960 spots y en el periodo de reflexión que fueron únicamente cuatro días, incluida el día de la jornada electoral, 9 mil 424 spots, dando un total de 130 mil 572 spots en los medios de comunicación ya referidos.

Por lo que hace a la publicidad en medios alternos o alternativos, en cuanto al Sistema de Transporte Colectivo Metro, en el mismo periodo que estamos informando a esta Comisión, se contrataron 14 paneles de andén.

Y vale la pena decir que en este periodo fueron dos las campañas que estuvimos difundiendo en todos estos medios de comunicación, tanto en electrónicos como alternos e impresos que fue la versión de la campaña "Hazlo Importante" y la versión de la campaña "Haz que Suceda", ahí hay unos ejemplos de esta campaña desarrollada por el Instituto.

**Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria**

Por lo que hace al tren suburbano, se rentaron 331 espacios publicitarios con las mismas campañas, el detalle de las estaciones y los espacios contratados también está ahí definido, trataré de omitirlo para no agobiarles en el tiempo.

Y por lo que hace a la publicidad en parabuses fueron 170 espacios publicitarios con dos cambios de arte en relación a las dos campañas que también he referido.

Los municipios de cobertura con los parabuses también ya se ha informado, desde que se presentó el plan de medios, son prácticamente municipios de la zona conurbada de la Ciudad de México, el Valle de México y algo de la zona oriente, que es Huixquilucan, Naucalpan, Tlalnepantla, Atizapán de Zaragoza, Tultitlán, Cuautitlán Izcalli, Coacalco y Ecatepec.

También ya fue informado, en su oportunidad, y esta vez lo reiteramos, fueron tres espacios publicitarios en puentes peatonales con una cara de puente bonificada, esa cara se bonificó en la avenida Alfredo del Mazo, la salida del norte, hacia el norte, más bien, del Estado, en esta ciudad de Toluca.

Y las dos campañas también que se difundieron son las que he venido también comentando.

Continuamos también con estas dos campañas en las carteleras espectaculares que el Instituto gestionó con el gobierno del Estado de México.

Vale la pena decir que actualmente seguimos teniéndolas en préstamo para la última etapa de la campaña de agradecimiento, pero bueno, se trata de esas 10 carteleras ubicadas en los puntos que están determinados en la página 26 del documento.

Y como ustedes saben, también tenemos dos carteleras aquí ubicadas en Paseo Tollocan, que son propiedad de este Instituto, en las cuales también hemos estado difundiendo las mismas campañas.

Por lo que hace a la publicidad en transporte público, en autobuses, en este periodo para la región Valle de México y zona Oriente contamos con 153 autobuses contratados tanto con publicidad integral, como únicamente en medallones.

Y en el Valle de Toluca con 63, lo que nos da un total de 216 autobuses.

Y con relación a los medios digitales, recordar que continuamos, incluso estamos vigentes en algunas páginas hoy en día con la campaña de agradecimiento, estuvimos en los principales correos electrónicos como Yahoo, Hotmail, en buscadores como Google, sitios de noticias, como Universal, Milenio, Jornada; en fin, agencias de noticias y otras páginas relacionadas con medios de comunicación, otras agencias noticiosas y páginas de columnistas.

Simplemente para ilustrar colocamos algunos ejemplos en el informe que estamos rindiendo este día.

Asimismo, en el primer informe aquí dimos cuenta de la distribución de dos millones y medio de volantes, que fueron orientados prácticamente a incentivar la capacitación electoral.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Y con relación a este otro volante, que también fue conocido por la Comisión de Promoción y Difusión de la Cultura Política Democrática, es importante referir que otros dos millones y medio de volantes se distribuyeron a través de los capacitadores del Instituto que se encontraban en campo visitando a los ciudadanos insaculados para fungir como funcionarios de casilla, al mismo tiempo que se encontraban realizando recorridos durante la primera etapa de notificación y capacitación y la segunda insaculación y la segunda etapa de entrega de nombramientos y capacitación a funcionarios de casilla designados.

Estos volantes también fueron distribuidos de esa manera y un remanente fue distribuido por la brigada de Comunicación Social, alrededor de 115 mil volantes en diferentes centros educativos, sobre todo de nivel básico, en virtud de que este volante estaba orientado más bien a padres de familia.

Por lo que hace a la brigada de comunicación social, intensificó sus actividades en diversos centros laborales, empresas, planteles e instituciones educativas, plazas públicas, en eventos masivos, centros comerciales, universidades, en donde fundamentalmente distribuimos volantes y carteles.

Las muestras de algunas de las campañas en el periodo que se informa también se encuentran referidas en la página 46.

En suma, la brigada de Comunicación Social en este periodo vistió 957 lugares o espacios, el 62 por ciento estuvieron orientados a instituciones o espacios educativos, es decir, 598 de la cantidad; 332 centros laborales o empresas, es decir, el 35 por ciento; y casas de cultura y ferias de empleo un remanente menor que en total, entre empresas, centros laborales, casas de cultura, ferias de empleo, en fin, dan un 38 por ciento de espacios.

La Unidad de Comunicación Social, con base en la estrategia desarrollada y en el Plan de Medios, también dedicó buena parte de la cobertura con la brigada a atender la zona oriente de nuestra entidad o la región oriente y el Valle de México, contemplando prácticamente la mitad de los espacios visitados en esta zona y el restante en el Valle de Toluca, zona norte y zona sur de la entidad.

Con esto estaríamos concluyendo el segundo informe bimestral y simplemente hacer del conocimiento de la Comisión el acumulado de los dos informes, el que ya rendimos en el bimestre marzo-abril y que en total nos estaría arrojando los siguientes datos:

Prácticamente del dos de enero al tres de julio, día de la jornada electoral, la Unidad de Comunicación Social tuvo a bien haber contratado 415 inserciones pagadas en los medios que ya referí, con las campañas también ya planteadas.

En un cronograma y en términos de cantidades se puede observar de enero a julio la evolución y la intensificación que se tuvo en términos de inserciones en el periodo que muestra las 415 inserciones pagadas.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Hay una mayor cantidad, un 51 por ciento de inserciones en prensa con cobertura regional, 29 por ciento en inserciones en prensa con cobertura estatal y 20 por ciento de inserciones en prensa con cobertura nacional.

Por lo que hace a los medios electrónicos, el gran total de spots que se tuvo en el periodo, ahí quizás está mal, quedó 28 de marzo al tres de julio... Ah, no, está bien, perdón.

En el periodo que fue aprobado por parte del IFE en términos de la difusión con tiempos de Estado, tenemos el gran total que nos arroja que en precampañas, en los 10 días que duraron, el Instituto Electoral del Estado de México contó con 17 mil 360 spots; en el periodo de intercampañas, con 91 mil 884; en las campañas, 66 mil 960 spots, y en el periodo de reflexión, 9 mil 424 spots, dando un total de 185 mil 628 spots tanto en radio como en televisión.

En total, en el Sistema de Transporte Colectivo Metro se mantuvieron los 14 pátines de andén con las diversas campañas, los 381 espacios publicitarios en tren suburbano, incluida la publicidad que se contrató dentro de los vagones de dicho medio de transporte, 170 parabuses o caras de parabús, los tres espacios publicitarios en puentes, 10 carteleras espectaculares del Gobierno del Estado, las dos carteleras del Instituto, 216 autobuses, la distribución de 5 millones de volantes a través de nuestros capacitadores; medio millón, un poco más de medio millón de volantes distribuidos a través de la brigada de Comunicación Social, y finalmente carteles, casi 8 mil carteles distribuidos también a través de este equipo de trabajo integrado para atender la campaña en tierra de la Unidad de Comunicación Social.

En total de los dos informes, la brigada de Comunicación Social habría visitado entonces más de mil 700 espacios, más de la mitad en el Valle de México y la zona oriente y distribuyendo más de medio millón de piezas de comunicación entre volantes y carteles.

Con esto, Presidente, integrantes de esta Comisión, la Unidad de Comunicación Social somete a la consideración de todos sus integrantes este segundo informe bimestral y acumulado de la ejecución del Plan de Medios 2011 en lo que respecta al proceso electoral de gobernador, que nos sigue ocupando y que al menos hasta la jornada electoral estamos dando cuenta.

Es cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Muchas gracias, maestro.

Está a consideración de los integrantes de la Comisión el informe que rinde el titular de la Unidad de Comunicación Social.

Tiene el uso de la palabra Agustín Uribe Rodríguez.

REPRESENTANTE DE LA COALICIÓN UNIDOS PODEMOS MÁS, LIC. AGUSTÍN URIBE RODRÍGUEZ: Gracias, Presidente.

Una duda y una reflexión.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

El informe que nos están dando contempla cerca de 185 mil impactos en radio, televisión y prensa.

El informe que nos entrega Verificación y Monitoreo es alrededor de 194 mil aproximadamente, sumas más, sumas menos, entre radio, televisión y prensa.

Obviamente yo no sé si estos más de 10 mil de diferencia pueda ser lo que pautó el IEEM entre el 17 y el 28 de marzo antes de iniciar el periodo que formalmente nos está presentando la Unidad de Comunicación Social como informe.

Esa sería la duda, esta diferencia, que seguramente puede ser solventada.

Y la otra es que muy al inicio del proceso electoral, cuando empezamos a discutir el asunto del Plan de Medios, cuando se nos presentaron varias de las propuestas de elementos y del mensaje de campaña, lo que discutíamos en aquel momento es que en forma desafortunada se habla de todo lo que se hizo, pero no sabemos si funcionó o no funcionó, hasta qué grado, qué nivel de penetración tuvieron las dos campañas que se nos están informando ahora, todas las campañas que se elaboraron qué grado de penetración tuvieron en la sociedad y qué grado de retención tuvo la propia sociedad de la información que estuvo difundiendo el Instituto Electoral del Estado de México.

Yo recuerdo que en aquella ocasión el Consejero Villarreal y el Consejero Vilchis coincidían en la necesidad de que después del proceso electoral se pudiera hacer un análisis de hasta qué punto llegaba el impacto de las campañas de difusión del Instituto Electoral.

Y lo pongo sobre la mesa ya que los estudiosos de la comunicación, los estudiosos de los medios de opinión coincidieran que para evaluar si funcionó o no funcionó una campaña, esta evaluación debe de realizarse durante el tiempo en que se lleve a cabo o, en su defecto, posterior al que se lleve a cabo; pero no debe de separarse tanto de ella en virtud de que se puede perder con el tiempo. A mí sí me gustaría poner sobre la mesa esta situación.

Yo recuerdo que el Consejero Martínez Vilchis comentaba la viabilidad incluso de que se pudiera ponderar o comentar a través de la Comisión de la cual él preside, de Promoción y Difusión de la Cultura Política.

Ésta representación sí pone sobre la mesa la viabilidad, el interés que tendríamos de que se pudieran evaluar las campañas, no nada más fue una, si no mal recuerdo fueron cuatro, las campañas que ha estado realizando el Instituto, y particularmente las que tienen que ver con el proceso electoral. Que no dejemos esto como se han dejado otras, sin evaluarse.

Sí quisiéramos conocer la posición respecto a esto, que es un tema que abordamos al inicio del proceso electoral, y que se había quedado la viabilidad de que lo pudiéramos realizar al finalizar este.

Por el momento es cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Gracias.

Tiene el uso de la palabra el Consejero José Martínez Vilchis.

CONSEJERO ELECTORAL, DR. JOSÉ MARTÍNEZ VILCHIS: Gracias, Presidente.

Buenas tardes.

Con dos comentarios, Presidente: El primero dirigido al Jefe de Comunicación Social, para reconocer el trabajo que se ha hecho para el proceso electoral que terminó, muy abundante el trabajo de la Unidad de Comunicación.

En ocasiones comentamos con él directamente opiniones institucionales y particulares sobre la forma en que se diseñaban incluso las piezas de comunicación, lo observamos en el desempeño de sus opiniones para diferentes normatividades que modificamos; y luego vino la vorágine del proceso, y el trabajo ya en acción.

Yo observé de parte del Jefe de Comunicación un interés claro en hacernos participar a los consejeros por sugerencia de nosotros, abrir espacios a partidos políticos en los medios en los que habría de ejercer gestión, y en resistir las opiniones a favor y en otras ocasiones no tan a favor sobre lo que había que mejorar profesionalmente, de tal manera que felicito esa actitud de la Unidad de Comunicación; este es un proceso que nos llevó a todos a hacer sugerencias, algunas fuertes, otras moderadas, como las que se han hecho en la Dirección de Partidos Políticos, pero bien atendidas.

De tal manera que no tengo más que reconocer ese trabajo que ahora se resume en el plan de medios que fue muy bien presentado, que ahorita nos acaba de presentar, el bimestral y el final. Ese es un comentario.

El otro es en razón de lo que nos dice el representante de la Coalición Unidos Podemos Más, que creo que se puede recoger, Agustín, en la investigación que se está pensando realizar, en donde ya ha habido aportaciones importantes acerca de las razones del voto en el estado.

El Consejero Villarreal nos ha circulado ya una opinión para que la empecemos a valorar acerca de una parte de esta investigación; yo la considero una parte, que es el análisis sociodemográfico del votante, que ya ha estado él estudiando.

Yo opino que podemos ir a una investigación más grande que busque razones del voto más a fondo, que analice lo que han opinado otros intelectuales que han escrito sobre el voto en México, como Alejandro Moreno y algunos otros que recientemente han hecho abundantes trabajos.

Y en esta parte medir el impacto de las campañas del Instituto Electoral, esto que está sugiriendo Agustín, en el ámbito del votante; y no sólo eso, sino si realmente nos están recibiendo, si estamos teniendo algún beneficio.

Esto no se ha medido, Agustín, tú lo sabes, no ha habido un investigador que diga: Voy analizar qué tanto el trabajo que hacen los institutos electorales en los estados realmente ayudan o no a que se incremente la participación electoral. Eso no lo sabemos a detalle, no

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

sabemos si esto impacta o no, o qué tanto hacemos jornadas de promoción del voto, se hacen diferentes estrategias y cómo medimos si efectivamente eso ayudo o, al contrario, inhibió la participación.

Yo creo que ahora tenemos un tiempo valioso, un presupuesto que ha puesto a consideración el propio Jefe de Comunicación Social y varias opiniones.

Una ya muy analizada por parte del Consejero Villarreal sobre la parte sociodemográfica del votante que ya nos ha sugerido. Entonces, creo que es el momento para diseñar un método de investigación que a todos satisfaga y en el que participemos partidos, consejeros, y toda la gente interesada.

Para mí esta parte que sugiere Agustín Uribe, puede conectarse a esta investigación, hacer a lo mejor una herramienta de recopilación de información a la encuesta a un grupo de enfoque, lo que sea oportuno para preguntarle a la gente realmente qué tanto piensa que lo que estamos haciendo como publicidad institucional siquiera les llama en algo la atención.

Yo creo que eso es ahora la oportunidad. Está a punto de terminar el CEFO, una propuesta de método de investigación que le queremos presentar a todos y también al Consejero Villarreal que ya tiene una propuesta también de acuerdo interesante.

Y sí aprovechar estos meses que tenemos enfrente, que no son muchos, de relativa calma para empezar a avanzar en la investigación, tener algún producto para octubre que sirva para la siguiente jornada de promoción del voto y continuar con una investigación de largo aliento, quizás hasta diciembre o enero un poco más larga.

Yo diría que sí es oportuna la observación que hace Agustín Uribe, Presidente, que la podemos incorporar si todavía la podemos afinar por escrito para que le entremos todos a un método de investigación que nos aliente a todos.

Yo creo que es oportuno su comentario y lo tomo en consideración, Presidente.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Tiene el uso de la palabra el Consejero Juan Carlos Villarreal Martínez.

CONSEJERO ELECTORAL, LIC. JUAN CARLOS VILLARREAL MARTÍNEZ: Solamente para precisar y tratar de distinguir.

Por supuesto, que las observaciones que formula Agustín son de tomarse en cuenta y me parece que el Instituto debe de darse a la posibilidad de realizar investigaciones que permitan profundizar y mejorar no solamente en las estrategias de comunicación, sino en el diseño de las políticas públicas del Instituto.

Pero sí me gustaría precisar que es muy difícil que ahora se puedan hacer evaluaciones de campaña después de que ya sucedieron los hechos.

La característica central de una evaluación, o cualquier investigación, básicamente es las ex ante y la ex post, es justamente entre lo planificado y lo realizado, es decir, y Agustín lo sabe perfectamente bien.

Cuando una campaña se lanza se mide en grupos de enfoque y se hacen diversos métodos para evaluar si esa campaña tiene el pretendido alcance que se está buscando y si va a tener el impacto que se requiere.

Y me parece que en el Instituto no tenemos esa experiencia, es decir, las campañas no se hacen así, y eso no es culpa de la Unidad de Comunicación Social.

Como diseño institucional nunca se ha orientado a una política institucional que permita, primero, definir el objetivo, entonces sí, planificarlo; otorgarle recursos para que presupuestalmente se haga.

Y naturalmente estando identificado en el programa de actividades y presupuestado, evaluar desde una comisión que esto suceda.

Si esto no es así, entonces la investigación que vamos a hacer es ex post; y una investigación con estas características va, básicamente, a fundarse sobre el nivel de recordancia que tengan los ciudadanos sobre determinadas campañas. Y para eso no creo que se requiera ser un gran científico para saber.

El IFE, que tiene 20 años de experiencia en la materia, se lleva de calle a cualquier organismo electoral en términos de estrategias de comunicación. Esa es una verdad de Perogrullo.

Ahora, ¿cómo podemos medir las estrategias de comunicación? Me parece que sí habría varios instrumentos y otros mecanismos que por lo demás eso hay que reconocerlo y ahí yo quiero ir concluyendo con esta intervención.

Hay que reconocer, la Unidad de Comunicación Social sí tiene en su presupuesto y en su programa de actividades mecanismos de evaluación, que si no mal recuerdo, me corregirá el maestro Muciño, están previstas para julio-agosto, atendiendo un poco lo que plantea Agustín.

Me parece que limitando un poco la pretensión de lo que se busca, sí conviene que el Consejo General realice investigaciones, haga que concurran esfuerzos, pero delimitando perfectamente bien lo que pueda arrojar una investigación y otra.

El doctor Martínez Vilchis daba cuenta de un documento que me ayudaron a elaborar en mi oficina y que ya de manera más o menos clara te permite ver que nueve municipios que representan prácticamente el 50 por ciento de los electores, son realmente los arrastran el comportamiento electoral en el estado.

Y que estos nueve municipios tienen un comportamiento típico en elecciones locales y uno completamente distinto en elecciones nacionales.

Ya de antemano yo puedo decirlo ahora, y dentro de un año si sigo aquí me lo podrán reclamar, el nivel de participación para la próxima elección va a ser más alta que ésta.

¿Por qué? Porque los factores de identidad que tienen los electores metropolitanos así lo han demostrado en el 2006 y en el 2009, y nada va a hacer cambiar para el 2012 por la sencilla razón de que hay municipios que prácticamente han duplicado su población en 15 años.

Y cuando uno ve la conformación de la Lista Nominal de municipios como Chimalhuacán o Huehuetoca, siete de cada 10 no son originarios del Estado de México; y de ese porcentaje de los que no son originarios del Estado de México, el 46 por ciento es originario del Distrito Federal.

¿Qué campaña se puede montar si de estos datos que ahora yo puedo dar no los tuvimos antes para el diseño de una estrategia de comunicación?

Esa es la gran diferencia entre una investigación que pretenda planificar a futuro y una que pretenda solamente describir lo que pasó.

Y me parece que lo que está proponiendo el doctor Martínez Vilchis, y yo me sumo completamente a esa idea, es que realicemos una investigación que le permita al Instituto hacer el diseño de políticas públicas, a efecto de planificar para el 2012 de manera adecuada con un buen diagnóstico del 2011 y con herramientas suficientes que le permitan a las unidades administrativas hacer en su presupuesto las consideraciones necesarias para entonces sí, medir antes incluso de lanzar las campañas que el Instituto realice.

Si no de otra forma lo que vamos a medir ahora, la eficacia respecto de las campañas puede ser incluso engañoso, puede ser muy engañoso, vamos a depender mucho del nivel de recordancia que tenga la gente. Por un lado.

Y por otro, con la simetría que tiene el estado, si tú por la muestra que se haga Ecatepec o cualquiera de los municipios metropolitanos terminan determinando por el porcentaje solamente de la muestra que se haga en nivel de recordación que tienen, ya adelantamos los resultados, hombre.

Es claro que en la zona metropolitana, por más esfuerzo que se haga, el diseño de comunicación política que tenemos lleva a que esté muy restringida la colocación de spots del Instituto.

Me parece, Presidente, que todo eso ya lo sabemos; es decir, todo eso ya lo sabemos.

Lo que no sabemos y me parece que sí es necesario realizar es qué instrumentos, con qué métodos, bajo qué lógica debemos hacer el diseño de políticas públicas para el próximo año.

Si no, yo presiento que el tipo de investigación que tenga una pretensión distinta va a convertir a la investigación en un muro de lamentaciones y solamente vamos a identificar todo aquello que hicimos mal, y evidentemente lo hicimos mal porque no teníamos ni un diagnóstico ni una planificación adecuada. Y eso ya lo sabemos ahora.

Medir con los ojos de hoy lo que se hizo en el pasado, es la manera más eficaz de volver a repetir los errores.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Me parece que lo que tendríamos que hacer, como dice la conseja de este investigador inglés *Beeckol*, si no mal recuerdo, nunca la misma medicina repetida a nuevas enfermedades ha curado. Tendíamos que encontrar nuevas medicinas para las actuales enfermedades, de otra manera ninguna investigación creo que podría ser útil.

Perdón por extenderme, Presidente, pero creo que amerita que nos pronunciemos en esta Comisión, como seguramente lo harán en la Comisión de Promoción de la Cultura Política Democrática y lo haremos en la Comisión de Organización y Capacitación, para que hagamos un esfuerzo integral; si no, pequeñas porciones de pastel no van a ayudar al Instituto, si cada uno lo ve con los ojos de su Comisión.

Creo que tendría que ser un esfuerzo integral y yo me sumo a la propuesta del Consejero Martínez Vilchis para que, efectivamente, sea un trabajo integral, recojamos el planteamiento de Agustín, pero creo que vale la pena hacer un proyecto integral que le dé salida a esta inquietud.

Sería cuanto, Presidente.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Gracias, Consejero.

¿Algún otro comentario respecto del tema?

Juan Carlos Muciño y enseguida Agustín Uribe, por favor.

JEFE DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, MTRO. JUAN CARLOS MUCIÑO GONZÁLEZ: Gracias, Presidente.

Nada más para contestar la pregunta que planteó Agustín en torno de la variación que habría que en las cifras reportadas. Realmente lo que hicimos fue hacer el cálculo numérico, sumarizar y multiplicar los espacios que tenemos por tiempos, teníamos hasta ese momento tiempos de Estado, dada esa cantidad, 185 mil.

Lo que reporta la empresa, obviamente 194 mil, incluye impresos, que si bien lo contratado por nosotros arroja 415, se va a 186 mil, aún quedan 8 mil piezas de comunicación identificadas, pero no hay que perder de vista que también ahí van todas las notas informativas generadas en el periodo, que no necesariamente están reportadas acá como lo contratado por el Plan de Medios.

Me refiero a toda la información difundida y publicada en radio, televisión y en los propios medios impresos e inclusive los medios digitales.

Me parece que la gran diferencia puede oscilar ahí, Agustín, en la parte de información ya como tal difundida por todos los medios de comunicación que estuvieron dando cobertura al proceso electoral y que ha sido monitoreado por la empresa.

Yo quisiera dar esa respuesta no como una hipótesis, como quizá una aproximación a lo que pudiera estar ocurriendo en términos de esa diferencia en términos numéricos.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Y ya los consejeros, el Consejero Martínez Vilchis y el Consejero Villarreal Martínez ya han hecho los pronunciamientos que prácticamente suscribo, pero que además simplemente sí lo que haría es precisar que la Unidad de Comunicación Social, en reconocimiento a este ejercicio también de autocrítica, que debemos hacer y que hoy nos da la posibilidad de hacerlo, logramos que ya en esta ocasión, en este ejercicio fiscal pudiéramos contar con un presupuesto o una partida presupuestal específica asignada y además programada para efectos de poder evaluar las campañas.

Así está diseñado, así estaba diseñado originalmente, coincidimos en la apremiante necesidad de que así se haga, de que se evalúe lo que hicimos.

Pero sobre todo creo que sí es importante aprovechar que si hay un recurso institucional y que si hay una suma de voluntades, pero sobre todo de intereses institucionales a través de las diversas comisiones para que no nada más se evalúe, sino con una visión más prospectiva se indague o se trate de explorar en la medida de lo posible con método cuáles son las razones del voto o bien del abstencionismo, creo que tenemos ante nosotros esa gran posibilidad, entonces aprovechémolas y no únicamente hagamos un balance o un análisis *ex post*, como ya lo ha referido Juan Carlos.

Hay el presupuesto, Agustín, para el conocimiento de todos los integrantes de la Comisión, incluso está previsto para ya en estas semanas o en agosto tener ya todo listo para ejecutar la investigación o bien el estudio, que además ya también fue planteado en el seno del Consejo General casi a la conclusión de la jornada electoral, más bien posterior a la jornada electoral, una vez vistos los niveles de participación ciudadana.

Creo que hay que aprovechar esta gran oportunidad y creo que eso nos va a llevar a estadios que el Instituto Electoral del Estado de México no ha tenido la posibilidad de explorar.

Y veámoslo como una plataforma de lanzamiento para lo que pudiera estar por venir en las campañas que además también se realicen más adelante.

Yo con esto quisiera concluir mi intervención, Presidente, muchas gracias.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Gracias, maestro.

Tiene el uso de la palabra Agustín Uribe.

REPRESENTANTE DE LA COALICIÓN UNIDOS PODEMOS MÁS, LIC. AGUSTÍN URIBE RODRÍGUEZ: Gracias, Presidente.

Ya sin ánimo de discutir, inicio planteando la disponibilidad que tenemos de aportar en lo que se pueda para hacer este tipo de trabajos y de investigaciones.

Difiero en algunas cosas, toda campaña de difusión debe de ir girada con un mínimo de variables, nosotros al principio comentábamos que era necesario que se hiciera todo lo que planteó el Consejero Villarreal, nosotros decíamos "hay que hacer la investigación y el diagnóstico para saber qué vamos a decir, cómo lo vamos a decir y dónde lo vamos a decir y cuánto lo vamos a decir".

El argumento fue: Ya estábamos por entrar, los tiempos, ya no había tiempo, no había disponibilidad también para hacer esa investigación o ese diagnóstico, y entonces yo recuerdo muy bien que en aquella ocasión lo que se propuso sobre la mesa fue: Bueno, ya estamos por entrar al proceso, ya no hay posibilidad de hacer un grupo de enfoque, de hacer algún estudio de opinión con el propósito de ver qué mensajes vamos a promover. Dejémoslo para el final.

Hoy en el final lo que se comenta es, ya no podemos hacer el final, porque no hicimos anteriormente lo otro.

Yo tengo entendido, y tal como nos lo manifestó el Consejero Villarreal y ahorita el maestro Muciño, si está la disponibilidad presupuestal para hacer algún tipo de evaluación con algún mecanismo, a bajo costo, porque conozco también que no es mucho el dinero, habrá que valorar qué mecanismo utilizamos.

A nosotros lo que sí nos interesa es saber si funcionó o no funcionó la difusión del IEEM.

La difusión del IEEM, si bien es cierto, una parte era promoción del voto, no estaba totalmente bajo esos hombros, bajo esa campaña que la gente fuera a agotar.

Es decir, de la campaña del Instituto yo creo, o por lo menos esta representación no esperaba que disminuyera el abstencionismo; o sea, la campaña estaba dirigida a difundir que estábamos en proceso electoral, a que la gente participara, que escogiera, a que participara de las mesas directivas.

No somos tan radicales en el sentido de que es que sobre la campaña del IEEM estaba el disminuir el abstencionismo. No, consideramos que es corresponsable, hay una corresponsabilidad.

Claro, pero tampoco es totalmente del otro lado, no es culpa de los partidos políticos, como algunos comentan, no es así; ahí es, diría el Consejero Villarreal, una cuestión multifactorial.

Y hay que analizarlo, y me sumo a la idea de hacer ese análisis de cuáles son las características del votante del Estado de México y qué fue lo que sucedió en el proceso 2011.

Pero entendemos que no estaba con esa carga la campaña; pero sí necesitamos saber si lo que mínimamente buscábamos, seguramente la Unidad de Comunicación Social tenía su diagnóstico, sabía a qué público iba dirigido, y estaba planificado.

Tan es así que nos está mostrando cantidades que tenía que insertarse, qué difundirse, y se han cumplido. Hasta donde tengo entendido se cumplió la meta de lo que se proyectó.

Es decir, sí había una planificación, sí había un diagnóstico, porque el público era general, de los 18 años para arriba; pero sí debió de haber una idea para insertarla en el público.

Yo no creo que no haya habido un diagnóstico, no creo que no haya habido una planificación. Entiendo que en ese momento no se podía hacer como lo hubiésemos querido.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Pero ya si se tiene la disponibilidad de hacerlo, nada más busquemos qué mecanismo es el más idóneo para saber, aunque sea post, pero para saber si esta campaña, hasta qué grado de penetración tuvo la campaña.

Lo que siempre hemos peleado aquí en el Instituto, ya queremos que la gente ya no lo confunda con el IFE. Por lo menos logramos eso, sí logramos la diferenciación, porque todavía hubo gente que pensaba que estábamos en una elección nacional. Ahí está medio crítico.

Esas son nada más las últimas acotaciones; ojalá nos puedan tener, les solicitaríamos de la manera más atenta nos pudieran estar informando cuál es el mecanismo, cuándo se va hacer, y ojalá pudiéramos tener los resultados posteriormente.

Es cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Gracias.

Tiene el uso de la palabra el Consejero Juan Carlos Villarreal.

CONSEJERO ELECTORAL, LIC. JUAN CARLOS VILLARREAL MARTÍNEZ: Solamente para que no se quede con la duda, Agustín, respecto de la calificación o el impacto que tuvo la estrategia de comunicación del Instituto.

Un estudio muestral que hace la Universidad Autónoma del Estado de México en pleno proceso determina, primero, en la calificación promedio que tienen las instituciones que son medidas, entre ellas naturalmente la Comisión Nacional de Derechos Humanos, el IFE, el IEEM, las universidades destaca el hecho de que las universidades están mejor calificadas que los organismos electorales.

Y el IEEM está calificado en 5.64 con respecto de 5.89 del IFE, es decir, la diferencia es prácticamente mínima. Eso es ya en un promedio.

Pero la respuesta directa, respecto de este tema, la calificación del IEEM y del IFE es idéntica, lo que se conoce como la moda en términos de una encuesta es de ocho puntos porcentuales.

O sea, ocho es el promedio de calificación más frecuente que se le da a la Comisión Nacional de Derechos Humanos, al IEEM, al IFE y a las universidades.

Que es el promedio más alto, por cierto, de todos los que se ven evaluados. Los partidos políticos tienen un nivel uno de confianza.

Evidentemente cualquier investigación debe de partir de estos datos, sino entonces se va a cargar indebidamente la responsabilidad que unos y no a otros, como bien dice Agustín.

Pero para responder su inquietud a la pregunta ¿ha visto, escuchado o leído los promocionales del IEEM que invitan a votar el 3 de julio en la prensa oral o escrita? 69 por ciento sí, de una muestra estatal.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

¿Qué quiere decir? Que siete de cada 10 sí conocieron las estrategias de comunicación del Instituto.

Incluso, cuando se pregunta ¿cuánto está acostumbrados a ir a votar, o cuántos están seguros de ir a votar? Los promedios están por arriba del 70 por ciento.

¿Qué quiere decir? Que eventualmente un 70 por ciento de la población conoció y estaba dispuesta a ir a votar.

La pregunta es ¿por qué no fueron a votar? Ah bueno, esa la tienen que hacer los partidos políticos y la tienen que hacer al interior, y lo tiene que hacer en sus diagnósticos.

El órgano electoral va a dar pronto cuenta de las investigaciones que se tienen, yo he tenido oportunidad de conocer lo que la universidad presentó ayer justamente en medios de comunicación, del perfil del votante y de algunos otros datos, y de ahí puedo advertir algunos elementos.

Creo que por lo que hace al órgano electoral, ahí están los saldos.

Ahora, creo que hace falta que los partidos también hagan su cuenta porque quien concita a la votación no solamente es el órgano electoral, aquí están los datos: Ocho, en escala de 10, de nivel de confianza; siete prácticamente de nivel de información de promoción del voto.

Entonces, más bien, creo que habría que investigar las causas del abstencionismo que son multifactoriales y que ahí, ya lo hemos dicho, hacen falta otros estudios.

Pero por lo que hace a la estrategia de comunicación social, ahí está claro el dato y eso, 69 por ciento conoció de la estrategia de comunicación, de una muestra estatal.

Ya que se ponga a mano, Agustín, en otros temas ya le compartiremos los datos.

Es cuanto, Presidente.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Sí, adelante Consejero, perdón, doctor Martínez Vilchis.

CONSEJERO ELECTORAL, DR. JOSÉ MARTÍNEZ VILCHIS: Yo creo que sí hay mucha base documental en investigaciones, en trabajos como estos que se mencionan para tener un diagnóstico inicial de la siguiente investigación.

Y aunque, yo creo que sí las investigaciones deben servir fundamentalmente para futuro, sí se quiere hacer una crítica de lo que ocurrió antes pues, bienvenida.

Cada quien utilizará la investigación como crea mejor, si hay crítica a lo realizado está bien y la proyección a futuro es mejor, investigación aplicada como se dice ahora, que les sirva a las instituciones.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

También está el libro que hizo Ruperto Retana, que yo a cada rato lo ando promocionando, sobre Calidad de la Democracia; porque además hizo una encuesta extraordinaria, ustedes ya lo conocen, sobre opinión ciudadana en muchos aspectos. Esta información es de 2007, diciembre de 2007.

Y tiene también el índice de confianza de instituciones que ellos diseñaron con el Centro de Investigaciones Sociales de la Universidad del Estado.

Y también este índice que toma como valores entre cero y 100, preguntándole a la gente sobre la confianza en las instituciones, valora de manera muy alta a la familia y luego a las universidades, a la Comisión Nacional de Derechos Humanos, al Ejército.

En este caso, ligeramente superior al IFE, 57 contra 56 del IEEM, quizás un poquito al contrario, pero es básicamente similar, 57 contra 56.

Y hace el desglose de todas y pone al último a los partidos políticos de esta investigación, con 24 en el índice de 100, lo pone en 24 esta investigación.

La máxima es 78 para la UNAM, para la Universidad del Estado 72 y al IEEM y al IFE, a media tabla, 57 y 56. Se parecen, ¿no? Los resultados con diferentes índices son parecidos.

Yo creo que éstos los tenemos que tomar en cuenta para esta investigación, que yo coincido que debe ser útil para la institución.

Sí investigación a lo mejor básica que traiga deducciones teóricas para éstas de largo aliento y la investigación más rápida de octubre, que pueda servir para ir diseñando las políticas públicas institucionales también.

Yo creo que sí, Agustín, tomo la palabra de que haya intervención de todos para que tenga la mayor cobertura en índices posibles.

Este también es extraordinario, el trabajo que se hizo, tiene que ser una base porque se refiere a ciudadanos del Estado de México y a instituciones electorales también.

Así es que yo pronostico que puede venir un trabajo muy interesante.

Es cuanto, Presidente.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Gracias.

¿Existe algún otro comentario, intervención de parte de los integrantes de la Comisión?

De no ser así, yo les haría una propuesta que espero sea sencilla y logre de alguna manera adminicular todo lo que se ha establecido aquí.

A mí me parece que cuando Agustín hace el comentario respecto de que no se sabe si funcionó o no la campaña de penetración y qué penetración tuvo finalmente, se está

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

estableciendo lo que en investigación tendríamos que denominar como la determinación del tema, o sea, el planteamiento del problema.

Yo creo que esas dos preguntas van adminiculadas con otras tres, cuatro o cinco más, seguramente, de donde sale y resulta que ya tenemos un problema a investigar; o sea, ya tenemos algo concreto y algo objetivo al respecto.

Lo que él propone, en suma, es hacer un análisis del impacto propagandístico de las cuatro campañas que llevamos a cabo y en contra de esa postura está la del Consejero Juan Carlos Villarreal en el sentido de que ya no se puede hacer respecto de esta campaña que ya pasó, pero que sí se puede llevar a cabo en términos de establecer mejores condiciones, ahora aclararía esa parte, para que podamos hacer la evaluación.

En todo ello lo que queda claro es que el Instituto no cuenta con instrumentos formales para llevar a cabo este tipo de investigaciones, lo cual no quiere decir que no se pueda hacer lo que ya pasó.

Concretamente lo que estaría proponiendo sería lo siguiente: En principio, el primer problema radica en si ese tipo de investigación que estamos tratando de hacer puede quedar inscrito dentro de ese gran programa que está proponiendo el Consejero Juan Carlos Villarreal que incluye, no sé si lo pueda decir, la creación incluso de una comisión permanente... Perdón, es una comisión temporal, creo que es temporal.

Bueno, la creación de una comisión en la que evidentemente tendrían cabida, por supuesto los representantes de los partidos políticos; es decir, entiendo que la creación...

INTERVENCIÓN: No, ésta sería sui géneris.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Bueno, sería sui géneris.

REPRESENTANTE DE LA COALICIÓN UNIDOS PODEMOS MÁS, LIC. AGUSTÍN URIBE RODRÍGUEZ: Sin la presencia de los partidos.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: El caso es que en el diseño una de las primeras cosas que habría que analizar es si cabe dentro del marco referencial de la investigación que está tratándose de llevar a cabo en términos de la propuesta que está haciendo el Consejero.

En ese sentido yo le pediría de favor al titular de la Unidad de Comunicación Social que hicieran dos primeros aspectos.

Primero, que nos pudiera presentar un programa sencillo en términos generales, digamos en términos de presentación respecto de qué cosa es lo que todavía podemos medir, es decir, qué podemos medir de la campaña que ya pasó, qué elementos tenemos, qué cosa es lo que utilizamos, qué resultados, qué sumas, qué restas, todo ello.

Esta primera parte que entendemos y creemos que lógicamente no va a ser un producto acabado, de algo sí nos va a tener que servir, va a ser el diagnóstico necesariamente del cual

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

tendrá que partir la investigación; es decir, vamos a medir lo que todavía sea medible, lo que podamos obtener y que las deficiencias que resulten del producto final sean las que de alguna manera nos alerten sobre qué cosa es lo que requerimos para llevar a cabo una investigación más profunda o de mejor resultado.

Y la última parte, que me parece que vale la pena que podamos también analizar, es la que se refiere en concreto a que para el caso de que esta investigación no cupiese dentro de esa investigación que está haciendo, porque entiendo que también aquella tiene un propósito específico, que en todo caso que la Comisión, esta Comisión fuera estableciendo todos y cada uno de los requisitos o de los elementos que requerimos para llevar a cabo nuestra propia investigación. Esto porque de una u otra forma tendrá que justificarse el recurso que se asignó para esa tarea.

Es decir, me queda clarísimo, pero clarísimo, que son recursos que están etiquetados para la evaluación de la campaña que pasó, trasladar o llevar ese dinero al futuro pudiera no ser lo más correcto, porque están etiquetados en esos términos, entonces justificar en esa parte.

Y creo que tendríamos una doble rentabilidad, no solamente lo aplicamos a la campaña, sino que creamos los instrumentos y los elementos que nos van a permitir llevar a cabo para la próxima ocasión una verdadera evaluación, un programa de evaluación en concreto de este aspecto que está a discusión.

No sé si les parezca adecuado o habría algún otro comentario de parte de los integrantes de la Comisión.

Lo instruiríamos, señor titular de la Unidad de Comunicación Social. De cualquier manera, le insisto, creo que sería bueno que platicara usted con los consejeros y con los representantes de los partidos para tratar de buscar la manera de que pudiéramos obtener resultados respecto de esta campaña.

Si no existen más comentarios respecto de este punto, lo tendríamos por presentado.

Y le solicito al Secretario que con fundamento en lo dispuesto por el artículo 1.9, fracción XX, del Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo General, envíe el documento a la Secretaría Ejecutiva General de este Instituto para que continúe con el trámite correspondiente, que es darlo a conocer al Consejo.

Y prosiga con el siguiente punto del Orden del Día, por favor, si es tan amable.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ: Con gusto, señor Presidente.

Antes del siguiente punto del Orden del Día, damos cuenta del Titular del Órgano Técnico de Fiscalización, el licenciado Edgar Hernán Mejía López.

Y el siguiente punto del Orden del Día es el punto número seis, que corresponde al análisis, discusión y, en su caso, aprobación del proyecto de acuerdo número 12, relativo a la valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados, así como las

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

recomendaciones conducentes del periodo de campañas electorales 2011, correspondiente al tercer informe quincenal.

Es cuanto, señor Presidente.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Está a consideración de los integrantes de la Comisión el proyecto de acuerdo, por lo que preguntaría a sus integrantes si existe alguna observación sobre el mismo.

Si no hay comentarios respecto de este proyecto, solicito al Secretario recabe el consenso de los representantes de partido político y coaliciones, así como el voto de los señores consejeros.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUANO MELÉNDEZ: Con gusto, señor Presidente.

Se solicita a los representantes del partido político coaliciones manifiesten su consenso respecto del proyecto de acuerdo número 12, por el que se aprueba la valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados, así como las recomendaciones conducentes durante el periodo de campañas electorales 2011, correspondiente al tercer informe quincenal.

Existe el consenso.

A los señores consejeros solicito respetuosamente si están de acuerdo en aprobar el proyecto de acuerdo número 12.

CONSEJERO ELECTORAL, DR. JOSÉ MARTÍNEZ VILCHIS: Perdón, Presidente.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Tiene el uso de la palabra el Consejero Martínez Vilchis.

CONSEJERO ELECTORAL, DR. JOSÉ MARTÍNEZ VILCHIS: Una disculpa por no haber pedido la palabra a tiempo, antes de que usted pidiera al Secretario recabar la opinión.

Hay alguna observación que podemos entregar por escrito acerca de que en la página 10 del tercer informe quincenal del periodo de campañas electorales hay una evidente confusión sobre las denominaciones de los partidos y los medios de comunicación y mensajes emitidos que le asignan a cada uno en televisión, radio, impresos e internet.

Si podemos ver la página 10 de este documento, que nosotros lo tenemos aquí en la carpeta que se emitió, en donde dice "Coalición Unidos Por Ti, PRI, PVEM y Nueva Alianza". Esas cantidades asignadas en televisión, radio, impresos e internet corresponden realmente al Partido Acción Nacional.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: ¿Qué página? Perdón.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

CONSEJERO ELECTORAL, DR. JOSÉ MARTÍNEZ VILCHIS: Es en la 10 del informe. Esa es.

Por ejemplo, aquí en la columna que dice: Partido o coalición, la primera dice, Unidos por Ti, PRI, PVEM y Nueva Alianza, y le asigna mil 189 mensajes en televisión, dos mil 206 en radio, así sucesivamente en impresos e Internet hasta llegar a cinco mil 771.

Realmente eso es lo que tiene asignado el PAN según la página 23 del documento largo del informe correspondiente; aquí hay un error solamente a la hora de transcribir las cifras, pero es prácticamente en todo el cuadro.

En el segundo renglón de esta columna que estoy citando la Coalición Unidos Podemos Más, PRD, PT y Convergencia, tiene 241 mensajes en televisión, 504 en radio, 528 en impresos y 293 en Internet. Ese realmente es el renglón del PRI, como está en el otro informe, hay un error de construcción a la hora de pasarlo para acá, creo yo.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: ¿De la tabla?

CONSEJERO ELECTORAL, DR. JOSÉ MARTÍNEZ VILCHIS: De la tabla. Solamente advertir ese error y sugerir que se vuelva a revisar.

Las cifras están bien, pero están asignadas de manera errónea a cada partido político, es solamente cuidarlo, Presidente. Eso es todo.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: De acuerdo.

Sí, adelante, por favor, licenciada Patricia Sam.

DIRECTORA JURÍDICO CONSULTIVA, LIC. ALMA PATRICIA SAM CARBAJAL: Discúlpeme también, una disculpa por no haber intervenido a tiempo.

Únicamente para comentar como propuesta, si se puede tomar en cuenta lo establecido en el manual de procedimientos para el monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos, Internet y cine publicado el primero de marzo de 2011, a fin de hacer un ejercicio efectivo que saque el mayor provecho al ejercicio de monitoreo, toda vez que se deba realizar la valoración de la actuación de los medios, considerando cada uno los tipos o medios que fueron objeto del monitoreo, según este reglamento.

Gracias.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Claro que sí.

Gracias.

De hecho es lo que hemos estado haciendo en cada uno de los casos cuando hay valoraciones y cuando hay recomendaciones respecto de alguno de esos medios; si no, no se hace ninguna observación.

Le solicitaría al Secretario que con la observación hecha por el Consejero Martínez Vilchis recabe el consenso a los representantes de partidos políticos o coaliciones, así como el voto de los señores consejeros.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ: Con gusto, señor Presidente.

Solicito nuevamente a los representantes de partidos políticos manifiesten su consenso con la observación vertida aquí por el Consejero Martínez Vilchis. Existe el consenso.

A los señores consejeros solicito respetuosamente si están de acuerdo con el proyecto de acuerdo número 12 de esta Comisión, por el que se aprueba la valoración a los medios de comunicación monitoreados, así como sus recomendaciones conducentes de este tercer informe quincenal.

Sírvanse manifestarlo levantando la mano. Aprobado por unanimidad, señor Presidente.

Es cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Gracias, Secretario.

Con fundamento en lo dispuesto por el artículo 1.9, fracción XIX del Reglamento para el Funcionamiento de Comisiones del Consejo General, le solicito envíe el proyecto de acuerdo aprobado por la Secretaría Ejecutiva General de este Instituto, a fin de que lo haga del conocimiento de los integrantes del Consejo General.

Prosiga con el siguiente punto del Orden del Día, señor Secretario, si es tan amable.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ: Con gusto, señor Presidente.

El siguiente punto del Orden del Día es el número siete, y corresponde a la presentación por parte de la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V., del informe final de monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet 2011.

Es cuanto, señor Presidente.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Le solicitaríamos atentamente al señor [REDACTED], al [REDACTED] al licenciado [REDACTED] y al licenciado [REDACTED] para que en representación de la empresa ocupe un lugar en esta Comisión a efecto de que lleven a cabo el desahogo de este punto.

Y le otorgaríamos el uso de la palabra a [REDACTED]

Buenas tardes, bienvenido.

[REDACTED] Gracias. Buenas tardes.

Este es el informe final de monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet que va del 17 de marzo al tres de julio del presente año.

Este servicio se apega estrictamente a los lineamientos y especificaciones técnicas previstas para realizar el monitoreo cualitativo y cuantitativo en medios de comunicación electrónicos, impresos e internet durante el periodo de campañas electorales 2011.

Este informe final de monitoreo corresponde al periodo del 17 de marzo al 3 de julio del 2011.

Este reporte comprende medios locales y nacionales monitoreados, clasificados, analizados durante los siete días de la semana de las 6 a las 24 horas, conforme a los lineamientos establecidos.

Sobre la cantidad de inserciones pagadas en medios impresos en internet, la empresa realiza una estimación de la inversión tomando en cuenta las tarifas publicadas en el tarifario mediavyasa. Las notas, según la licitación, se clasifican en positivo, negativo, o neutra.

Para este reporte se considera el siguiente número de emisoras en radio y televisión y medios impresos, locales, regionales y nacionales, así como internet.

En medios impresos, en prensa tenemos 75 locales y 19 nacionales, revistas tenemos 34; en medios electrónicos locales, en radio 36, 35 destino en pauta, nacionales 53, 21 de ellos tienen pauta en televisión. Locales 11, las 11 tienen pauta; restringidas dos sin pauta.

Nacional 10, las cuales tres tienen pauta y el internet 210 páginas.

Dentro del presente reporte solamente están reflejados los medios en los cuales se efectuó actividad dentro del periodo de campañas.

Para tener una mayor cobertura se instaló en 11 plazas: Amecameca, Atlacomulco, Ixtapan de la Sal, Malinalco, Netzahualcóyotl, Otumba, Tejupilco, Texcoco, Toluca central, Toluca centro de grabación y Valle de Bravo.

La plaza matriz está en la Ciudad de México y en la plaza Tultitlán se graba una emisora solicitada en el Catálogo de Medios.

A continuación el reporte cualitativo. El total de notas periodísticas que se encontraron en el periodo fue de 148 mil 886 notas, de las cuales, 122 mil 675 pertenecen a partidos políticos y coaliciones y 26 mil 211 a Elecciones 2011.

El número total de notas periodísticas que se encontraron en el periodo que corresponde a organismos actores, etcétera, que no pertenece a ningún partido político o coalición fue de 26 mil 211, quedando de la siguiente manera:

Para Elecciones 2011 hubo 3 mil 101, para la FEPADE 470, para el gobierno estatal 6 mil 683, para el Gobierno Federal 2 mil 478, para gobiernos municipales 165, para el IEEM 10 mil

**Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria**

391, para el IFE 699, para los no definidos 933, para el Tribunal Electoral del Estado de México 279 y para el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación mil 12.

Divididas por medio, quedan de la siguiente manera: En radio hubo 10 mil 190, en televisión 3 mil 733, empresas 7 mil 972 y en internet 4 mil 316.

Por plazas quedan divididas de la siguiente manera: En Amecameca aparecieron 412, en Atlacomulco 609, en la Ciudad de México 13 mil 456, en Ixtapan de la Sal 275, en Malinalco 26, en Netzahualcóyotl 236, en Otumba 16, Tejupilco 745, Texcoco 74, en Toluca 10 mil 46, en Tultitlán 70, y en Valle de Bravo 246.

Divididas por su calificación quedan de la siguiente manera: En la Elección 2011 tuvo 33 positivas, solamente dos negativas y 2 mil 976 neutras.

La FEPADE tuvo ocho positivas, seis negativas y 456 neutras; el gobierno estatal tuvo 318 positivas, 636 negativas y 5 mil 729 neutras; el Gobierno Federal tuvo 46 positivas, 37 negativas y 2 mil 196 neutras.

Gobiernos municipales tuvieron 10 positivas, 9 negativas y 146 neutras; el IEEM tuvo 153 notas positivas, 270 negativas y 9 mil 968 neutras.

El IFE tuvo tres positivas, cinco negativas y 691 neutras; los no definidos tuvieron dos positivas, 103 negativas y 828 neutros; el Tribunal Electoral del Estado de México tuvo una positiva, una negativa y 277 neutras.

El Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación tuvo una positiva, 41 negativas y 970 neutras.

A continuación están las tablas donde especificamos la institución, el nombre del actor político, así como fue calificada esa nota, así como su total.

Estas notas divididas en medios quedan de la siguiente manera: Elecciones 2011 tuvo mil 480 notas en radio, 525 en televisión, 813 en prensa y 283 en Internet.

La FEPADE, 239 en radio, 89 en televisión, 87 en prensa y 55 en Internet.

El gobierno estatal tuvo dos mil 418 notas en radio, 698 en televisión, dos mil 269 en prensa y mil 98 en Internet.

El gobierno federal tuvo 948 notas en radio, 376 en televisión, 693 en prensa y 425 en Internet.

Gobiernos municipales tuvieron 64 en radio, 42 en televisión, 22 en prensa y 39 en Internet.

El IEEM tuvo tres mil 953 en radio, mil 420 en televisión, tres mil 193 en prensa y mil 825 en Internet.

El IFE tuvo 270 en radio, 98 en televisión, 208 en prensa y 123 en Internet.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Para los no definidos hubo 326 en radio, 163 en televisión, 283 en prensa y 161 en Internet.

El Tribunal Electoral del Estado de México tuvo 80 en radio, 49 en televisión, 103 en prensa y 47 en Internet.

El Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación tuvo 378 en radio, 73 en Internet, 301 en prensa y 260 en Internet.

A continuación las tablas donde especificamos la institución, el actor y en qué medio fue contabilizada su nota.

Ahora vamos a leer el reporte cualitativo de partidos políticos y coaliciones.

El número total de notas periodísticas que se encontraron en el periodo del informe final de monitoreo es de 148 mil 846, éstas se dividieron de acuerdo a su contenido en dos grupos. En el primero, todas aquellas que hacen referencia a algún actor político y en el segundo las que se refieren de forma general al proceso electoral 2011.

Así tenemos que hay 122 mil 675 notas de partidos políticos y coaliciones y 26 mil 211 de elecciones 2011, las cuales se dividen por partido de la siguiente manera: Para el PAN hubo 31 mil 921 notas; para el PRI, 11 mil 436; para el PRD, 16 mil 711; para el PT, dos mil 131; para el Partido Verde, mil 534; para Convergencia, dos mil 126; para Nueva Alianza, mil 952; para la Coalición Unidos Podemos Más, 23 mil 90 y para la Coalición Unidos Por Ti, 31 mil 774.

Éstas divididas por medio quedan de la siguiente manera: En radio aparecieron 48 mil 103 notas; en televisión, 20 mil 330; en prensa, 34 mil 428 y en Internet, 19 mil 814.

Éstas divididas por plaza quedan de la siguiente manera: En Amecameca, mil 566; en Atlacomulco, dos mil 48; en Ciudad de México, 74 mil 863; en Ixtapan de la Sal, 607; en Malinalco, 103; en Nezahualcóyotl, 921; en Otumba, 19; en Tejupilco, dos mil 360; en Texcoco, 259; en Toluca, 37 mil 928; en Tultitlán, 182 y en Valle de Bravo, mil 819.

Divididas por medio y por partido quedan de la siguiente manera: Para el PAN en radio hubo 12 mil 451, cinco mil 636 en televisión, ocho mil 631 en prensa y cinco mil 203 en Internet.

Para el PRI, cuatro mil 139 en radio, mil 458 en televisión, tres mil 803 en prensa y dos mil 26 en Internet.

Para el PRD, seis mil 921 en radio, dos mil 891 en televisión, cuatro mil 548 en prensa y dos mil 351 en Internet.

Para el PT, 906 en radio, 380 en televisión, 476 en prensa y 369 en Internet.

Para el Partido Verde, 764 en radio, 196 en televisión, 311 en prensa y 263 en Internet.

Para Convergencia, 911 en radio, 399 en televisión, 447 en prensa y 369 en Internet.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Para Nueva Alianza, 864 en radio, 225 en televisión, 528 en prensa y 335 en Internet.

Para Unidos Podemos Más, ocho mil 952 en radio, cuatro mil 289 en televisión, seis mil 137 en prensa y tres mil 712 en Internet.

Para Unidos Por Ti, 12 mil 195 en radio, cuatro mil 856 en televisión, nueve mil 537 en prensa y cinco mil 186 en Internet.

A continuación las tablas donde especificamos el partido, el nombre de actor político y en qué medio fue contabilizada su nota.

En la página 36 presentamos la gráfica donde aparece el partido con su adjetivación y la cantidad de notas.

Así tenemos que el PAN tuvo 392 notas positivas, mil 235 negativas y 30 mil 294 neutras.

El PRI tuvo 259 positivas, 803 negativas y 10 mil 374 neutras.

El PRD tuvo 268 positivas, 943 negativas y 15 mil 500 neutras.

El PT, 53 positivas, 41 negativas y dos mil 37 neutras.

El Partido Verde, 28 positivas, 15 negativas y mil 491 neutras.

Convergencia, 60 positivas, 42 negativas y dos mil 24 neutras.

Nueva Alianza, 37 positivas, 62 negativas y mil 853 neutras.

Unidos Podemos Más, 500 positivas, 859 negativas y 21 mil 731 notas neutras.

Unidos Por Ti, tiene mil 335 notas positivas, mil 121 negativas y 29 mil 268 neutras.

A continuación las tablas donde especificamos el partido, el nombre del actor político y cómo fue contabilizada su nota.

A continuación la tabla de equidad, les leemos la metodología, este ejercicio contempla el periodo del monitoreo del 17 de marzo al 3 de julio de 2011.

Por cada tipo de medio: electrónico, prensa e internet, se realiza un cuadro que resume el monitoreo cualitativo por medio, por partido político y coalición.

En la parte superior se presenta la tendencia global, esto es el porcentaje de notas por partido político y coalición de todos los medios. Esa tendencia se usa como base para comparar la actividad de cada medio individual.

En la tabla se enlista cada medio con actividad y su tendencia por partido político coalición en forma de porcentaje, más una columna que contabiliza el total de notas en el periodo.

Se considera que un medio está fuera de la tendencia normal si se cumplen dos condiciones:

- a) El porcentaje de notas de un partido político o coalición se aleja en un 10 por ciento de la tendencia global.
- b) El total de notas del medio es mayor o igual al uno por ciento del total global.

El valor de umbral se utiliza para calificar sólo aquellos medios con suficientes notas como para que la muestra sea significativa.

Si se cumplen ambas condiciones, se marca la celda con un color distintivo, en este caso amarillo.

Tenemos la tablas de equidad, 50 y 51 de radio, 52 de internet; medios impresos, 53, 54 y 55; finalmente, internet, en la 56, 57 y 58.

A continuación el reporte cuantitativo.

En este periodo tenemos 813 mil 384 spots de otros y 127 mil 781 de partidos políticos, un total de 150 mil 580 spots.

El número total de spots e inserciones correspondientes a la propaganda gubernamental e instituciones electorales que se encontró en este periodo, fue de 813 mil 384.

Así, tenemos que la FEPADE tuvo 47 mil 928; el Gobierno Estatal, 25 mil 714; el Gobierno Federal, 261 mil 305; gobiernos municipales, tuvieron 4 mil 723; el IEEM, 195 mil 971; el IFE, 232 mil 867; el Tribunal Electoral, 44 mil 866; otros, 10.

En radio aparecieron 682 mil 902 spots, en televisión 126 mil 888, en prensa hubo mil 966 inserciones y en internet mil 628.

En el Estado de México aparecieron 363 mil 975 spots inserciones y en Ciudad de México 449 mil 409.

Éstas, divididas por medio, quedan de la siguiente manera:

La FEPADE, en radio, 38 mil 985; en televisión, 8 mil 943.

El Gobierno Estatal tuvo 17 mil 890 en radio, 7 mil 383 en televisión, 370 en prensa y 71 en internet.

El Gobierno Federal tuvo 237 mil 565 en radio, 22 mil 622 en televisión, mil 118 en prensa.

Gobiernos municipales, 2 mil 328 en radio, mil 649 en televisión, 244 en prensa y 502 en internet.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

El IEEM tuvo 158 mil 342 spots en radio, 36 mil 663 en televisión, 219 en prensa y mil 47 en internet.

El IFE tuvo 191 mil 024 en radio, 41 mil 830 en televisión, tres en prensa y tres en prensa.

El Tribunal Electoral tuvo 36 mil 768 en radio y en televisión 8 mil 98.

Finalmente, otros tuvieron dos en prensa y ocho en internet.

A continuación el reporte cuantitativo de partidos políticos y coaliciones.

El número total de spots e inserciones correspondiente a partidos políticos y coaliciones que se encontraron en el periodo fue de 127 mil 781, quedando de la siguiente manera: 33 mil 565 para el PAN, 3 mil 661 para el PRI, 2 mil 400 para el PRD, mil 284 para el PT, mil 209 para el Partido Verde, mil 248 para Convergencia, 2 mil 189 para Nueva Alianza; para Unidos Podemos Más, 34 mil 264; y para Unidos Por Ti, 47 mil 964.

En radio aparecieron 101 mil 467, en televisión 24 mil 537, en prensa 167, y mil 610 en Internet.

Por entidades, en el Estado de México aparecieron 75 mil 21 spots, y en la Ciudad de México 52 mil 760. Estos divididos por partido y por medio quedan de la siguiente manera.

El PAN tuvo en radio 26 mil 736, en televisión seis mil 468, en prensa 35, y en Internet tres mil 326.

En el PRI tuvo dos mil 972 en radio, 495 en televisión, 90 en prensa, y 104 en Internet.

El PRD tuvo dos mil 69 en radio, 326 en televisión y cinco en prensa.

El Partido del Trabajo tuvo mil 69 en radio, 161 en televisión, uno en prensa, y 53 en Internet.

El Partido Verde Ecologista tuvo mil 42 en radio, 166 en televisión y uno en prensa.

El Partido Convergencia tuvo mil 79 en radio, 169 en televisión.

El Partido Nueva Alianza mil 576 en radio, 604 en televisión, uno en prensa y cinco en Internet.

Unidos Podemos Más tuvo 27 mil 552 en radio, seis mil 615 en televisión, 16 en prensa y 81 en Internet.

Unidos por Ti tuvo 37 mil 372 en radio, 9 mil 533 en televisión, 18 en prensa y mil 41 en Internet.

A continuación las tablas de cumplimiento de pauta en los periodos que nos fueron solicitados con las pautas del IFE.

Posteriormente en la página 69 tenemos la relación de monitoreo a partidos de fútbol del periodo del 17 de marzo al tres de julio.

Conclusiones: La empresa realiza la valoración de la actuación de los medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet de la siguiente manera:

El número total de notas emitidas durante el periodo comprendido del siete de marzo al tres de julio de 2011 es de 148 mil 886 notas.

Los registros sobre partidos políticos y coaliciones asciende a 122 mil 675, de las cuales 48 mil 113 se concentran en radio, 20 mil 330 en televisión, 34 mil 428 en prensa, y 19 mil 814 en Internet.

De acuerdo a los lineamientos y especificaciones técnicas previstas para realizar el monitoreo cualitativo en los medios electrónicos, impresos e Internet, se consideran elementos para evaluar el tratamiento informativo que dan los medios a cada actor político.

Se coloca una tabla donde se puede apreciar la tendencia global del comportamiento de los medios por medio, partido político y coalición y adjetivación, así como tiempos y espacios publicados.

Se marcaron con puntos amarillos indicadores de porcentajes que salen de la tendencia global presentada por el medio, sin que ello represente necesariamente una irregularidad.

En general, los medios presentan una tendencia normal respecto del tratamiento o adjetivación dado a la información que emiten. No se perciben cambios extremos en tal tendencia, por lo que se considera que el manejo de la información de los medios fue objetiva.

Así tenemos que el PAN obtuvo 31 mil 921 notas, es decir el 26.02 por ciento; el PRI 11 mil 436, es decir el 8.32; el PRD 16 mil 711, es decir el 13.62 por ciento; el PT dos mil 131, es decir el 1.74; el Partido Verde mil 534, es decir el 1.25; Convergencia dos mil 126, el 1.73 por ciento; Nueva Alianza mil 952, el 1.59 por ciento; la Coalición Unidos Podemos Más 23 mil 90, el 18.82; y la Coalición Unidos por Ti, 31 mil 774, es decir el 25.90 por ciento.

Respecto a la adjetivación, el 93.39 por ciento de las notas fueron neutras, pues no representan ningún tipo de valoración; el 2.43 fueron notas positivas, y el 4.17 fueron negativas.

De esa manera se puede apreciar que los medios, como ya se presentó en tablas anteriores, no presenta una tendencia drástica en la valoración, pues la mayoría de las notas fueron neutras.

El medio que más información generó es radio, con 39.21 por ciento del total de las notas transmitidas; en contraparte, Internet fue el medio que menos registro tuvo, pues presentó un 16.15 por ciento del total de las mismas.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

La diferencia de las notas del PAN con 31 mil 221, que tuvo la mayor cantidad de registros, contra el que menos, el Partido Verde Ecologista con mil 534, es de 30 mil 387 notas.

Atendiendo a las observaciones en juntas anteriores, se anexaron tablas similares en el reporte a detalle por medio y partido donde se observa la valoración de los medios que entregarían al IFE.

Es importante mencionar que existen emisoras que no transmiten noticiarios formales; sino cortes informativos. Debido a ello algunas emisoras podrían presentar la misma información debido a que los cortes informativos son transmitidos en cadena.

Eso también influye en la cantidad de notas que se presentan, pues tiende a ser menor a otras que tienen espacios de noticias.

Por otro lado, es de relevancia decir que en varios espacios noticiosos se realizaron mesas de análisis las que generan gran cantidad de tiempo, por ello, se puede apreciar emisoras que presentan muchas horas de información.

Respecto al reporte, en el periodo del 17 de marzo al 3 de julio del 2011 se registraron 813 mil 384 spots e inserciones en medios de comunicación que no son de partidos políticos o coaliciones.

De los cuales, 261 305 pertenecen al Gobierno Federal, 25 mil 714 del gobierno estatal, 4 mil 723 de gobiernos municipales, 195 mil 971 del IEM, 232 767 del IFE y 44 mil 866 del Tribunal Electoral del Estado de México, 47 mil 928 de la FEPADE y 10 de otros.

Se registraron 127 mil 781 spots en medios de comunicación de partidos políticos y coaliciones, el total de spots quedó de la siguiente manera: 33 mil 565 del PAN, 3 mil 661 del PRI, 2 mil 400 del PRD, mil 248 del PT, mil 209 del Partido Verde, mil 248 de Convergencia, 2 mil 186 de Nueva Alianza, 34 mil 264 de la Coalición Unidos Podemos Más y 47 mil 964 de la Coalición Unidos Por Ti.

El medio con la mayor cantidad de spots de partidos políticos y coaliciones es radio con 101 mil 467, en contra parte con prensa se presentó 167 inserciones.

En el Estado de México se detectaron el total de 75 mil 21 spots y en la Ciudad de México se detectaron 52 mil 760 spots e inserciones de partidos políticos y coaliciones.

Los spots de partidos políticos solos fueron sumados a la coalición a la que pertenecen en la verificación de la pauta.

Se reporta que la estación "La Voladora" XHECA-FM 97.3 transmitió 4 mil 611 spots alternando las siguientes versiones: El Estado de México su presupuesto de mil 739 millones para elecciones, gastos 7 millones de pesos para una red de monitoreo, las ideas primitivas que acaban de pasar y las ideas primitivas que estás a punto de escuchar.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Respecto al cumplimiento de pautas se informa que el porcentaje de transmitidos en el periodo del 28 de marzo al 15 de mayo de transmitidos es de 90.2 por ciento; el de omitidos es de 7.2, fuera de pauta 2.6 y 2.9 adicionales, como se muestra en el anexo de verificación de pauta.

En el periodo del 6 de mayo al 3 de julio el porcentaje es de 92 por ciento de transmitidos, 5.6 de omitidos, 2.5 fuera de pauta y 3.5 de adicionales.

Es importante mencionar que la estación XEINFO con frecuencia 1560 de AM sólo transmite música sin ningún tipo de pauta o spots, por lo que no registra ningún tipo de resultado que ayude a valorar el medio.

Por mi parte es todo, gracias.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Le agradecemos al señor [REDACTED] su exposición y enseguida preguntaría a los integrantes de la Comisión si ¿existe alguna pregunta, duda respecto del informe presentado?

Tiene uso de la palabra el Consejero Juan Carlos Villarreal.

CONSEJERO ELECTORAL, LIC. JUAN CARLOS VILLARREAL MARTÍNEZ: A lo largo del monitoreo, Presidente, si bien es cierto que la empresa mejoró en algunos sentidos, también creo que es pertinente hacia el final hacer una valoración de fondo respecto de lo que me parece nos quedaron a deber.

Y en términos de las presentaciones, al menos para mí, desde el principio y hasta el final siguieron presentando errores tanto en las graficas, como en la forma de representar datos.

Es decir, cuando uno revisa a detalle los gráficos, yo les voy a dar naturalmente una copia a la propia empresa a través de la Secretaría Técnica, si están interesados en mejorar, de que muchos de los datos no cuadran, es una constante durante todo el proceso.

Y que no es más que el síntoma de cierto descuido porque cuando uno ve el otro documento que es el anexo, el disco donde viene todo continuo, ahí está bien la información.

Es más un problema de descuido en la presentación que de contenido respecto de insumos.

Y este tema lo quiero vincular con lo que yo alcanzo a apreciar en este último reporte y que parece que es uno de los reclamos que durante el proceso también los partidos políticos señalaron.

Uno que ya, digamos, votamos y que ya no le quise hacer ruido al acuerdo número 12, pero tiene que ver con la valoración, hacemos una valoración respecto de lo pautado y de lo transmitido.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Y el IFE ya nos dijo en la primera vez que era tan pequeño el porcentaje, es marginal, que no hace nada; prácticamente esa fue la conclusión del primero que sí hicimos y lo hemos venido reiterando.

Me parece que valdría la pena identificar este fenómeno, a partir de lo que la propia empresa hace y que fueron parte, insisto, de estas recomendaciones finales.

Ellos tienen en el anexo del documento, en el CD, una tabla en donde viene lo pautado contra lo transmitido, que no viene en este reporte.

Al menos yo un par de veces lo planteé, que esto debería de estar en el informe final y no lo pusieron ni hace dos informes ni en el último.

Yo creo que esa es una de las cosas que nos queda a deber la empresa, porque esto sería muy útil, a golpe de vista, identificarlo en el informe final y no tener que irse al anexo, no tener que buscar en el disco lo que sí está ahí muy claramente y que permite identificar medianamente en estos períodos entre lo pautado y lo transmitido.

Esa sería una primera valoración, Presidente.

Creo que vale la pena que la Comisión se pronuncie no ahora y no para este momento que ya estoy haciendo algunos comentarios, pero sí respecto de la forma en que me parece deben de presentarle al Instituto empresas o instituciones los monitoreos en lo sucesivo.

Me parece que deben de ser presentaciones mucho más ejecutivas, deben ser muy puntuales, con cierto rigor que eviten que sobre la marcha vayamos corrigiendo los documentos.

Yo tomo el ejemplo de lo transmitido contra lo pautado, que fue sistemático el que estuve haciendo para advertir que no se corrigió.

Y plantearía también uno adicional: Naturalmente cuando la propia empresa señala que hay un trato equitativo, que es una valoración sustantiva para el trabajo, lo vimos durante los propios informes, son argumentaciones muy pobres, muy enunciativas y creo que vale la pena que este tipo de valoraciones, sobre todo en los documentos finales se puedan enriquecer más.

Las conclusiones creo que deben enriquecerse más en función de lo que ya fue un trayecto de varios días y de varios ejercicios. Espero que eso no sea sintomático de que alguien me quiera tirar de la silla.

Nunca han faltado voluntarios, pero espero que no lo vayan a cumplir ahora.

Con estos dos comentarios, Presidente, yo concluiría.

Naturalmente le entregaré a la Secretaría Técnica lo que yo encuentro en el documento, que son muchas observaciones, para que de plano los pueda corregir, pero sobre todo estos dos de fondo, en donde me parece que sí nos queda a deber la parte del resumen ejecutivo y el cumplimiento de lo que pedimos durante el proceso.

Naturalmente también se lo voy a decir a la empresa, no se los voy a hacer efectivo en el contrato, a pesar de que está aquí la Directora Jurídica, pero ganas no me faltaron, eh.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: ¿Algún otro comentario de parte de los integrantes de esta Comisión?

De no ser así y de no existir comentarios, tendríamos por presentado el informe y le solicitamos al Secretario Técnico, en uso de las atribuciones que le otorga el artículo 1.9, fracción I del Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo General y con fundamento en lo dispuesto por los artículos 66 y 162 del Código Electoral del Estado de México, así como el 58 de los Lineamientos de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos y Alternos, envíe, conjuntamente con la Presidencia, el informe final de monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet 2011 a la Secretaría Ejecutiva General de este Instituto, a fin de que se haga del conocimiento de los integrantes del Consejo General, así como al Órgano Técnico de Fiscalización, para los efectos legales a que haya lugar.

Prosiga con el siguiente punto del Orden del Día, si es tan amable, señor Secretario.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ: Con gusto, señor Presidente.

El siguiente punto del Orden del Día es el número ocho; que corresponde al análisis, discusión y, en su caso, aprobación, del proyecto de acuerdo número 13, relativo a la valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados, así como las recomendaciones conducentes durante el proceso electoral 2011, informe final.

Es cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Nada más para aprovechar, agradecerle a la empresa Verificación y Monitoreo, S.A. de C.V., [REDACTED]

[REDACTED] su asistencia a la presentación del informe y el trabajo realizado.

Yo les preguntaría a los integrantes de la Comisión si existe alguna observación respecto de este punto.

¿Existe alguna observación de parte de los integrantes de la Comisión?

Adelante, señor Secretario.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ: Con una observación, señor Presidente, sobre todo en la valoración y recomendaciones de este acuerdo número 13.

En la página número 67 de este acuerdo, en valoraciones finales generales, en donde dice "segunda", dice "existió una desproporción entre el mayor y el menor número de notas publicadas por partido político, por lo que la actuación de algunos medios de comunicación fue inequitativa". Se agregaría y se anexaría lo de "algunos medios de comunicación fue inequitativa".

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Sería esa observación nada más que tenemos, señor Presidente.

Es cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Con la observación realizada por el Secretario Técnico, preguntaría a los integrantes de la Comisión si existe alguna observación más sobre el mismo.

Tiene uso de la palabra Agustín Uribe.

REPRESENTANTE DE LA COALICIÓN UNIDOS PODEMOS MÁS, LIC. AGUSTÍN URIBE RODRÍGUEZ: Gracias, Presidente.

La posición de esta representación sería que quedara el texto tal cual. Y voy a argumentar el por qué.

Si bien es cierto desde un punto de vista la equidad aquí en el Instituto Electoral del Estado de México se ha manifestado en el sentido de darle a los partidos políticos el espacio o ciertas prerrogativas conforme a la votación que reciben; sin embargo, eso es desde un punto de vista interior, pudiera ser y considerarse válido.

Sin embargo, hacia agentes externos esta forma de valorar la equidad no podría considerarse en ese sentido.

La equidad en la competencia electoral que pudiera implicar agentes externos, como en este caso los medios de comunicación, no están sujetos a hacer la misma valoración del término o del principio de equidad, para ellos la equidad debería de ser una especie de sinónimo de igualdad.

Y si nos fuéramos al informe final que acabamos de recibir de la empresa Verificación y Monitoreo en esta tabla que nos presentan, que nos ha servido bastante para hacer varios de los análisis respecto a cada una de las estaciones de radio y televisión, así como a prensa, nos damos cuenta de que la exposición, la difusión de información respecto a los diversos actores electorales no tiene ningún tipo de equidad.

En todo caso, lo que solicitaría esta representación sería, junto con este acuerdo, adjuntar a este acuerdo con el propósito de que el público, al final de cuentas este acuerdo pasará por Consejo y será del conocimiento público, se dé cuenta de cuál es la actuación de los medios de comunicación.

Y pongo un ejemplo, además de los ya conocidos, como La Voladora o Súper Estéreo Miled, en el caso de Radio Fórmula por ejemplo, mientras que al Partido Acción Nacional le está dando el 27 por ciento de sus espacios del tiempo en que fue abordada la información, a las dos coaliciones no les da más allá del 22 por ciento; es decir, a la Coalición Unidos Podemos Más le da el 21, y a la Coalición Unidos por Ti le da el 22 por ciento.

Y ni de qué hablar de lo que le da al Partido Verde Ecologista, que le da el uno por ciento.

A todas luces ninguna de las estaciones manejó la información de manera equitativa para todos los actores políticos. En grados menores o en grados más amplios pudiera referirme, de las más llamativas, Radio Mexiquense, 29 por ciento Acción Nacional, 20 por ciento a Unidos Podemos Más, y 21 por ciento a Unidos por Ti, ocho puntos en el caso de la Coalición Unidos por Ti de diferencia; nueve puntos en el caso de mi representada.

Y esto, puntos más, puntos menos, la gran mayoría de estaciones radiofónicas y de televisión se manejaron en el mismo sentido.

Hay estaciones que manejaron el 33 por ciento; sin embargo, la gran mayoría no fue el manejo equitativo de la información.

No así en el caso de la objetividad, que son dos elementos distintos: En el caso de la objetividad pudiéramos decir qué grado mayor, la información fue tocada de manera neutra.

En el caso de esta representación, a nosotros nos gustaría, solicitaríamos que el texto permaneciera tal y como lo está proponiendo la Secretaría Técnica.

Y, en todo caso, si se coloca el término algunos medios, la actuación de algunos medios de comunicación fue inequitativa, en todo caso nosotros solicitaríamos que se agregara, porque este es un acuerdo, no es parte del informe de verificación y monitoreo.

En todo caso lo que pediríamos sería que se agregara a esta valoración la tabla de equidad y objetividad que nos presentó la empresa de verificación y monitoreo en donde queda puntualmente qué tiempo manejaron los medios, y qué porcentaje la asignaron a cada uno de los partidos políticos.

Creo que es la forma más justa de decir cómo actuaron los medios y de qué manera, sin colocar ningún prejuicio de ninguna de los actores políticos, es una empresa externa, es una tabla muy llamativa que nos sirvió bastante, por cierto, y que creo que le daría más claridad al pueblo del Estado de México al momento de conocer el dato.

Serían esas dos propuestas: Una, que se mantenga tal cual, y la otra de que si se agrega en algunos medios se colocara las tablas de equidad y objetividad de verificación y monitoreo.

Gracias.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Parece ser que no existiría... Sí, perdón, adelante el Consejero Villarreal, por favor.

CONSEJERO ELECTORAL, LIC. JUAN CARLOS VILLARREAL MARTÍNEZ: Me parece que tiene razón Agustín, que vale la pena poner un anexo con el documento que hace la empresa; sin desear que la Comisión ni modifique el acuerdo, ni se pronuncié de una manera expresa, solamente con que se agregue como un anexo.

Difiero nada más que al pueblo del Estado de México le interese; pero para los especialistas y los interesados creo que sí es un documento útil, creo que permitiría hacer algún tipo de análisis, y en eso sí coincidiría. Eso del pueblo la verdad es que no.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Le estaríamos proponiendo entonces a los integrantes del Consejo, por lo que se refiere a este punto en concreto, lo siguiente.

Primero, que se apruebe la modificación que hace la Secretaría para que se diga que algunos medios, y con el oficio en el que se remita el acuerdo se agregue, asimismo se agregue tal.

Es decir, no quedaría como un punto o un resolutivo del acuerdo el que se agregue, pero el oficio que lo remita sí llevaría ahí "Se agrega la tabla tal, tal", con los datos evidentemente que sean señalados. O si desean que se agregue en alguna parte, el problema es cómo y dónde.

Me parece que es mucho mejor que con el oficio que remite, digamos: "Se remite el acuerdo número 13, de fecha probable, con tal fecha así, así; así como la tabla de valoraciones del informe tal, tal", ¿te parece bien?

CONSEJERO ELECTORAL, LIC. JUAN CARLOS VILLARREAL MARTÍNEZ: Lo mismo, pero aquí.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: ¿En el acuerdo?

CONSEJERO ELECTORAL, LIC. JUAN CARLOS VILLARREAL MARTÍNEZ: En la segunda valoración, exactamente como segunda.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: De acuerdo.

"Existió una desproporción entre el mayor y menor número de notas publicadas por partido político, por lo que la actuación de algunos medios de comunicación fue inequitativa, de acuerdo al anexo número tal que se acompaña".

CONSEJERO ELECTORAL, LIC. JUAN CARLOS VILLARREAL MARTÍNEZ: "Que se acompaña al acuerdo".

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: ¿Sí? De acuerdo. Bien. Entonces tendríamos por superado ese punto.

¿Existe algún otro comentario?

Por ahí me pedía el uso de la palabra el Consejero Martínez.

CONSEJERO ELECTORAL, DR. JOSÉ MARTÍNEZ VILCHIS: No, es para el informe.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: ¿Para qué?

CONSEJERO ELECTORAL, DR. JOSÉ MARTÍNEZ VILCHIS: Para el informe, es de medios alternos.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Ése es de alternos.

Bien. Si no existen más observaciones respecto de este proyecto, le solicito al Secretario pida el consenso de los representantes de partido político y coaliciones, así como el voto de los señores consejeros en los términos en que ha sido expuesto.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ: Con gusto, señor Presidente.

Se solicita a los representantes de partido político y coaliciones manifiesten su consenso respecto al proyecto, cuadro número 13, por el que se aprueba la valoración de la, de los medios de comunicación monitoreados, así como las recomendaciones conducentes durante el Proceso Electoral 2011, informe final, con las observaciones aquí ya mencionadas y que se anexan a las valoraciones finales generales, la valoración de los medios.

¿Existe el consenso?

Existe el consenso.

¿A los señores consejeros?

CONSEJERO ELECTORAL, DR. JOSÉ MARTÍNEZ VILCHIS: No Presidente, pido la palabra.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Sí. Tiene uso de la palabra el Consejero Martínez Vilchis.

CONSEJERO ELECTORAL, DR. JOSÉ MARTÍNEZ VILCHIS: Tenía razón, Presidente, nuevamente una disculpa. Es efectivamente el acuerdo tres el que estamos tratando, el último, y es el que le estaba comentando hace un minuto usted y el Secretario Técnico.

Se trata de lo siguiente: En el informe final del periodo de precampañas, que está en la página nueve, el que preparó la Secretaría Técnica, tiene en la tabla una descripción.

Estamos hablando de precampañas, donde todavía no había coaliciones, ¿están de acuerdo conmigo? Estaban los partidos, no había coaliciones.

Y ya se hace un apunte de apariciones en TV, radio, prensa e internet de dos coaliciones. Estamos todavía en precampaña, del 17 de marzo al 6 de abril. El registro de las coaliciones fue el 21 de abril.

Entonces aquí en el informe ya se está hablando en precampaña de que había publicidad de coaliciones, todavía no estaban formadas. Es revisar ¿qué pasó ahí?

Ahora estábamos platicando con el personal de la Dirección de Partidos Políticos y nos comentaban que posiblemente se debía a que ya había menciones de las alianzas de eventuales formaciones de las alianzas.

Pero en el reporte más a fondo, que es en el reporte amplio de los discos, no se hace mención a esa parte, a que se esté hablando eventualmente de alianzas.

Se mencionan a los actores políticos de los cuales se sacó el informe y no hay lo de alianzas. Es finalmente que se revise.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Correcto.

CONSEJERO ELECTORAL, DR. JOSÉ MARTÍNEZ VILCHIS: Está entre la página nueve y la 22, son recurrentes las menciones a las alianzas en el periodo de precampañas todavía, echarle un ojo a qué pasó ahí.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Claro que sí.

Tiene uso de la palabra el Secretario Técnico de la Comisión.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ: Gracias, señor Presidente.

Sí, mencionábamos que los medios de comunicación, a través de sus notas informativas decían y hablaban de las posibles coaliciones, de las dos coaliciones.

Son notas informativas, incluso, también le mencionaba al Consejero Martínez Vilchis que esto se salvaría con una nota al pie de este cuadro, explicando que estas notas informativas fueron antes del registro ya de coaliciones, de las dos coaliciones que participaron en el Proceso.

Y que son notas que aunque no estaban registradas, ya los medios de comunicación estaban hablando de notas informativas de coaliciones, de las dos que participaron en el Proceso.

Con eso, y revisando más a fondo si es, entre la página nueve y 22 hacemos la revisión y hacemos las correcciones de acuerdo al análisis que hagamos de estas notas informativas.

Sería cuanto, señor Presidente.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Muchas gracias.

Le pido al Secretario que con el comentario hecho por Agustín Uribe en el sentido de que se anexe en el punto número dos la parte que se refiere a que se anexan las páginas del informe y la corrección que hace la Secretaría respecto de la redacción, así como con las observaciones que hace el Consejero Martínez Vilchis, le solicito al Secretario pida el consenso de los representantes de los partidos políticos y coaliciones, así como el voto de los señores consejeros.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ: Con gusto, señor Presidente.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Solicito a los representantes de los partidos políticos y coaliciones manifiesten su consenso, con las observaciones ya aquí mencionadas al acuerdo número 13.

Existe el consenso.

Solicito a los señores consejeros electorales respetuosamente, si están de acuerdo con el proyecto de acuerdo número 13, por el que se aprueba la valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados, así como las recomendaciones conducentes durante el proceso electoral 2011, informe final, sírvanse manifestarlo levantando la mano.

Aprobado por unanimidad, señor Presidente.

Es cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Gracias, señor Secretario.

Con fundamento en lo dispuesto por el artículo 1.9, fracción XIX del Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo General, le solicito envíe el proyecto de acuerdo aprobado a la Secretaría Ejecutiva General de este Instituto, a fin de que lo haga del conocimiento de los integrantes del Consejo General.

Prosiga usted con el siguiente punto del Orden del Día, por favor.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ: Con gusto, señor Presidente.

El siguiente punto del Orden del Día es el número nueve que corresponde a la presentación por parte de la Dirección de Partidos Políticos del informe final de monitoreo a medios de comunicación alternos y cine 2011.

Es cuanto, señor Presidente.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Tiene el uso de la palabra el Director de Partidos Políticos, doctor Sergio Anguiano Meléndez, para la presentación del informe respectivo.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ: Gracias, señor Presidente.

En el informe final de monitoreo a medios de comunicación alternos del proceso electoral 2011 que rinde la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, mismo que contempla los períodos de precampañas e intercampañas, están desarrolladas en nueve distritos electorales, estas precampañas se desarrollaron en nueve distritos, tanto precampañas como intercampañas, y en campaña electoral en los 45 distritos electorales del 17 de marzo al tres de julio del año en curso, conforme al artículo 62 del Código Electoral del Estado de México, a los Lineamientos y al Manual de Procedimientos aprobados para tal fin por el Consejo General y teniendo como responsable de esta labor a la Dirección de Partidos Políticos.

Esta Dirección difundió de manera amplia y oportuna la convocatoria que diseñó para la contratación de los 300 monitoristas que llevarían a cabo la labor de monitoreo en los 45 distritos electorales locales; de ella captó un total de dos mil 895 solicitantes de los cuales acudieron a capacitarse dos mil 622, habiendo aprobado el examen un mil 64 aspirantes, esto es el 34 por ciento, con lo cual el personal que resultó contratado fue el de mayor calificación y nivel curricular.

La contratación fue de 45 coordinadores distritales y 255 monitoristas para cubrir el monitoreo en las principales calles y avenidas del Estado de México conforme a la asignación de secciones electorales.

El personal de la Dirección de Partidos Políticos capacitó en 12 sedes regionales a los coordinadores de monitoreo, en donde les dio a conocer el procedimiento para que los vocales de organización y los monitoristas efectuaran el levantamiento de la información y realizaran la validación y sistematización de la misma, a fin de que todos los datos estuviesen debidamente asentados, soportados con croquis y fotografías de lo que hoy se da cuenta en los respaldos magnéticos que se remitieron a la Dirección de Partidos Políticos por parte de las 45 juntas distritales a lo largo del proceso.

Por lo tanto, todos los registros que se han captado son verificables en su mayoría.

En el levantamiento de la información el personal de monitoreo pudo ser acompañado en sus recorridos por los representantes de los partidos políticos o coaliciones acreditados, esto en calidad de observadores.

En los recorridos que diariamente realizaron a lo largo del proceso por las principales calles y avenidas de las secciones electorales que les fueron asignadas, los monitoristas observaron e identificaron sistemáticamente la propaganda de los diferentes actores políticos y lo relativo a la propaganda gubernamental y al monitoreo extraterritorial; esto último en caso de los coordinadores de monitoreo y vocales de organización.

Por tanto, se cubrieron las bitácoras correspondientes con los hallazgos en medios alternos, transporte, material testimonial y eventos masivos, de tal manera que este informe final de monitoreo a medios alternos constituye instrumento veraz en cuanto a volumen, tipo de propaganda y eventos masivos que desplegaron y desarrollaron los actores en contienda, por lo que los datos que conforman el monitoreo son consistentes y confiables.

Y entrando ya en el desarrollo, como lo hemos venido haciendo en los informes quincenales, tenemos nosotros ahí la convocatoria tal y como fue aprobada en esta Comisión y tenemos el seguimiento de selección de monitoristas para el proceso electoral 2011 también en una tabla, tanto de solicitudes recibidas como los cursos que se dieron y que ya acabo de mencionar los números totales. Y también de la aplicación del examen, de los resultados.

Y en cuanto a las asignaciones de áreas de monitoreo, ya lo hemos venido aquí anteriormente mencionando, el número de secciones electorales que en algunos casos fueron arriba de 60 secciones electorales por cada área de monitoreo que recorrían nuestros monitoristas.

Y viene también en este informe final el número de secciones asignadas tanto en precampañas, intercampañas y campañas electorales.

En la captura de la información fuimos apoyados por la Unidad de Información y Estadística, viene un concentrado de productividad por distrito, monitorista y tipo de medio, y la gran cantidad de elementos que aquí, aparte de que viene concentrado de productividad por distrito, por monitorista y tipo de medio, también lo vamos haciendo tanto por medio alterno, por transporte, materiales testimoniales, que está esto descrito en las páginas que con trabajo se ve de la página 26 hasta la página 32, ahí viene el concentrado de productividad por distrito, monitorista y tipo de medio, y se puede observar en cada distrito cómo se fue levantando la información por monitorista.

En cuanto a remociones, fueron en total 37 remociones que se hicieron y para llevar a cabo cada una de estas sustituciones por renuncia o no aceptación de cargo se consideraron las calificaciones que obtuvieron los aspirantes al cargo en cada distrito, por lo que para ocupar la vacante de coordinador distrital o monitorista se tomó de la lista de reserva.

Incidentes. Fueron en total 35 incidentes que se sucedieron y viene ahí descrito qué incidentes en cada uno de los distritos.

Quien guste, les podemos dar también el concentrado de incidentes que se tuvieron, aquí lo referimos nada más por distrito en la página 35. Y fueron 35 incidentes que se sucedieron.

A diferencia del pasado proceso, si no mal recuerdo, fueron un mayor número de incidentes, pero podríamos en un ejercicio posterior hacer una comparación, un comparativo de incidentes, un comparativo incluso también en cuanto a secciones electorales, en cuanto al tipo de medio y productividad también, que lo habíamos desarrollado, aunque no en el proceso de gobernador, que sería más comparativo y que ahí sí se podría comparar.

Pero a lo mejor lo podríamos hacer con el proceso de 2009, porque en 2005 fue a través de una empresa que se contrató para llevar a cabo el monitoreo a medios alternos.

El desglose de la información viene a continuación, en la página número 40 podemos ya ver por tipo de medio observado y vamos con el medio alterno.

Fueron 110 mil 316 elementos, de los cuales 100 mil 78 fueron por partido político y coalición y 10 mil 238, entre 9 y 10 por ciento fue de la propaganda gubernamental en este primer informe de medio alterno, de los cuales en la siguiente página vemos quién utilizó más este tipo de medio alterno.

La Coalición Unidos Por Ti fue en primer lugar con 72 mil 223 elementos que se detectaron; en segunda instancia fue la Coalición Unidos Podemos Más, con el 17.1 por ciento, que fueron 17 mil 97 elementos, y en tercer lugar fue el Partido Acción Nacional, con 8 mil 298 elementos en tercera instancia.

El tipo de medio alterno que más se utilizó fueron las vinilonas, siendo 63 mil 787 elementos detectados; en segunda instancia fueron las bardas, que fueron 22 mil 220 bardas detectadas; en tercer lugar fueron otros, que ahí hay un número alto, que fueron 5 mil 855; en

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

cuarto lugar fueron los carteles, con 4 mil 623; en quinto lugar fueron los espectaculares, con un total de mil 266 espectaculares, y ahí viene también desagregado tanto las bardas, espectaculares, vinilonas, por coaliciones y por partido político, cómo fueron detectados y cómo se reportó.

Por ejemplo, en bardas fueron 12 mil 378 bardas, ocupando el primer lugar de la Coalición Unidos por Ti; de la Coalición Unidos Podemos Más, en segundo lugar con cuatro mil 270 bardas; y en tercera con cuatro mil 240 bardas detectadas al Partido Acción Nacional, y aquí está un cuadro donde viene desglosado.

Todavía tenemos un informe a detalle que se les manda un CD y ahí pueden checar a qué partido político o coalición pertenece, y en qué distrito se encuentran ubicadas estas bardas, espectaculares, las vinilonas, y así cada uno de los tipos de medio alterno.

En propaganda gubernamental fueron 10 mil 238 elementos detectados, que fue el 9.28 por ciento en relación del total en este informe final, la propaganda gubernamental.

En primera instancia fue el gobierno municipal con cuatro mil 991, en segunda instancia el gobierno estatal, y en tercera el gobierno federal con mil 80 elementos detectados.

Y también viene aquí de la propaganda gubernamental el tipo de medio alterno utilizado, como lo hicimos en la propaganda de los partidos políticos, del partido político y coalición participantes, viene también en bardas, espectaculares, vinilonas. Y lo más utilizado en este tipo de propaganda fueron vinilonas al igual que en la propaganda electoral.

Viene la propaganda gubernamental de periodo de campañas también, aquí en la página 46 desglosado también, aquí vienen las cantidades en la página, como ya mencioné, la página 46.

En relación a transporte, vimos ahora, si no mal recuerdo, en relación al proceso de 2009 una gran cantidad de elementos se detectaron de transporte. Eso implica que las coaliciones y el partido político participantes utilizaron en esta ocasión al transporte para difundir sus campañas.

Como partido o coalición fueron 29 mil 257, y de propaganda gubernamental 481 elementos detectados, prácticamente el 1.61 por ciento de la propaganda gubernamental. En este tipo de medio alterno, que es el transporte, sí fue muy baja la cantidad, a diferencia del otro que era 9.68 en medio alterno.

De estos 29 mil 257 por partido político o coalición quien más lo utilizó fue la Coalición Unidos por Ti con 89.9 por ciento, 126 mil 289 elementos.

En segunda instancia fue la Coalición Unidos Podemos Más con dos mil 80 elementos, siendo el 7.1 por ciento.

En tercer lugar, con el 1.3 por ciento fue el Partido Acción Nacional, siendo 387 elementos detectados.

En el siguiente cuadro en la página 50 ahí viene el tipo de transporte, y lo que más se utilizó fue el transporte particular con 10 mil 301 elementos detectados; en segunda instancia fue los taxis con siete mil 894 elementos; en tercer lugar los autobuses o camiones; cuarto combis o camionetas; quinto microbuses.

Y también viene al igual que en medios alternos ahí cómo fueron utilizados por los partidos políticos y coaliciones. Ahí vienen las cantidades por tipo de transporte.

En propaganda gubernamental fue 481 elementos detectados; quién más lo utilizó fue el gobierno estatal con 406 elementos, el municipal con 64, y el federal con tres.

Y vienen también aquí todos, de la página 52 a la 54, el tipo de transporte utilizado en cada distrito electoral.

En cuanto al material testimonial; en material testimonial fueron ocho mil 639 elementos detectados, de los cuales ocho mil 548 pertenecieron a partidos políticos o coaliciones.

De estos el que más lo utilizó fue la Coalición Unidos por Ti con 73.6 por ciento, siendo seis mil 291 elementos detectados; según distancia con 18.1 por ciento la Coalición Unidos Podemos Más con mil 546 elementos.

El Partido Acción Nacional el 6.2 por ciento, contra 526 elementos observados en este tipo de propaganda del material testimonial.

Y el tipo de material testimonial se desglosa en el cuadro siguiente también, lo que más se utilizó fue las calcomanías, que se detectaron 4 mil 788 calcomanías en primera instancia.

En segunda fueron los volantes. En tercera instancia fueron, en las siguientes hojas está todo desglosado ahora detectamos, en tercer lugar fueron las playeras; en cuarto fueron dípticos, gorras en quinto lugar.

En las páginas de la 58 a la 64 es donde está todo el tipo de material testimonial.

En cuanto a propaganda gubernamental, sólo representó en material testimonial el uno por ciento, se detectó solamente uno por ciento en este tipo de medio observado.

Y quien más utilizó este medio fue el Gobierno Federal con un total de 34 elementos detectados; en segunda instancia el gobierno municipal con 32 y, en tercera, el estatal con 25 elementos detectados.

Vienen en las próximas páginas también desglosadas y los diferentes tipos de material testimonial. Y los diferentes tipos de material testimonial.

Y en la página 70 viene lo de eventos masivos, también aquí vimos un incremento, se detectaron mil 200 eventos masivos, de los cuales mil 48 pertenecieron a los partidos políticos o coaliciones participantes y sólo 152 a la propaganda gubernamental.

Quien más utilizó eventos masivos fue la Coalición Unidos Por Ti con 81.7 por ciento, detectándose 856 eventos masivos; en segunda instancia con 7.9 por ciento la Coalición Unidos Podemos Más, en segundo lugar, con 83 eventos masivos detectados. Y en tercera instancia con 59 eventos masivos el Partido Acción Nacional, en tercer lugar.

Y viene ahí el tipo de evento masivo, el que más se utilizó fue a través de eventos culturales o de entretenimiento; en segunda instancia fue a través de mítines; en tercero, a través de jornadas comunitarias; en cuarto lugar a través de otros; quinto lugar, a través de eventos deportivos y sexto lugar a través de proyecciones audiovisuales.

En eventos masivos por propaganda gubernamental, quien más se difundió fueron los gobiernos municipales, con 116 eventos detectados y siendo el 15.8 por ciento, representando el 15.8 por ciento.

En segunda instancia fue el gobierno estatal, con 24; y el Gobierno Federal con nueve solamente. Y viene aquí el tipo de evento masivo también que se detectó en las próximas tres páginas, de la 74 a la 76.

En relación a la propaganda observada posterior a las campañas, que fue del 30 de junio al 3 de julio, también se hicieron recorridos y aquí vienen también por distrito y por monitorista, en varios de estos distritos se hizo un recorrido completo todavía en los tres días que tuvieron para detectar este tipo de propaganda del periodo de veda, que nosotros llamamos, del 30 de junio al 3 de julio.

Pero también ahí detallamos cuántas secciones electorales cuando no alcanzaron a hacer sus recorridos; en algunos ahí vienen 10 secciones, 31 secciones, 14 secciones y viene aquí desglosado también por monitorista, por distrito, si terminaron su recorrido completamente o nada más recorrieron algunas secciones electorales.

Pero también aquí se detectó propaganda, se observó propaganda tanto en medios alternos, como en transporte, en testimoniales y eventos masivos; y aquí los damos a detalle, se detectaron por partido o coalición 3 mil 58 elementos, de propaganda gubernamental solamente ocho se detectó, dando un total de 3 mil 66.

Lo que sí no detectamos fueron eventos masivos, no hubo ningún evento masivo que se haya detectado.

Y aquí viene el desglose de estos tres días, como siempre lo hemos hecho, la información aquí la hemos reportado nosotros desagregadamente.

Y viene también el transporte, cuántos elementos se detectaron en transporte y con sus graficas, sus cuadros, por distrito cuántos se detectaron también.

Como les decía yo, no se detectó propaganda gubernamental en esos tres días de veda y tampoco eventos masivos. Material testimonial sí se detectó.

Y ese fue el informe de los días de veda que se detectó. Ahí en la página 109 no viene ningún evento masivo detectado.

En relación a la sistematización y resultados, cabe mencionar que la Unidad de Informática y Estadística coadyuvó con la Dirección de Partidos Políticos en el análisis y sistematización de los datos arrojados por el monitoreo.

Los resultados que arrojó el sistema de monitoreo de lo observado por cada uno de los monitoristas en los 45 distritos electorales respecto a la verificación de propaganda en los sectores políticos y gubernamental, puede ser considerado solamente como elementos indicativos en actividades relativas a fiscalización de los partidos políticos y coaliciones.

Respecto al tipo de propaganda en medios alternos, se observaron tanto de propaganda electoral como gubernamental 110 mil 316 elementos.

En cuanto a la propaganda gubernamental se registraron 10 mil 960 elementos propagandísticos en total.

También aquí se reporta el informe de monitoreo extraterritorial, el cual se hizo en 17, nos apoyaron 17 distritos electorales, específicamente los vocales de organización.

Este monitoreo extraterritorial se hizo en las entidades federativas, en las ocho entidades federativas que delimitan con el Estado de México, se hizo en 11 líneas que comprende la red del Metro, una línea de tren ligero, una línea del tren suburbano, tres del Metrobús y una del Mexibús.

Asimismo, se acudió a las principales centrales camioneras, que fueron cuatro en total, llevando a cabo el levantamiento de la información también de las principales vías de las 16 delegaciones del Distrito Federal.

Y se arrojan los resultados aquí en la página 122. Se detectaron, de la Coalición Unidos Podemos Más en medios alternos se detectaron 147... Perdón, de la Coalición Unidos Por Ti, 147 en primera instancia; en segundo lugar, de la Coalición Unidos Podemos Más, 116; y del Partido Acción Nacional, solamente siete elementos se detectaron.

Pero también las juntas distritales nos apoyaron, como ya lo había mencionado, y detectaron ellos de la Coalición Unidos Por Ti, 23 elementos y del Partido Acción Nacional solamente un elemento en medios alternos.

En transporte por parte de los coordinadores de monitoreo se detectaron de la Coalición Unidos Por Ti, 191 elementos; de la Coalición Unidos Podemos Más, 136; y de la propaganda gubernamental, 24 elementos detectados en transporte.

En las juntas distritales, que ellos hicieron la labor de ir a las entidades que circundan al Estado de México, se detectaron de la Coalición Unidos Por Ti, 50; y de la Coalición Unidos Podemos Más, 10.

En material testimonial, los coordinadores de monitoreo encontraron solamente un elemento en material testimonial en el monitoreo extraterritorial.

En las juntas distritales detectaron tres elementos de material testimonial.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Los vocales de organización nos detectaron también información específicamente en cinco distritos, de los cuales detectaron en medio alterno 24, en transporte 60 y en testimonial tres elementos.

En el monitoreo realizado al interior del Distrito Federal se observaron un total de 632 elementos propagandísticos, considerándose las delegaciones y líneas de transporte público masivo.

En medios alternos se observaron siete elementos del PAN, uno del PRI, 147 de la Coalición Unidos Por Ti y 116 de la Coalición Unidos Podemos Más.

En las entidades limítrofes del estado se registraron 87 elementos propagandísticos, en cinco distritos electorales se encontraron registros de propaganda, siendo los siguientes: 12 de El Oro, tres alternos y 15 de transporte en Jilotepec, como ya habíamos visto el cuadro que les he mencionado.

En cuanto al monitoreo a cine, se detectaron en total 61 mensajes propagandísticos, de los cuales por actor político 37 mensajes propagandísticos o también llamados cineminutos se detectaron de Eruviel Ávila Villegas y de Luis Felipe Bravo Mena 23 elementos propagandísticos, y Alejandro Encinas Rodríguez, un elemento en cine se detectó.

Se monitorearon 45 complejos cinematográficos, se hicieron 160 visitas a las salas de cine. Y ahí viene desglosado qué persona fue, el tipo de propaganda, si fue de intercampaña o si fue de campaña, el actor político, la película que vieron, el complejo cinematográfico, el distrito en que se fue a hacer la revisión a la sala de cine y también viene la fecha en que se acudió a ver si había propaganda en las salas de cine.

Sería cuanto al informe de la Secretaría Técnica, señor Presidente. Estamos a sus órdenes para cualquier duda o aclaración.

Sería cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Muchas gracias, señor Secretario.

Está a consideración de los integrantes de esta Comisión el informe presentado por el Director de Partidos Políticos y Secretario Técnico de esta Comisión.

Tiene el uso de la palabra Agustín Uribe y, en seguida, el Consejero Villarreal.

REPRESENTANTE DE LA COALICIÓN UNIDOS PODEMOS MÁS, LIC. AGUSTÍN URIBE RODRÍGUEZ: Gracias, Presidente.

Solamente para hacer notar, igual que en la ocasión anterior, sobre algunas violaciones al Código, como la que estaría colocada en la página 63, que se detectó que dice "papel para tortillas".

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Nada más quiero hacer el comentario de que en mi primera Comisión, en aquel tiempo Difusión y Propaganda, lo primero que me tocó defender en esta Comisión fue precisamente una multa, muy abultada por cierto, por una violación en el municipio de Amecameca, en donde se estaban envolviendo tortillas con papel estraza que traía propaganda. Yo me supongo que es el mismo caso.

Y siguen con los dulces, con las bebidas envasadas y ahora aparece ya en este informe final el recaudo, que es en la página 64, en la columna que dice "alimentos", en donde el Partido Revolucionario Institucional y la Coalición Unidos Por Ti son a los que se les adjudica este material testimonial.

Y solicitaría también de nueva cuenta, como la vez pasada, que nos pudieran facilitar copia de la bitácora y de la cédula de identificación para tener el dato, no nada más a mí, sino a toda la Comisión, de los elementos que se desprenden de la página 67, que son despensas en el Distrito 06 de Tianguistenco, 25 de Nezahualcóyotl, 32 de Nezahualcóyotl, 07 de Tenancingo, 23 de Texcoco, que esa ya la habíamos solicitado la vez pasada, 41 de Nezahualcóyotl y 43 de Cuautitlán Izcalli.

Y la amable solicitud de saber en qué paró el asunto de que habíamos solicitado la ocasión anterior de la solicitud de los alimentos, nos pidieron que les diéramos tiempo para investigar el asunto.

También quiero comentar del monitoreo, que si bien es cierto no pareciera que en el Reglamento de Propaganda y en el Código manifestara una contravención, sí quiero hacer notar que dentro de los eventos masivos que se reportan hay comidas y desayunos, uno por parte de Acción Nacional, siete por parte de la Coalición Unidos Por Ti y dos desayunos igual a la Coalición Unidos Por Ti.

Hay una pregunta, en el informe que nos están rindiendo la Secretaría Técnica, en la página 77 nos dice "informe de la propaganda observada posterior al periodo de campañas del 30 de junio al 3 de julio". La pregunta es si esto que está cuantificado aquí es extra de lo que nos están reportando, entonces habría que sumarlo para definir ya exactamente qué cantidad de propaganda encontramos a nivel electoral y gubernamental. Esa era la duda.

Nos llamó la atención, tuvimos conocimiento de que el Metro fue un medio masivo muy utilizado por todos nosotros, pero nos llamó la atención de que hubo muy pocos reportes de la propaganda que se había encontrado, entonces nada más sería una cuestión de pregunta de qué tipo de líneas se monitorearon y por qué tan pocos testigos.

Por el momento es cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Tiene el uso de la palabra el Consejero Villarreal.

CONSEJERO ELECTORAL, LIC. JUAN CARLOS VILLARREAL MARTÍNEZ: Tengo una serie de observaciones en el documento, que si no tiene inconveniente el Presidente se los pudiera entregar al Secretario Técnico para que pudiera corregirlo, por lo que hace a las de forma.

No obstante, sí me gustaría comentar al menos algunas de las que yo aprecio de fondo que valdría la pena, si no ser consideradas en estricto y sentido para este informe por las cuestiones de tiempo, sí sería conveniente que la dirección pudiera perfeccionarlo.

Me parece que no hay un posicionamiento de la Secretaría Técnica respecto de la problemática a la que se enfrentó el monitoreo. Esa de manera puntual debiera estar clara, a qué problemas se enfrentaron y cómo se atendieron, en el caso de que se hayan atendido.

Y sobre este particular quiero hacer énfasis en algo que durante los informes yo fui muy enfático, que tiene que ver con el comportamiento de la productividad.

Ahora está contenido entre la página 20 a la 32, y lo que ofrece el informe es prácticamente cortar y pegar de los informes anteriores; pero no se hace de nueva cuenta un análisis cualitativo del comportamiento de la productividad, que durante el propio desarrollo de los informes yo estuve señalando cómo algunos monitoristas tenían un trabajo mucho más eficiente y numéricamente más alto que otros.

Y me gustaría a mí saber cómo se tradujo esto, respecto de los errores que se identificaron, por ejemplo, en propaganda gubernamental.

Es decir, si el número de incidencia en términos de productividad tiene alguna correlación o no con los errores. Eso no se desprende en el informe, y creo que al menos a mí me sería útil conocerlo.

Ya me decía el doctor Martínez Vilchis antes, y creo que el tema de los incidentes que se presentan debieran tener también un listado genérico que le permita al Instituto también determinar algún tipo de políticas a seguir para el trabajo en campo.

Ayer en corto comentábamos con el Presidente, a lo mejor lo más conveniente es que ya los chalecos no digan monitorista, para que no los asalten, no los golpeen.

Me parece que ese tipo de cosas deberían de estar dentro de las valoraciones que efectivamente le permitan al Instituto, insisto, mejorar. Hay otras que yo señalaría básicamente por lo que hace a los informes.

Creo que en cualquier documento formal, y ahora que Agustín decía: Cuando el pueblo se entere de esto, creo que aunque el pueblo no se entere masivamente, los interesados que sí lo van a buscar deberían de tener un documento mejor armado, y me parece que ahí sí hace falta no solamente mayor rigor metodológico en términos de la presentación, sino que se le dote de mayores elementos analíticos, porque en buena parte del documento, insisto, hay un cortar y pegar que no ayuda mucho.

Ahora, por ejemplo, cómo restablecemos el daño ya hecho en términos de comunicación que identificó el doctor Martínez Vilchis en sesiones previas.

Ya en prensa salió que hay un número en medios alternos de propaganda gubernamental, y ahora en este informe final ya no está, y no hay ninguna explicación de qué pasó, y creo que vale la pena hacer consideraciones ahí.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Y en conclusión yo plantearía, Presidente, adelanto un poco lo que ya he inscrito en asuntos generales: A mí me parece que del análisis que se pueda hacer de este documento y del de medios electrónicos debieran salir una serie de recomendaciones que antes de que se enfríe la dinámica que traemos, le permitan al Instituto construir tanto en el Programa Anual de Actividades, como en el presupuesto las correcciones son pertinentes.

Sobre todo porque el presupuesto se tiene que enviar la primera quincena de agosto, y entiendo que el Programa de Actividades ya lo entregaron las unidades administrativas, incluso, ya no lo hicieron llegar a nosotros e hicimos algunas observaciones.

Pero bien, a bien no sabemos si las observaciones que hicimos ya están incorporadas en el documento, y no lo sabremos si no hasta que conozcamos el presupuesto y quizá ya sea demasiado tarde para incorporar las preocupaciones que han vertido aquí los integrantes de la Comisión, particularmente los representantes de los partidos.

Agustín ha sido muy claro en algunas peticiones que creo que deberían estar incorporadas tanto en el programa, como en el presupuesto, y eso no lo vamos a tener si no hay un buen diagnóstico.

Concluyo con eso, Presidente, me parece que el informe final debiera permitir tener un diagnóstico más propositivo, ¿no?

Sería cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Gracias.

Adelante, por favor, Álvaro Malváez.

REPRESENTANTE DEL PAN, C. ÁLVARO DANIEL MALVÁEZ CASTRO: Gracias Presidente, muy buenas tardes a todos.

Nosotros en Acción Nacional sí encontramos un poquito más delicada la situación del monitoreo, porque durante el transcurso del análisis de la presentación de los informes quincenales fuimos encontramos una serie de cuestiones que ya se han mencionado de manera general sobre los programas que se fueron enfrentando en el camino y que se fueron atendiendo en ese mismo orden de ideas.

Pero para nosotros sí resulta un poquito más delicado el hecho de que, en cuanto a la capacitación como uno de los problemas, por mencionarlos de alguna forma.

Uno de los problemas a los que se enfrentó este monitoreo fue el trabajo propiamente de los monitoristas, la capacitación inadecuada o la poca capacitación que se dio en algunos temas en particular.

Traigo a la mesa el de propaganda gubernamental que acabó con un resultado del 30 por ciento en un margen de error, que yo creo que, como lo mencionábamos en alguna sesión anterior, no es menor.

Y que finalmente requirió de una auditoría, de un nuevo análisis y una revisión más a detalle por parte de la Dirección de Partidos Políticos, así como se integraron, al mismo, gente de la Secretaría Ejecutiva General y de las consejerías, miembros de esta Comisión.

Resulta que sí es importante destacar que esa falta de capacitación, que esa mala distribución de las secciones, de las áreas de monitoreo porque veíamos que, y lo comentábamos también en otras sesiones que en algunos casos monitoristas tenían 96 secciones, creo que es el que más tiene, y otros 60, otros 50, otros 40 y otros ocho.

Yo creo que la distribución ahí para hacer los recorridos y poder llevar a cabo un mejor trabajo de monitoreo pues sí se vio afectado claramente.

Esto yo creo que al final del día sí pone en duda de alguna forma todo el trabajo que se ha venido presentando y al final este informe concluyente.

Nosotros sí fijaríamos la posición en Acción Nacional de que el trabajo que se deba realizar para los siguientes monitoreos que ya están también casi a la vuelta de la esquina, debe ser mucho más cuidado, mucho más analizado en cuanto a estos errores.

Yo creo que sí es un ejercicio que sirve de experiencia, pero también lo manifestábamos en una ocasión anterior no es de un manazo y ya.

Yo creo que también habría que pronunciarnos por parte de esta Comisión en cuanto a las acciones que se dejaron de hacer, a las omisiones que se hayan cometido por parte tanto de los monitoristas, como de los coordinadores de monitoreo en el desarrollo de sus actividades para que sean sancionados y, en algún momento dado, también sirva como una forma de mejorar y de encontrar los errores para poderlos corregir.

Eso es en cuanto al contexto general.

Nosotros incluso hemos ya solicitado la presentación o la información más bien, que se nos proporcione la información por parte de la Secretaría Técnica de esta Comisión sobre las cédulas de identificación de cierto tipo de propaganda, en particular la gubernamental, a nivel estatal y municipal, y de las coaliciones que participaron en este proceso electoral, la de Unidos Por Ti y Unidos Podemos Más.

Y hasta -hago la connotación- el momento hemos recibido ya lo que se refiere al primer informe quincenal, estamos en espera de recibir lo que se refiere al segundo informe quincenal y el tercero, respectivamente, de esta información que solicitamos.

Por cuanto hace al análisis general de este monitoreo, creo que sí hay muchas cosas por hacer, creo que ya se han comentado por parte de los que me antecedieron en el uso de la voz y que sí sirva de ejercicio para ir encontrando las soluciones a los problemas que se van presentando.

Y retomaría la observación y la petición que hace el Consejero Villarreal en que yo creo que este informe sí debe ser acompañado por un análisis que deba hacer la Secretaría Técnica y que

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

al final del día nos encontrará también con la problemática a la que se enfrentó, las soluciones que se fueron dando y a lo mejor un análisis que podamos ya en Comisión trabajar sobre la posibilidad de atender esas circunstancias y que no vuelvan a ocurrir, que no se vuelvan a presentar de manera completa.

Por mi parte sería cuanto.

Nada más dejarle ahí claro al representante de la Coalición Unidos Podemos Más que efectivamente se encontraba como elemento propagandístico del Partido Acción Nacional la distribución de papel para envolver, lo cual no está contraviniendo ninguna acción de la ley electoral.

Si bien es cierto dice “empaquetar”, lo que se hacía no empaquetarlo, era envolverlo.

Sería cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: ¿Existe algún otro comentario más?

Adelante, Agustín Uribe.

REPRESENTANTE DE LA COALICIÓN UNIDOS PODEMOS MÁS, LIC. AGUSTÍN URIBE RODRÍGUEZ: Nada más una solicitud atenta de copia certificada del Acta de esta Comisión.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Claro que sí.

Si no existen más comentarios, quisiera nada más algunas consideraciones generales.

En primer lugar, que le proporcionemos tanto la información solicitada por Agustín Uribe como la copia de la Versión Estenográfica.

Hágale llegar también, por favor, un informe sobre la petición que realizó la sesión pasada, señor Secretario.

Y entiendo que la intervención del Consejero Juan Carlos Villarreal era en términos de observaciones de forma, que ya mencionó que hará llegar a la Secretaría Técnica, y las de fondo que propone y dijo que si bien no es para este informe, sí se requiere este tipo de documento al que yo le llamaría en principio un diagnóstico de la problemática del monitoreo y en el que podríamos incluir, si Álvaro está de acuerdo, un apartado especial precisamente sobre lo que se refiere a la capacitación, además de lo que se refiere al análisis de productividad al tema de los incidentes y al posicionamiento sobre la problemática, un poquito así como una especie de si se permite y es válido de detección de todos y cada uno de los elementos de problemas que fueron presentados durante el monitoreo.

Yo incluiría dentro de ellos volver a estudiar la figura del monitoreo espejo, la verdad; me parece que incluso un monitoreo de alternos en una empresa, habría que considerarse, hay muchas cosas que discutir, sobre todo las que se fueron presentando y que en todo caso deberíamos de analizar para que no se queden.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Es decir, algunas cosas que solicitaron que particularmente y en el caso de algunos de los consejeros consideraron que la ley no daba para ello, pero el hecho es que eso no le quitaba a veces la pretensión legítima de que pudiera o debiera de haber estado.

Salvo con esas consideraciones, sobre todo porque decía ahora Álvaro que solicitaba que el informe fuera acompañado de ese análisis, el análisis sí por supuesto nos llevaría bastante tiempo, de hecho esto va a entrar a la sesión del Consejo del lunes, pero sí quedaría entonces ya hecho el compromiso de que procederemos a este diagnóstico de problemática del monitoreo en principio con esos cuatro temas.

Y también, por último, por favor, señor Secretario, en lo que se refiere concretamente a la información de propaganda posterior que hacía Agustín Uribe y las líneas del Metro que se monitorearon, hágale también por favor allegar la información, si es tan amable.

¿Existe algún otro comentario respecto del punto que estamos tratando?

Adelante, Secretario, por favor.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ: Gracias, señor Presidente.

Sí, cabe mencionar que siempre el personal y en general la Dirección de Partidos Políticos a la mayor problemática que se enfrentó fue a los tiempos, a los tiempos de que nos llega la información de las 45 juntas distritales en campaña y en precampaña de las nueve juntas distritales, el analizarle, el revisar esta información es lo que en un momento dado nos metió en toda esta problemática.

Pero, y no fue la excepción en este informe final, pero nosotros ya estábamos haciendo un análisis del monitoreo a medios de comunicación alternos, nos falta con las observaciones aquí vertidas complementarla y con mucho gusto haremos este ejercicio de un análisis, que usted, señor Presidente, ha dicho que podría ser un diagnóstico de la problemática de monitoreo.

Creo que sacamos, al menos nosotros en la dirección sacamos muchas conclusiones en relación a este monitoreo. Creo que una de las conclusiones fue que debemos alargar más los tiempos para que tengamos un análisis más puntual en la Dirección de Partidos Políticos del monitoreo a medios alternos, en donde han sido varias cuestiones que aquí se han ya comentado, como han sido las incidencias, como ha sido de los monitoristas, si son el número total o el número adecuado para llevar a cabo este monitoreo o hacer la propuesta de un mayor número de monitoristas, dado que tienen una gran cantidad de secciones electorales y sus recorridos a algunos se les complica, sobre todo las incidencias y muchos problemas que hemos detectado y que sería pertinente meterlos en este diagnóstico.

Y yo estoy de acuerdo en llevar a cabo este diagnóstico, que tampoco pudimos terminar nuevamente por la premura del tiempo, por los informes, como ahora estamos pasando esta información.

Y aparte los partidos políticos y coaliciones nos han solicitado información que nos es tan fácil de seleccionar, entonces sí nos han traído ahí con mucho trabajo, pero con mucho gusto nosotros haremos este análisis puntual.

Y digo, algo que me da tranquilidad también es que aquí están todos los elementos, están los elementos que sí tenemos que perfeccionar esta forma de dar los informes, perfeccionar también en un momento dado toda la problemática que tenemos, porque sí tenemos problemática desde si es adecuada la cantidad que se les da a cada uno de los monitoristas, si se les debe incrementar, si debemos considerar también los recursos para que se movilicen dentro de sus áreas de monitoreo; o sea, hay muchas cuestiones que tenemos aquí que definir también en reuniones de trabajo para el próximo proceso.

También otra problemática sería en un momento dado si se les llama, como ya dijeron aquí, monitoristas o personal de prensa, para que no sean tan agredidos en la calle, porque con el simple hecho de que un monitorista esté fotografiando en la calle un vehículo, una manta o una vinilona en una casa, el personal se molesta y por eso ha habido estos incidentes, aunque comparados con los incidentes que se detectaron en el proceso pasado fueron un mayor número de incidentes que tomamos medidas. Habría que tomar a lo mejor otras medidas.

Y sobre todo nos coordinamos ahora con la Dirección Jurídico Consultiva para en un momento dado poder rápidamente actuar, y así lo hicimos. Fueron un menor número de elementos en relación con el pasado, el monitoreo a medios alternos.

Y me da certeza a mí, en lo personal este monitoreo, porque por ejemplo, Acción Nacional dice: 320 espectaculares; nosotros tenemos 310 detectados aquí en este informe.

Y varias cuestiones que se les detectaron ahí y que están aquí en este monitoreo, y sobre todo el trabajo de ciento y tantos mil elementos detectados.

Si nosotros cuando se revisó la propaganda gubernamental fue un porcentaje muy mínimo, y sí lo vieron la Secretaría Ejecutiva General, los asesores de los consejeros, que revisar cédula por cédula sí es pesado, sí es cansado, y eso que fueron un número mínimo.

Pero ya revisar más de cien mil elementos sí es un trabajo muy intenso, mucha carga de trabajo; pero todo esto lo podemos ir revisando y mejorando, yo creo que nos da una experiencia a este monitoreo.

Y también tenemos claro que ahora los partidos políticos se promocionan de diferente manera.

Vimos en el transporte cómo a través de este medio se han difundido a través de transporte, a través de los forros de los camiones, de los taxis y del vehículo particular.

Entonces está otro tipo de forma de propaganda utilizando, y esto nos da esta experiencia y tenemos que mejorar y plasmarlo desde nuestros manuales, nuestros programas de capacitación, en los lineamientos que quede todo esto en un próximo proceso mejorado dado esta experiencia.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Y con mucho gusto hacemos este diagnóstico de la problemática que nos hemos enfrentado en este monitoreo, señor Presidente, señores consejeros e integrantes de esta Comisión. Es cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Gracias.

Pero sobre todo yo le sugiero que se apure, porque si no los consejeros no lo van a querer apoyar en sus propuestas de aumento de presupuesto.

¿Algún otro comentario respecto de este punto?

Si no existen más comentarios, tendríamos por presentado el informe.

Y le solicitamos al Secretario Técnico que, en uso de las atribuciones que le otorga el artículo 1.9, fracción I del Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo General, y con fundamento en lo dispuesto por los artículos 66 y 162 del Código Electoral del Estado de México, así como con el 58 de los Lineamientos de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos y Alternos, envíe conjuntamente con la Presidencia el informe final del monitoreo a medios de comunicación alternos y cine 2011 a la Secretaría Ejecutiva General de este Instituto, a fin de que se haga del conocimiento de los integrantes del Consejo General, así como al Órgano Técnico de Fiscalización para los efectos legales a que haya lugar.

Procesa con el siguiente punto del Orden del Día, si es tan amable, señor Secretario.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ: Con gusto, señor Presidente.

El siguiente punto del Orden del Día es el número 10, que corresponde a asuntos generales, y hay un asunto general propuesto por el Consejero Juan Carlos Villarreal.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Tendría el uso de la palabra el Consejero Juan Carlos Villarreal.

CONSEJERO ELECTORAL, LIC. JUAN CARLOS VILLARREAL MARTÍNEZ: Agustín Uribe preguntaba a cuál de los monitores me iba a referir.

No quise contestar en ese momento porque me voy a referir a los dos, y más particularmente a una propuesta en concreto, Presidente.

Y plantearía tres argumentos a partir de los cuáles a mí me gustaría construir esta intervención: Lo primero que recomendaría es que hace falta un diagnóstico crítico respecto del monitoreo.

Y este diagnóstico crítico naturalmente debe contar con un estudio FODA, ¿cuáles son las fortalezas institucionales que tenemos, qué oportunidades se avizoran en el futuro, y cuáles son las principales debilidades y amenazas que tenemos?

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Para entonces hacer el siguiente paso lógico en términos de planeación, que será la planeación estratégica, y entonces sí corregir en este momento el rumbo, el destino de lo que va a ser el monitoreo, antes de que comience a aplicarse, porque como bien decía Álvaro, ya está a la vuelta de la esquina.

Si no lo corregimos ahora, si desde ahora no tenemos un buen diagnóstico, no tenemos una buena planeación, lo más segura es que vamos a estar repitiendo los mismos errores que vivimos en este proceso dentro de unos meses.

Y hago estas tres líneas de argumentación a partir de también algunos factores, que creo que vale la pena destacar.

Sergio Anguiano es el director más longevo del Instituto, aclaro, es el más experimentado y es el director que ha durado más en el cargo en toda la historia del Instituto. En consecuencia, esto se debe de traducir en mejores resultados.

No estamos frente a un director que es el primer proceso, ni el primer monitoreo que realiza, entonces, ¿yo qué esperaría como integrante del Consejo General? Que ese director que es el más experimentado, que es el que más tiempo tiene en el cargo lo manifieste y lo ponga en práctica en el siguiente tramo de responsabilidad que le toca.

Si no, de otra manera, entonces creo que vamos a estar frente a un déficit en términos de lo que es el mando o la dirección con respecto de lo que ya tiene esa dirección que es el Servicio Electoral Profesional.

O sea, esa dirección tiene a todo su personal permanente inscrito en el Servicio Electoral Profesional y ese personal no puede utilizar la estabilidad en el empleo, las condiciones del empleo para navegar de "a muertito" ¿no? Y solamente cuando se presentan problemas pues bueno, el problema fue de los monitoristas, o el problema fue de esto.

No, yo creo que la dirección debe de mostrarse, es decir, el director de mostrar su experiencia y su capacidad conduciendo adecuadamente un grupo estable, porque también no es cualquier grupo, es un grupo que se ha mantenido con cierta estabilidad en el empleo que tiene también experiencia y que me parece que también están obligados a establecer ciertos estándares de calidad que permitan corregir, insisto, el trabajo.

Porque si no lo que ha sucedido en el pasado, y ahora nos ha sucedido a nosotros, es que en la Comisión llegamos con cierto desfasamiento.

Es decir, los integrantes de una Comisión siempre llegamos un poco como a aprender y quien nos va a inducir o a educar en este proceso es el secretario técnico.

Y el secretario técnico no es el secretario técnico, es una dirección; el secretariado técnico en cuanto a dirección, en cuanto a cuerpo colegiado, me parece que debe ofrecer un apoyo mucho más confiable y de un mayor estándar de calidad a la Comisión, porque si no nos enfrentamos a este desfasamiento.

Tenemos representantes de partido, como Agustín, que yo no tengo ningún empacho en reconocerle, es quizá el que más sabe del tema.

Pero entonces estamos en el acicate permanente de un representante de partido que está versado en la materia, que conoce el tema y que está empujando y los consejeros en medio, tratando de mediar a ver qué es lo que más conviene, qué es lo que se puede hacer, y la dirección y el secretario técnico a veces como una traba.

A mí me parece que esto lo tenemos que corregir de fondo, Presidente, y voy a poner ejemplos para que esto que he dicho no se quede solamente en un discurso.

El contenido de los informes quincenales de los medios electrónicos, por ejemplo, siempre se mantuvo saturado en graficas. Si uno veía el reporte era muy fácil perderse en la gran cantidad de graficas que tenía.

Y, por ejemplo, en la parte analítica era como los trabajos de secundaria o de preparatoria, deja un trabajo de investigación y copian nueve, 10 páginas y luego en sus conclusiones un cuarto de página, un tercio de página, esta es la conclusión.

Así está el trabajo de la empresa y teníamos que recurrir con frecuencia al CD del anexo para obtener los datos sustantivos.

El ejemplo está en lo último que señale, el pautado contra el transmitido, uno tenía que ir al anexo porque no estaba en el informe final y no estuvo nunca en el informe final, a pesar, desde que el principio de precampañas el doctor Martínez Vilchis y su servidor, y algunos representantes de partido lo pidieron, y fui muy enfático en que lo hicieron, no lo hicieron.

Y quien me parece que es responsable de que eso suceda es el Secretariado Técnico, no puede ser que un consejero lo esté manifestando sesión tras sesión, o un partido, y eso no se traduzca en correcciones.

Me parece que eso es uno de los ejemplos, insisto, que tienen que vincularse con este diagnóstico crítico.

Además de esta saturación que, insisto, estaban en las gráficas, nunca se nos equilibró un trabajo que tuviera una correlación entre gráficas y tablas contra resultados; es decir, hay una serie de datos, hay una serie de informes, hay una serie de elementos, esto nos debe de llevar a una conclusión lógica.

Eso no estaba en el documento a lo largo de la construcción metodológica y creo que no se lo podemos pedir a la empresa, y por eso no lo quise hacer antes, Agustín, porque no se lo pedimos así a la empresa; de hecho la empresa tuvo que ofrecer una metodología para medir la objetividad de los medios, la Comisión no se la dio, no se la ordenó y así es muy difícil, me parece, llegar a un cambio en el rumbo si no lo corregimos.

Y en los alternos, pondría también algún par de ejemplos. Desde el principio prácticamente hicimos la recomendación de que el documento debiera estar construido de una manera que tuviera una lectura fácil y que no se prestara a la confusión.

El documento no se corrigió a lo largo de los reportes, lo que sí vimos es que fue un acumulado del primero y el segundo, y el tercero fue una réplica.

Entiendo la explicación que da el doctor Anguiano, la falta de tiempo y pidió que la Dirección procesara de otra manera los informes. Ah, pero esto ya lo sabe un director que tiene varios procesos en el Instituto y esto ya lo sabe una Dirección que ha hecho varios monitoreos.

Yo lo que esperaría en este diagnóstico crítico es cómo lo van a corregir. Puntualmente eso es lo que pediría, que digan cómo lo van a corregir, porque de otra manera siempre la explicación va a ser que debido al volumen de información va a ser muy difícil procesarla.

Y para muestra un botón. El error que tuvimos en medios alternos deriva de lo que ya Agustín aquí ha señalado y acaba de refrendar Álvaro, tenemos un problema de capacitación serio, hay que reconocerlo.

Y ese problema de capacitación deriva del documento, yo lo mostré la vez pasada, el propio documento que no es pasado por la Comisión, que no es aprobado por la Comisión, induce a un error porque ese documento de capacitación no lo aprobamos aquí; entonces induce al error.

Y luego los compañeros que fueron a capacitar, que yo en su oportunidad saqué a colación el tema, los sacaron prácticamente de un día para otro. A ver, Juan Carlos Muciño te vas a capacitar mañana, aquí están los documentos y órale.

Hay que capacitar a los capacitadores medianamente con los instrumentos que le permitan hacerle frente al grupo, sino quien va a capacitar y no tiene la suficiente preparación va a resultar rebasado frente al monitorista o frente al aspirante que en campo ya trabajó, que esa es una realidad, los que están sentados frente a él ya trabajaron en la materia y quien va de gabinete no tiene la experiencia suficiente.

Creo, Presidente, para redondear la idea, creo que sí hace falta, y esa es mi propuesta de que nos demos la oportunidad, de que nos sentemos, yo tampoco pretendería que el Director por sí solo haga todo con la Dirección, pero creo que la Dirección sí debiera presentarnos un diagnóstico crítico, un buen FODA y una determinación en términos de planeación estratégica que permita a la Comisión entonces sí apoyar las peticiones del Director en el presupuesto y en el Programa de Actividades, porque como bien ha advertido el Presidente, si a mí me presentan en Consejo un Programa de Actividades que no revisamos, que no atendió nuestras preocupaciones, pues yo no lo voy a aprobar naturalmente en el Consejo.

Y el asunto no se queda ahí, ojalá y cambien a los integrantes de la Comisión, pero si no va a ser casi, casi una maldición bíblica que nos rotemos porque al próximo que le toca tendrá que corregir todo esto y no me gustaría a mí arrancar de estos problemas que he estado consistentemente señalando durante todo el año.

Yo sí pediría, Presidente, que por el bien de la Comisión el Secretario Técnico nos pudiera dar salida, insisto, a estos temas de fondo que a mi juicio son los que cursan todo el proceso de monitoreo.

Sería cuanto, Presidente.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Gracias.

Creo que sigue siendo exactamente la misma visión, me parece.

Hace tiempo, escuchando en alguna ocasión al doctor Martínez Vilchis, decía que entre otras de las múltiples cosas de las que no tenemos en este país es la cultura de la evaluación, es decir, medir finalmente cómo han salido los procesos y de la lección que nos da el conocer, proyectar obviamente mejoras a los sistemas o a los procedimientos en todo caso.

Ya desde hace un rato se habían puesto sobre la mesa, por parte del Consejero Villarreal y había enriquecido Álvaro la posibilidad de que hiciéramos ese diagnóstico problemático del monitoreo.

Yo creo que la característica que señala el Consejero Villarreal, en el sentido de que sea crítico, cae dentro de lo que la doctrina dice como lo que es crítico; o sea, si vamos a criticar, vamos haciéndolo correctamente, porque de otra manera la crítica tampoco sirve para nada si no es correcta.

Inscribo esto de la siguiente manera, si ustedes están de acuerdo, que nos demos oportunidad de que tanto la Secretaría Técnica, como el caso de la Unidad de Comunicación Social, nos presenten de alguna manera sus proyectos de diagnóstico de lo que pasó y vamos sobre esos documentos, los enriquecemos, los dotamos de metodología o les señalamos procedimiento y creo que sin duda en términos de dos semanas, al inicio de la semana que seguiría a la próxima, podríamos reunirnos a lo mejor dos o tres veces en esa semana, finalmente creo que no va a haber grandes cosas que resolver por parte de los consejeros, salvo las sesiones de Consejo que ya están programadas, y a lo mejor en esos tres días tendríamos la posibilidad de ya afinar la parte que se refiere a este diagnóstico, para poder de parte de esta primera parte tener elementos que nos permitan ir generando o tratar de generar un mejor monitoreo para la próxima ocasión.

Creo que son muchísimas las cosas que ya se pusieron aquí sobre la mesa y las que se fueron poniendo a lo largo de todo el desarrollo, que como bien dicen, si perdemos la inercia, lo más seguro es que vayan perdiendo, la Secretaría sin duda, la Dirección en concreto, tiene una visión bien objetiva respecto de la problemática, quienes estamos de este lado de la mesa tenemos otra visión, los partidos tienen finalmente otra visión.

Y yo lo que sí no quiero dejar pasar por alto es que a mí me parece, salvo mejor opinión de ustedes, porque son quienes más tiempo han tenido aquí, que nuestro monitoreo ha mejorado muchísimo.

Me parece que estamos lejos, pero cuando digo "me parece" vuelvo a utilizar la palabra de coadyuvancia, es decir, entiendo que los partidos a través de la crítica y a través del comentario han contribuido enormemente para que esto se mejorar y las propias presentaciones y todo ello han surgido de los comentarios de los partidos.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Me parece también que en el caso de los consejeros ha sido exactamente igual, de lo que en principio teníamos a lo que finalmente tuvimos al final de todo esto, hay toda una historia.

El simple hecho, por ejemplo pondría el caso de no tener concretamente dos lineamientos o no tener dos tipos de normatividades o el hecho de no haber tenido que hacer dos procesos de selección para monitoristas, uno para precampaña y otro para campaña, es decir, hay muchas cosas que creo que valieron la pena y que ya están insertos ahí y, sin embargo, la misma crítica nos dice que hay todavía muchísimas cosas que hacer.

Por eso les propongo esa parte, independientemente de que ahora escuchemos a Agustín Uribe que pidió el uso de la palabra, pero ahí sí le instruiría al Secretario para el efecto de que podamos ir elaborando un diagnóstico sobre la problemática del monitoreo con ánimo crítico.

Y también en el caso del Jefe de la Unidad, que nos diera la oportunidad también de conocer un documento en los términos que habíamos quedado en su momento.

Tendría el uso de la palabra el doctor Martínez Vilchis, en seguida Agustín Uribe y el doctor Anguiano, por favor.

CONSEJERO ELECTORAL, DR. JOSÉ MARTÍNEZ VILCHIS: Gracias, Presidente.

Sólo para sumarme a este comentario que hizo usted acerca de reunirnos pronto.

Yo le acabo de entregar hace unos minutos con copia a los consejeros, a los representantes de partidos también mi opinión, que como comentamos con usted, con el Consejero Villarreal, podría ser mejor tenerlos así para una reunión de trabajo posterior, que tratar de discernir cuáles deberían ser valoraciones y recomendaciones para el Consejo.

Aquí hay múltiples opiniones que vamos a debatir en las reuniones de trabajo, que fue buena idea esta, yo la acepto, ya le entregué cinco puntos que considero importantes y que repiten problemas que ya aquí se han comentado, no los voy a volver a mencionar, son cinco puntos que yo creo que debemos de considerar para esta reunión de trabajo a la que está convocando, me sumo a ellas, ya entregamos este documento con copia al director de partidos. Esperamos la fecha, Presidente, para empezar a trabajar.

Yo quiero dejar de felicitar al trabajo de la Dirección de Partidos Políticos y de su personal, porque también les tocó, yo creo que en el Instituto Electoral del Estado de México a ellos, a capacitación y organización, un trabajo intensísimo.

Todos lo vimos con desveladas permanentes y exigencias en el trabajo intensas, de tal modo que sí hacen falta cosas por hacer, pero como bien lo citó usted, también avances notorios al respecto del monitoreo.

No quiero dejar de hacerlo, hubo más posibilidades de hablar con el Director de Partidos Políticos y su gente; que efectivamente con la empresa a la que le pagamos.

Ahí creo que efectivamente nunca tuvimos oportunidad de lograr que el primer dato que pedimos lo colocaran al principio, pautado contra monitoreado, en realidad.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

El trabajo de la Dirección de Partidos Políticos es notorio, a mi criterio; faltas o mejoras por aportar en todas las instituciones son comunes. Así es que vamos a trabajar en ellas, Presidente, es cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Muchas gracias, consejero.

Agustín Uribe tiene el uso de la palabra.

REPRESENTANTE DEL PRD, LIC. AGUSTÍN URIBE RODRÍGUEZ: Gracias, Presidente.

Voy a tratar de matizar mi participación, para que no hiera susceptibilidades.

Desde la sesión anterior ésta representación comentamos que no era la búsqueda de culpables, sino más bien la búsqueda de responsables, que no necesariamente es lo mismo.

Totalmente de acuerdo con la aportación que hace Álvaro, totalmente de acuerdo con varios de los comentarios que está haciendo el Consejero Villarreal, no sumamos igual a la idea de trabajar y tratar de mejorar lo que viene.

Sin embargo, insisto, creo que tal y como lo puso sobre la mesa el Consejero Villarreal, creo que el exceso de confianza de algunos responsables en la Dirección de Partidos Políticos desafortunadamente trajo muchas dudas y quejas respecto al monitoreo.

Un monitoreo que hemos venido construyendo todos, y que yo puedo llenarme la boca de decir que la Dirección de Partidos Políticos había sido reconocida, no nada más aquí en el Instituto, sino en muchos otros institutos, como una dirección que realizaba, que se atrevió a realizar el monitoreo a medios alternos, que ya no contratamos empresas porque no sirve contratar empresas. Para monitoreo alterno no sirve contratar empresas.

Y la verdad es que el director, la Dirección de Partidos Políticos hasta 2009 realmente había hecho un trabajo decoroso y reconocido por todos nosotros.

Por eso es que no había empacho en que de nueva cuenta el monitoreo a medios alternos lo hiciera la Dirección de Partidos Políticos.

A lo mejor nadie de nosotros alcanzó a ver, nosotros teníamos una leve sospecha de la carga de trabajo que íbamos a tener en la calle, porque sabíamos que en esta ocasión este proceso electoral se iba a decidir a través de propaganda en la calle, no había de otra. Los medios electrónicos ya están copados por ley, por nosotros y por los institutos electorales.

Pero hoy cuando la responsabilidad era de gran envergadura, hoy yo creo que el exceso de confianza; yo desconocía lo que comentó aquí el Consejero Villarreal, que una gran parte del personal de la Dirección de Partidos Políticos permanentes se encuentran dentro del Servicio Electoral Profesional. Yo creo que a lo mejor eso más que beneficiar les generó muchas seguridades.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

El proceso que viene, si éste tuvo complejidades, el proceso electoral que viene es de mayor problemática, porque vamos a ver propaganda electoral de diputados federales, de diputados locales, de presidentes municipales, de senador de la República, y de Presidente de la República. Es una gran cantidad de propaganda.

Trabajo que ya ha hecho la Dirección de Partidos Políticos y reconocido por todas las expresiones políticas en el otro proceso electoral en donde hubo concurrencia.

No hubo quejas, no hubo observaciones, muy al principio como siempre, que de repente había que medir casi, casi centímetro por centímetro la propaganda porque resulta que venía la de diputado federal y la de diputado local junta y había que discernir.

Aun así el monitoreo resultó, funcionó, no hubo quejas de ningún actor político, ¿eh? Hubo observaciones muy al principio, pero conforme fue avanzando el proceso electoral, a mitad del proceso electoral prácticamente no había quejas de lo que estaba haciendo la Dirección de Partidos Políticos.

Es más, tenían, el doctor Sergio Anguiano, tenía el orgullo de traernos las cajas aquí de las bitácoras y de las cédulas de identificación y decirnos y, ahora sí que, aventándonos ahí "lo que quieran aquí está".

Hoy, fue hasta el final en que el monitoreo y eso, con errores como el de hoy, una tabla mal hecha en la evaluación, una tabla.

Eso pudiera justificarse por el poco tiempo, sin embargo, creo que no deberían de suceder esas nimiedades, pudiera haber quejas más fuertes, pero no esas nimiedades, eso ya debería de estar superado.

Y termino comentando que, sí es cierto, el Secretario Técnico no es el doctor Sergio Anguiano, el Secretario Técnico es toda una dirección y particularmente todo el equipo que se encarga de hacer monitoreo, los responsables del monitoreo que no es toda la Dirección.

Y yo creo que sería un llamado al doctor, tal y como lo está planteando el Consejero Villarreal, tal vez de transmitir la orden, la autoridad de encaminar al equipo.

Y un llamado al equipo para que sean el objeto o la base para que la Dirección siga recibiendo felicitaciones y no quejas, porque esa es la labor del equipo, hacer que el que está sentado aquí de responsable y dando la cara no tenga que justificar los errores de sus subalternos, es al revés, el equipo debería de cuidar al que está dando la cara por todos ellos.

Y parece, por lo menos, en este proceso electoral parece que no fue así, no había informe en el que no había un error, parecía manda, parecía dolo de hacer quedar mal a la Secretaría Técnica.

Es un exhorto a que el equipo que siempre ha recibido felicitaciones, porque siempre las ha recibido, ojalá y continué de esa manera y no como hoy que no había sesión en donde se fuera con una justificación el Secretario Técnico.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Nos sumamos a la idea de reunirnos lo antes posible, tenemos algunas aportaciones que hacer, están realizando algunos trabajos de las cuales seguramente vamos a obtener algunos datos que podremos aportar a la Comisión para mejorar tanto el monitoreo a medios electrónicos que, dicho sea de paso, la empresa sigue aportando lo que se le pide.

O sea, se le pide una cosa y, digo, con la experiencia con otras empresas ésta responde de manera inmediata; a lo mejor no como se lo pedimos, pero habrá que definir exactamente qué queremos, totalmente de acuerdo, no es posible que nos venga a leer lo que nos entrega por escrito, eso es de cajón.

Por eso ya ni atención le ponemos, mejor nos vamos sobre los errores que ya encontramos, o sea, no tiene caso su exposición. Y creo que eso habrá que decírselo a la empresa de que mejore su presentación, que nos dé, nos explique, digo, sería mejor que viniera y nos dijera "¿tienen dudas?", y a lo mejor de ahí sale una mejor exposición.

Pero creo que vuelve a ser la empresa que menos problemas nos ha dado, por la experiencia de otras empresas.

Ya si le aplica el Consejero Villarreal alguna cuestión sobre contrato, ya ahí nada más que nos hagan del conocimiento.

Es cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Gracias.

Tiene uso de la palabra el Secretario Técnico.

Le pediría nada más que nos abocáramos al tema. El tema es en concreto la propuesta del Consejero Villarreal, por favor.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. SERGIO ANGUANO MELÉNDEZ: Con gusto, señor Presidente.

En relación a un diagnóstico crítico y utilizar lo de fortalezas, debilidades, con mucho gusto lo hacemos.

Y yo creo que con la experiencia que han tenido los consejeros también en este proceso nos ayudará mucho también para actuar como Comisión y para sacar los documentos bien estructurados.

Críticamente creo que los tiempos se nos acortaron, desde que discutimos si Internet iba a quedar en los lineamientos, discutimos los costos a medios electrónicos, a medios alternos, los debates públicos, todo este tipo de temas, reuniones tras reuniones para poder sacar los lineamientos, el manual de procedimientos, el programa de capacitación, que no nos quedó tiempo la verdad para poderlo presentar y aquí hacerle revisión exhaustiva, y ese programa de capacitación es muy importante para bajarlo a cada uno de los monitoristas.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Creo ahora con la experiencia y ya el conocimiento de los consejeros integrantes de esta Comisión, podemos hacer un mejor trabajo aunque sea de mayor carga en el proceso de 2012, si estamos, como se ha mencionado aquí, el de 2012, que va a ser de diputados y ayuntamientos, es un mayor trabajo.

Creo que con la experiencia que aquí se ha tenido, con eso lograremos hacer un buen trabajo.

Siempre se nos pidió una metodología dentro de estas presentaciones, creo que vamos a tener tiempo de que el personal de la Dirección y así como pertenece al Servicio Electoral Profesional se capacite, vaya a cursos de metodología de programas, veamos análisis estadísticos también, creo que hay que hacer muchas cosas y ahora tenemos la experiencia de que ya no perdamos tiempo en que si se aplica Internet, se vale meter lo de Internet, costos, los debates públicos es mucho tiempo, el programa de capacitación ya no tuvimos tiempo de revisarlo por todo este acortamiento en tiempos, y qué tuvimos que acortar.

Los tiempos en los informes también y el análisis de la Dirección era muy poco el tiempo. Y sí, con todos estos errores, yo por eso no permití ahora que se viera este diagnóstico que nosotros estábamos elaborando, ahora conclusiones generales y análisis porque tiene ahí errores ortográficos y tiene varias cuestiones. Pero yo atribuyo que son los tiempos tan cortos que tenemos para revisar los documentos.

Creo que esto nos llevará, con el apoyo también de los representantes de los partidos políticos ante esta Comisión y ante las juntas distritales para que también vigilen a los monitoristas si están haciendo su trabajo como debe ser, como nosotros en un momento dado tuvimos que hacerlo también y acudir a las juntas y decirles el compromiso a los vocales ejecutivos, a los vocales de organización; hablar con los monitoristas también para que hicieran una labor intensa y que tuviéramos la captura de las cédulas en tiempo, a los capturistas, decirle al vocal ejecutivo, bajar a campo también.

Esperemos que en este próximo proceso y con todas las propuestas de consejeros, representantes de partidos políticos ante esta Comisión y ante las juntas distritales, podamos hacer un mejor trabajo.

Estamos a la disposición de hacer un documento crítico con toda la problemática que hemos vivido aquí, a mí no me agrada que se hagan este tipo de críticas a la Secretaría Técnica.

Aún así creo que nuestra labor ahí está plasmada en más de 110 mil elementos detectados, que es una labor titánica también en ver cédula por cédula, en hacer los recorridos los monitoristas y así sucesivamente.

Al personal, los coordinadores, aunque hoy también se les ha mencionado que no han hecho su chamba al 100 por ciento, creo que ellos han estado trabajando intensamente, a mí me consta, durmiendo tres, cuatro horas y traímos con cargas de trabajo intensa a ellos, sin dejarlos descansar incluso sábados y domingos, que es cuando tenían que hacer su monitoreo extraterritorial.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

Creo que aquí a los 300 monitoristas que también arriesgan su físico, incluso en las calles, un agradecimiento a todos ellos por su labor tan intensa; a los coordinadores de monitoreo, al personal que está en la Dirección tratando de sistematizar la información y a todas las áreas que participaron, desde Organización, la Dirección Jurídica y todas las áreas, un reconocimiento.

Y vamos a meternos a fondo con un diagnóstico crítico, sin escatimar estas críticas, para que tengamos un mejor trabajo. Sería cuanto, señor Presidente.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Claro que sí. Y por supuesto que la Presidencia también en ese sentido se solidariza con la Secretaría Técnica y por supuesto que le extendemos de veras un sentido reconocimiento a toda la gente, a todo el personal de la dirección y de las otras áreas que ha señalado el señor Secretario Técnico, sin omitir evidentemente todo lo que aquí se ha expuesto.

En virtud de que no se han registrado más asuntos generales ni se han solicitado más intervenciones. Doctor Martínez Vilchis, por favor.

CONSEJERO ELECTORAL, DR. JOSÉ MARTÍNEZ VILCHIS: Presidente, le tocó llevar la Comisión en una etapa muy complicada, así es que le reconozco su trabajo también. El mío fue mucho más sencillo, menos presión, de tal manera que le reconozco el trabajo realizado. Es cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Gracias. Esperemos que no le dejemos mucha carga y que logren entenderse finalmente el Consejero Villarreal y el Secretario Técnico en el próximo proceso. Adelante, Álvaro, por favor.

REPRESENTANTE DEL PAN, LIC. ÁLVARO DANIEL MALVÁEZ CASTRO: Sí, es muy rápido, es a manera de recordatorio, lo mencioné en mi intervención anterior. Solicitarle nada más a la Secretaría Técnica, más bien haciéndole un recordatorio, tenemos ahí pendiente la entrega de unos informes sobre las cédulas de identificación, sobre la segunda quincena y la tercera, nada más para hacerle la petición de manera formal de que nos lo pueda enviar, por favor.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. JESÚS JARDÓN NAVA: Claro que sí. Y ojalá podamos sacar también por ahí, si hubiera algún otro pendiente de solicitud de información, para que quedemos en cero.

En virtud de que no se han registrado más asuntos generales, damos por concluida la presente sesión siendo las 20 horas con 45 minutos del día de su inicio.

Y un último comentario, todo lo del día de hoy, acuerdos e informes que vimos el día de hoy van para el Consejo para la próxima sesión del lunes.

Y la siguiente etapa sería, toda la que tiene que ver con lo que hemos estado señalando ahora, que sería básicamente evaluación y el desarrollo de diagnóstico, para que les quede clara esa parte.

Gracias, muy amables. Buenas noches.

Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión
17^a. Sesión Extraordinaria

“TÚ HACES LA MEJOR ELECCIÓN”
ATENTAMENTE

M. en D. Jesús G. Jardón Nava
Consejero Electoral
Presidente de la Comisión

Lic. Juan Carlos Villarreal Martínez
Consejero Electoral

Dr. en A.P. José Martínez Vilchis
Consejero Electoral

Dr. Sergio Anguiano Meléndez
Secretario Técnico

Lic. Álvaro Daniel Malváez Castro
Representante Propietario del PAN ante la
Comisión

Lic. Luis Mazy González

Representante Suplente de la Coalición
“Unidos por Tí” ante la Comisión

C. Agustín Uribe Rodríguez

Representante Propietario de la Coalición
Unidos por Tí ante la Comisión

Las presentes firmas corresponden al Acta Estenográfica de Décima Séptima Sesión Extraordinaria de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, celebrada 14 de julio de 2011.