

Toluca de Lerdo, México, 22 de enero de 2016.

Acta Estenográfica de la Décima Tercera 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 Comisiones de esta institución, sito en Paseo Tollocan No. 944, segundo piso, colonia Santa Ana Tlapaltitlán, en la forma siguiente:

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muy buenos días. Por ser la primera sesión de este año, un fuerte abrazo a cada uno de ustedes.

Vamos a dar inicio a la Décima Tercera Sesión Extraordinaria de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión del Instituto Electoral del Estado de México, de acuerdo con lo que disponen los artículos 1.8, fracciones I y II; artículo 1.9, fracción VI; 1.12, párrafo quinto; 1.17 y 1.47 del Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo General de este Instituto.

De tal manera que le pediré al Secretario, el Director de Partidos Políticos inicie los trabajos pasando lista de presentes y, en su caso, haga la declaración de quórum legal.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. FRANCISCO JAVIER JIMÉNEZ JURADO: Muchas gracias, señor Presidente.

Se encuentra presente:

El maestro Saúl Mandujano Rubio, Presidente de esta Comisión. (Presente)

La doctora María Guadalupe González Jordan, que integra esta Comisión. (Presente)

Por parte del PAN, el licenciado Rubén Darío Díaz Gutiérrez. (Presente)

También la licenciada Marlene Miranda Espinosa, suplente ante la Comisión. (Presente)

Por parte del PRI, el licenciado Julián Hernández Reyes, que es representante ante el Consejo General, suplente. (Presente)

Jorge Armando Rosas Cuenca, representante ante la Comisión, propietario, también por el PRI. (Presente)

Por parte del PT, el actuario Ricardo Ramos Arzate, representante propietario ante la Comisión. (Presente)

Por parte del Verde Ecologista, el licenciado Oscar Hugo López Rodríguez, representante propietario. (Presente)

Por parte de MORENA, el licenciado Edgar Antonio Estrada Balderas, representante propietario. (Presente)

Se encuentra como invitada la Jefa de la Unidad de Comunicación Social, la maestra María Verónica Veloz Valencia. (Presente)

Y su servidor, como Secretario Técnico, Francisco Javier Jiménez Jurado. (Presente)

Por lo que, señor Presidente, hay quórum legal; están la Consejera y Consejero que tienen derecho a voz y voto, y los representantes de los partidos políticos que he mencionado.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muchas gracias, Francisco.

Debido a que hay quórum legal, con fundamento en lo previsto por el artículo 1.21 del Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones de este Instituto, damos formal inicio a la Décima Tercera Sesión Extraordinaria de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, siendo las 10:15 horas del día 22 de enero; de tal manera que le pido al Secretario Técnico continúe con el siguiente punto del orden del día y que dé cuenta de la integración de la mesa porque se está integrando Maythé, de Nueva Alianza.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. FRANCISCO JAVIER JIMÉNEZ JURADO: Gracias, Presidente.

Se encuentra la licenciada Maythé Martín del Campo Valverde, representante de Nueva Alianza, propietaria.

El siguiente punto sería el dos, que es la lectura y aprobación del orden del día.

Si me lo permite, la propuesta del orden del día sería la siguiente:

1. Lista de presentes y declaración de *quórum* legal.
2. Lectura y aprobación del orden del día.
3. Lectura y aprobación del Acta Estenográfica de la Décima Cuarta Sesión Ordinaria.
4. Informe de la Secretaría Técnica.

5. Presentación de la campaña institucional para la promoción del voto por parte de la Unidad de Comunicación Social.
6. Sorteo para elaborar el calendario mediante el cual se apruebe el orden en que los partidos políticos harán uso de las instalaciones del Centro de Producción Audiovisual, correspondiente al primer semestre de 2016.
7. Asuntos generales.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Queda a consideración de los representantes de los partidos políticos, así como de la Consejera Electoral y del Consejero Electoral la aprobación del orden del día, y se les consulta si desean incluir algún asunto general a tratar en esta sesión.

Dado que no existen asuntos generales ni comentarios al respecto, le pido al Secretario que requiera el consenso de las y los representantes de los partidos políticos, así como el voto de la Consejera y el Consejero Electoral con relación al orden del día.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. FRANCISCO JAVIER JIMÉNEZ JURADO: Muchas gracias.

Preguntaría a las y los representantes de los partidos políticos presentes si contamos con su consenso para la aprobación del orden del día propuesto.

Existe el consenso.

También preguntaría a la Consejera, al señor Consejero si están de acuerdo en aprobar el orden del día que propuse hace un momento para esta sesión y se los solicitaría manifestarlo de la manera acostumbrada.

Señor Presidente, la propuesta de orden del día ha sido aprobada tanto por consenso de los representantes de los partidos políticos y por unanimidad del voto de la Consejera y del Consejero Presidente.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muchas gracias, señor Secretario.

Antes de pedirle que continúe con el siguiente punto del orden del día, con fundamento en lo previsto por el artículo 1.23 del Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo General de este Instituto y dado que oportunamente fue remitida la documentación correspondiente, junto con la convocatoria, le pido consulte a los integrantes de esta Comisión si existe consenso

y aprobación para dispensar la lectura del Acta correspondiente a la Décima Cuarta Sesión Ordinaria.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. FRANCISCO JAVIER JIMÉNEZ JURADO: Muchas gracias.

Les solicitaría a las y los representantes de los partidos políticos manifiesten si existe consenso respecto a la dispensa de la lectura de los documentos que fueron circulados previamente y que, en su oportunidad, ya tuvieron en sus oficinas.

Igual se solicita a la Consejera, a usted, señor Consejero, si están de acuerdo en que se dispense la lectura del Acta de la Décima Cuarta Sesión y se sirvan manifestarlo levantando la mano.

Muchas gracias.

La propuesta ha sido aprobada por consenso. Muchas gracias.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Le pido al Secretario continúe con el siguiente punto del orden del día.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. FRANCISCO JAVIER JIMÉNEZ JURADO: Muchas gracias.

El siguiente punto del orden del día es el tres: Lectura y aprobación del Acta Estenográfica de la Décima Cuarta Sesión Ordinaria, de la sesión anterior.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muchas gracias, Francisco.

En virtud de que el Acta de la Décima Cuarta Sesión Ordinaria también forma parte de la documentación que fue proporcionada con la convocatoria, y una vez que se acordó hace un momento la dispensa de su lectura, preguntaría a los integrantes de la Comisión si existen observaciones o comentarios respecto del acta relativa de fecha 24 de noviembre de 2015.

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

SECRETARIO TÉCNICO, DR. FRANCISCO JAVIER JIMÉNEZ JURADO: Muchas gracias.

Señoras y señores representantes de los partidos políticos, les pediría que manifestaran su consenso respecto del acta de la sesión anterior de la Comisión de

Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, que se celebró el 24 de noviembre del año 2015 y que, en su oportunidad, fue entregada para su conocimiento.

De igual forma le solicitaría a la Consejera, al Consejero Electoral si están de acuerdo en aprobar esta acta mencionada.

Muchas gracias.

El Acta Estenográfica de la Sesión Ordinaria anterior ha sido aprobada por consenso de las y los representantes de los institutos políticos y de la Consejera y del Consejero.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Le pido al Secretario continúe con el siguiente punto del orden del día.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. FRANCISCO JAVIER JIMÉNEZ JURADO: Muchas gracias.

Corresponde al número cuatro y es el Informe de la Secretaría Técnica de la Comisión, y está a su consideración.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muchas gracias, Francisco.

Toda vez que este Informe de la Secretaría Técnica está incluido en la documentación que fue acompañada con la convocatoria, le pido al Secretario consulte a los integrantes de la Comisión si existe consenso y aprobación para dispensar la lectura de dicho informe.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. FRANCISCO JAVIER JIMÉNEZ JURADO: Muchas gracias.

Les solicitaría a las y los representantes de los institutos políticos acreditados que manifiesten su consenso respecto a la dispensa del informe que fue anteriormente circulado, ya mencionado.

Y le solicitaría también a la señora Consejera, al señor Consejero si están de acuerdo en la dispensa de esta lectura del citado informe y, en su caso, la aprobación; que lo manifiesten de la manera acostumbrada.

Muchas gracias.

Ha sido aprobado por el consenso de los representantes de los partidos políticos y por unanimidad de la Consejera y el Consejero.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muchas gracias, señor Secretario.

Le pido que una vez que se acordó la dispensa de la lectura, consultaría a los integrantes de la Comisión si tienen alguna observación sobre el informe que ha sido ya dispensado en su lectura.

Si no existen comentarios sobre este punto, lo tendríamos por presentado.

Perdón, tiene uso de la palabra Julián Hernández. Perdón, Julián.

REPRESENTANTE DEL PRI, LIC. JULIÁN HERNÁNDEZ REYES: No se preocupe, señor Consejero. Muy buenos días a todos.

En primer lugar nada más señalar que nos congratulamos que retomemos los trabajos en esta Comisión, estrenamos Secretario Técnico, le deseamos el mejor de los éxitos, sabemos de su capacidad y sea bienvenido a los trabajos de esta Comisión.

Por otra parte, señalar que en el informe correspondiente ya se abarca el mes de enero que estamos corriendo; sin embargo, consideramos que se debe hacer una adenda al mismo, en virtud de que el pasado 19, en sesión del Consejo General, el Consejo General aprobó la participación del Partido Futuro Democrático en la elección extraordinaria de Chiautla.

Sin embargo, no viene incorporado en el informe correspondiente y consideramos que sería fundamental, con el propósito de nosotros darle la certeza jurídica al partido político de que ya tiene su registro ante el Instituto para la participación en Chiautla exclusivamente, pero que simple y sencillamente en virtud de que se le darán ya también tiempos en radio y televisión y cosas por el estilo, consideramos conveniente que se pueda realizar una adenda, señalar a través de qué número de acuerdo fue aprobado por el Consejo General la acreditación de Futuro Democrático y poderlo incluir en el informe.

Sería cuanto. Muchas gracias.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Sí, muy amable, Julián.

El Secretario Técnico hará la incorporación pertinente en el informe, para que quede asentado que efectivamente Futuro Democrático está acreditado para la elección de Chiautla.

Y le pido al Secretario dé cuenta de la integración de la mesa, se ha incorporado Encuentro Social.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. FRANCISCO JAVIER JIMÉNEZ JURADO: Muchas gracias, señor Presidente.

Se encuentra con nosotros Carlos Loman Delgado, representante propietario ante la Comisión por Encuentro Social.

Muchas gracias.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Le pregunto a los integrantes de la Comisión si no tienen algún comentario adicional sobre el informe, además del que nos ha hecho amablemente Julián.

Si no existen comentarios u observaciones, lo tendríamos por presentado y le pido al Secretario Técnico que el informe se incorpore a la versión estenográfica que hará las veces de acta de esta sesión y, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 1.9, fracción XX, del Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones de este Instituto, lo envíe a la Secretaría Ejecutiva para los efectos conducentes.

Le pido, asimismo, a la Secretaría dé cuenta del siguiente punto del orden del día.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. FRANCISCO JAVIER JIMÉNEZ JURADO: Muchas gracias. Con gusto.

El siguiente punto del orden del día es el cinco y corresponde a la presentación de la campaña institucional para la promoción del voto por parte de la Unidad de Comunicación Social.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muchas gracias.

Quiero nada más puntualizar que esta campaña institucional de promoción del voto es sólo correspondiente a la elección extraordinaria de Chiautla y vamos a pedirle a la maestra Verónica Veloz Valencia, titular de la Unidad de Comunicación Social, que nos haga favor de exponer esta campaña de promoción del voto.

Vero, tienes el uso de la palabra.

JEFA DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, MTRA. MARÍA VERÓNICA VELOZ VALENCIA: Gracias, Presidente. Buenos días a todos.

Sí, efectivamente, vamos a presentar la campaña, sobre todo la estrategia del Plan de Medios por parte de la Unidad de Comunicación Social.

Este documento también ya fue circulado, ya lo tienen ustedes, y de manera ejecutiva vamos a ver este Plan Estratégico para centrarnos propiamente en cuál sería la labor por parte de la Unidad de Comunicación Social.

Como bien sabemos, tras haber desarrollado, organizado y vigilado las elecciones del 7 de junio de 2015, el Instituto Electoral del Estado de México, por cuarta ocasión en su historia, se encuentra ante el reto de llevar a cabo una elección extraordinaria, en este caso como ya lo tenemos en nuestro conocimiento, es en el municipio de Chiautla.

Con base en lo anterior, la Unidad de Comunicación Social se ha dado a la tarea de desarrollar este Plan Estratégico e inmediatamente tuvimos noticia de que iba a ser la elección extraordinaria, el equipo de la Unidad de Comunicación Social nos hemos dado a la tarea de desarrollar esta campaña para la promoción del voto en este municipio.

Y para atender de manera eficiente la elección extraordinaria del municipio de Chiautla, la Unidad ha trabajado en el diseño propiamente de acciones comunicativas que vayan dirigidos con mensajes focalizados, directos, a la ciudadanía que va a participar en la jornada electoral el próximo 13 de marzo.

Este Plan Estratégico para la elección tiene como finalidad lograr que el Instituto Electoral del Estado de México sea capaz de comunicar e incentivar a los ciudadanos de Chiautla a votar. Ese sería nuestro objetivo y nuestro propósito fundamental.

El objetivo de este plan es llegar eficientemente, con mensajes –como señalábamos– breves y precisos mediante una campaña de tierra, que es la que vamos a realizar, y sobre todo en este corto tiempo que tenemos para llevar a cabo nuestra campaña a los ciudadanos del municipio de Chiautla.

Con base en lo anterior, se implementará una brigada de comunicación con personal propiamente de la Unidad de Comunicación Social, que haga llegar estos mensajes de manera directa a la ciudadanía, ya sea en sus domicilios o de mano en mano con los transeúntes, sobre todo por el escaso tiempo –que ya hemos mencionado– con el que contamos.

El IEEM tiene la obligación de garantizar ante toda la legalidad de la elección extraordinaria del municipio de Chiautla y demostrar a la opinión pública su capacidad organizativa y principalmente su compromiso con los valores democráticos y principios que lo rigen.

A pesar de que Chiautla registró un índice de participación electoral de 66 por ciento en la más reciente elección, es importante buscar que aumenten los niveles de

votación en este municipio, y lo trataremos de hacer a través, y con el apoyo de todos, de esta campaña de promoción del voto.

La transparencia es otro de los elementos fundamentales dentro de esta elección y entro directamente a cuál sería nuestra campaña de comunicación en tierra.

Nosotros queríamos hacerles, y en vista de que estamos ahora en esta Comisión, hacerles conocimiento de la campaña que vamos a trabajar y nuestra idea es arrancar el 25 de enero, que sería propiamente el próximo lunes para tener esta campaña en tierra.

Como bien les mencionaba, tenemos brigadas que van a estar haciendo esta campaña en el municipio de Chiautla; colaboradores de mi Unidad ya hemos establecido las brigadas para no dejar tampoco desamparadas las áreas con las que contamos en la Unidad y para que ustedes se sientan con la certeza de que todas las áreas de la Unidad de Comunicación Social seguirán funcionando.

Y las personas que estarán en nuestra brigada, estarán exclusivamente atendiendo esta campaña, la cual –como mencionábamos– es a través de volanteo, que más adelante vamos a ver los carteles que hemos realizado por parte de la Unidad de Comunicación Social.

Cabe resaltar que estos carteles; bueno, tuvimos una serie de propuestas que estuvimos trabajando en la Unidad y después de un consenso y después de un estudio decidimos que esos carteles eran los más apropiados que podrían llegar y penetrar muy bien, y sobre todo visibilizar la acción del Instituto Electoral del Estado de México.

Asimismo, y con base en la disponibilidad presupuestal, se buscará realizar inserciones en los siguientes medios impresos, con cobertura en el municipio de Chiautla, con la finalidad de incentivar la participación y promover el voto.

Estos son los medios que tenemos registrados, estos medios estatales y regionales en la zona oriente, que llegan exclusivamente al municipio de Chiautla.

Con el estudio que estuvimos haciendo en la Unidad detectamos que éstos eran los medios que tienen esa cobertura esta penetración en el municipio de Chiautla.

En estos medios buscaremos cuáles sean las mejores propuestas, no van a ser todos, sino se hará el estudio de ver cuáles serían, sobre todo porque hay algunos medios que son decenales, quincenales y veríamos los de mayor impacto para incentivar esta campaña, aunque cabe resaltar que la cuestión de lo de la brigada va a ser una pieza fundamental en el transcurso y en el trayecto de esta campaña.

Difusión en medios electrónicos con base en los tiempos de radio y televisión que sean asignados por el Instituto Nacional Electoral al IEEM, se buscará invitar a la ciudadanía a participar en la elección extraordinaria del municipio de Chiautla.

Esto lo haremos a través de *spots* de radio y televisión, que también ahora se los mostraremos.

Regresando a la cuestión de la campaña en tierra que vamos a hacer en el municipio de Chiautla, lo que estamos ya diseñando, incluso el equipo de la Unidad de Comunicación Social realizamos un *scouting* en la zona para detectar cuáles eran los lugares de mayor afluencia, y sobre todo penetrar y llegar a fortalecer esta campaña.

Vamos a hacer visitas, vamos a visitar plazas públicas, mercados, zonas escolares y zonas de mayor afluencia en este municipio para lograr este impacto.

Carteles, estamos pensando que sean en tres mil carteles, 30 mil volantes y la cuestión también del perifoneo, que ahora también se los vamos a mostrar para que ustedes tengan el conocimiento de lo que se estará haciendo en esta campaña.

Estos son los dos carteles. El primer cartel, pensábamos y estuvimos trabajando en varias ideas en la cuestión de vamos por una elección extraordinaria, y la primera etapa va a ser principalmente para informar a los ciudadanos de Chiautla que el próximo 13 de marzo van a tener que votar en esta elección extraordinaria.

La primera etapa sería una etapa informativa, en donde decirles “van a tener que volver a votar y en una elección extraordinaria”, por eso la cuestión de lo del cartel.

Si se dan cuenta también ya viene ahí el logo propiamente de la elección, exclusivamente en ese sentido de Chiautla, viene ya la fecha y viene una cuestión que también estamos, y vamos a viralizar y tratar de posicionar, que sería a través de nuestras redes sociales y que sería con el *hashtag* #VotaChiautla, que les pediría de antemano el apoyo para que todos estuviéramos trabajando también con este *hashtag* de #VotaChiautla.

El siguiente cartel, la cuestión de lo de las manos, lo del dedo, es una cuestión de vamos en igualdad, de la cuestión de que no quisimos meter rostros, sino más bien que fueran manos y diferentes estilos, pero que a la vez tenemos una igualdad y que vamos a hacer esta elección extraordinaria con una connotación positiva, una elección extraordinaria, una elección ejemplar.

Y aunque vamos a tener que repetir la elección, pero vamos a salir adelante, la cuestión es que lo va a demostrar el municipio de Chiautla a través de su participación en la jornada electoral del 13 de junio.

Esta campaña nos daba la continuidad para la siguiente etapa, que sería en este corto tiempo, además también para la cuestión de tener una imagen muy visible y que fuera atractiva para los ciudadanos.

Y la siguiente etapa sería de reforzamiento y de reflexión, por eso es Vota, hazlo extraordinario.

La cuestión de lo de la equis, también jugamos mucho en la cuestión de la tipografía.

La cuestión de la equis, si se dan cuenta, es cómo cuando vamos a votar en la boleta marcamos el partido que vamos a elegir, por eso la cuestión de tener también estas imágenes que nos hacen una alusión a lo que se vive en la jornada electoral.

Ahí vienen todos los señalamientos de nuestras redes sociales, un número telefónico al cual la ciudadanía también podrá llamar para cualquier duda, inquietud sobre esta campaña y sobre la elección extraordinaria propiamente en Chiautla.

Este teléfono está a cargo del Centro de Orientación Electoral, que lo podemos nosotros encontrar en el CEFO, en el Centro de Formación.

Esa sería la campaña en cuanto a los carteles y al volanteo que vamos a estar haciendo.

Como les mencionaba, la cuestión del *hashtag* que estaremos utilizando en las redes sociales a partir de, si podemos el día de hoy creo que sería lo más adecuado, después de tener esta reunión con ustedes.

Acciones complementarias.

La Unidad de Comunicación Social gestionará entrevistas, programas y espacios de difusión en medios electrónicos e impresos con la finalidad de incentivar la participación de los ciudadanos del municipio de Chiautla.

Aquí lo que también estamos haciendo es trabajando, gestionando estos espacios, para que se conozcan a través de los medios de comunicación las acciones y todo lo que tenga que ver con la elección extraordinaria en el municipio de Chiautla.

Si me lo permiten, vamos a escuchar y ver el *spot* que hemos trabajado para esta elección.

(Proyección de spot)

JEFA DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, MTRA. MARÍA VERÓNICA VELOZ VALENCIA: Ese es el *spot* y ahora les pasamos el perifoneo con el que estaremos trabajando.

(Proyección del perifoneo)

JEFA DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, MTRA. MARÍA VERÓNICA VELOZ VALENCIA: Prácticamente eso sería, por parte de la Unidad de Comunicación Social, la campaña que estaríamos trabajando e incentivando para la elección extraordinaria en el municipio de Chiautla.

Por mi parte es todo.

Es cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muchas gracias, Vero.

Vamos a escuchar la opinión de los partidos políticos, de las representaciones de los partidos políticos.

Escucharon ya la exposición de la titular de la Unidad de Comunicación Social, dos proyectos en una estrategia, primero es posicionar la elección y luego ya la promoción del voto.

Está abierto para que escuchemos los comentarios de cada uno de ustedes.

Rubén Darío. Tiene el uso de la palabra el Partido Acción Nacional.

Perdón, Rubén, nada más déjame pedirle antes al Secretario que dé cuenta de la integración de la mesa.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. FRANCISCO JAVIER JIMÉNEZ JURADO: Muchas gracias, señor Presidente.

Nada más para informarles que se encuentra el licenciado Agustín Uribe Rodríguez, representante propietario del Partido de la Revolución Democrática.

Y también comentarle que se recibió el oficio REPMC/5/2016, en donde se hace un cambio de representante propietario, y ahora se encuentra el licenciado Edgar Ulises González Hernández, por Movimiento Ciudadano.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Bienvenido, Edgar.

Tiene el uso de la palabra Rubén Darío. Y luego se la dará a Agustín Uribe.

REPRESENTANTE DEL PAN, LIC. RUBÉN DARÍO DÍAZ GUTIÉRREZ: Gracias, Presidente.

En primer lugar, felicitar por el esfuerzo que hace la Jefa de la Unidad de Comunicación Social, pero tenemos algunos cuestionamientos que sí nos gustaría, valga la expresión, que nos pudiera aclarar, específicamente para saber de dónde tomó los datos para poder establecer, en el caso de los medios de difusión impresos, estos medios impresos son los que tienen más penetración específicamente en esa zona.

Y también nos gustaría saber la cobertura que tienen estos diarios, porque tenemos un problema en este país y es que no nos gusta la lectura, entonces difícilmente la gente se acerca a comprar el periódico y no sabemos si va a ser en un cuarto, en media plana o qué tipo de impreso o lo que se va a plasmar en el medio de difusión.

Por otra parte, ya escuchamos los dos spots que nos propone, pero no vimos el de televisión.

JEFA DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, MTRA. MARÍA VERÓNICA VELOZ VALENCIA: El spot es el de televisión.

REPRESENTANTE DEL PAN, LIC. RUBÉN DARÍO DÍAZ GUTIÉRREZ: ¿Es el primero?

JEFA DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, MTRA. MARÍA VERÓNICA VELOZ VALENCIA: Sí, el spot es el de televisión y es el mismo que se utiliza para radio.

REPRESENTANTE DEL PAN, LIC. RUBÉN DARÍO DÍAZ GUTIÉRREZ: Yo no sé mucho de comunicación, pero sí hablo de lo que veo, yo lo veo muy plano, al igual que el cartel, o sea, ¿manos a la obra de qué?

Los ciudadanos, si bien es cierto, van a participar emitiendo su sufragio, pero los que tenemos que estar manos a la obra somos los del Instituto.

Tenemos que, valga la expresión, creo que incluir otra serie de imágenes, porque no sé qué se quiera plasmar con algo que parece un árbol, tiene una forma de triángulo y se ven específicamente los pulgares, la mano levantada así.

No sé, a lo mejor podría explicarnos cuál es el significado que tiene específicamente o por qué sería atractivo para el ciudadano esto. Lo digo porque lo desconozco, hablo como ciudadano.

Por otra parte, ya nos comenta que va a haber una brigada de comunicación, que va a visitar plazas públicas, mercados, zonas escolares. No sé si se tenga ya la

información relativa que emite el INEGI para el efecto de saber que en este municipio solamente contamos con 40 escuelas y la población que tenemos de acuerdo a la Lista Nominal de Electores es de 19 mil 343 y del padrón 19 mil 771.

El asunto es que no sé si con esto que específicamente propone, que son carteles, si son tres mil carteles, 30 mil volantes, que pudiésemos llegar a qué porcentaje de la población.

A lo mejor pudiéramos pensar que todos tienen hijos en edad escolar y al momento de que van por los hijos o que llevan a sus hijos, se les puede llegar a entregar un volante. En el mercado sabemos que también puede ser lo mismo.

Aquí habría que ver también otra circunstancia, o sea, de la población cuál es su fuente laboral principal, para saber si específicamente los papás pueden asistir por sus hijos a las escuelas; si no, la población menor a 15 años o de 17 con 11 meses no vota.

Habría que también capacitar en ese sentido a la brigada, que se tratará específicamente de que este volante se le entregue a los que sean o se vean mayores de edad, que no es por discriminar, pero finalmente esto va directamente a una población, la cual puede ejercer su voto.

Estos serían por el momento los cuestionamientos que tenemos por cuanto a este plan que nos presentan.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muchas gracias, Rubén.

Antes de darle el uso de la palabra a Verónica, para que vayas tomando nota, Vero, y ahora en una intervención tú puedes hacer aclaraciones, le daríamos el uso de la palabra a Agustín Uribe, del Partido de la Revolución Democrática.

Agustín, tienes el uso de la palabra.

Y luego se lo daríamos a Edgar, de MORENA.

REPRESENTANTE DEL PRD, LIC. AGUSTÍN URIBE RODRÍGUEZ: Gracias. Muy buenos días.

Como es la primera vez que nos vemos en esta Comisión, primeramente, los mejores deseos y muchos éxitos para este año.

El plan estratégico de comunicación para la elección extraordinaria de Chiautla creo que utiliza la única base estratégica que debería utilizar, que es a pie tierra, lo que

conocemos a pie tierra y en una campaña de comunicación directa con la ciudadanía.

El espacio territorial no es muy amplio, la lista nominal no es grande, creo que es bastante correcta.

Y creo que dentro del diagnóstico, en la segunda viñeta colocan lo que pudiéramos evaluar, lo que pudiera ser un punto para evaluar si funcionó o no funcionó la campaña estratégica de comunicación.

Se hace la propuesta de que a pesar de que Chiautla registró un índice de participación electoral del 66 por ciento, por cierto uno de los más altos en todo el Estado de México, es importante buscar que aumenten los niveles de votación en este municipio.

Seguramente van a aumentar, la polarización de la elección va a ser fundamental para ello y esta polarización a lo que nos obliga es a que el Instituto Electoral deba de tener una campaña no solamente de promoción del voto, sino de tratar de que los entes y los actores políticos, en la medida de las posibilidades, guarden el respeto a las leyes y sobre todo no confronten a la ciudadanía.

Creo que eso se está dejando de lado, una elección extraordinaria siempre es polarizada, siempre se polariza entre los dos principales actores políticos, sobre todo cuando hay la posibilidad de generar coaliciones distintas a las que participaron en una elección ordinaria, creo que se dejó de lado ese punto.

Cómo hacer desde el Instituto para que esa polarización que se pueda dar en Chiautla, digo, ya lo veremos en el registro de candidatos, en el registro de coaliciones, impulsar, para que la elección se lleve lo más tranquila posible.

Eso no está contemplado, parece que les faltó el análisis de la posible polarización, que siempre se da en las elecciones extraordinarias. Acabamos de pasar una a nivel estatal y creo que eso no se tomó en cuenta.

Si la idea de esta estrategia es elevar los índices de votación, con que lleguemos al 67 por ciento estaremos pensando que la estrategia funcionó. Eso, por un lado.

El hacer énfasis en los medios alternos creo que es lo más idóneo, es parte de lo interesante que tiene la estrategia, una de sensibilización y una de invitación a votar.

Coincido con Acción Nacional, éstos no son los medios de la región, los medios de la región es Acontecer, es Vocero, son dos o tres medios más que se editan en el municipio de Ecatepec y que se cubre en toda la región.

Hay otro más que se edita en el municipio de Teotihuacán, que cubre esa región; hay dos más que se editan en ciudad Nezahualcóyotl y que cubren la región de Texcoco.

El Heraldo del Estado de México no llega hasta allá, bueno, si estamos pensando en que son los que se dejan en las presidencias municipales, sí es uno de los pocos que llega hasta allá, pero puntual es muy poco, puntual es más que nada en esta región.

Yo les pediría que pudieran hacer un análisis un poco más amplio en el caso de que se tome la decisión de hacer inserciones en medios de comunicación.

Creo que no tiene mucha finalidad como el impacto que puede tener el volanteo, incluso no necesariamente en lugares en donde se concentra la población, como son escuelas, como son centros comerciales o plazas públicas, sino pudiera ser incluso de casa por casa.

Me llama la atención de que manejan 30 mil volantes, la lista nominal es de poco más de 19 mil. Estoy pensando que va a haber dos versiones de volantes y no nos las están exponiendo.

Si es el caso del material que se presenta a difundir desde un punto de vista de comunicación, la única diferencia entre la primera etapa y la segunda etapa es el cambio de “vamos” por “vota”, de ahí en fuera el cartel es exactamente el mismo, no hay ninguna situación que permita una diferencia, tendríamos que estar observando de manera muy detenida el cartel para saber la diferencia.

La recomendación sería que si vamos a hacer dos etapas, una de sensibilización, una de información de que hay una elección extraordinaria y otra de una invitación a votar, que la invitación a votar fuera más específica y más detallada.

En este caso, tal vez lo único que propondría es que el asunto de las manos fuera cambiado por algo más específico que tenga que ver con el voto, porque si no, insisto, el “vota”, a pesar de que resalta y además tiene un color distinto, se pierde aun así a lo lejos, que es la función de un cartel.

El cartel no se ve de cerca, el cartel tiene una función de mirarse a lo lejos; a lo lejos no hay diferencia, no existe diferencia entre la primera etapa de difusión y la segunda etapa de invitación al voto.

Respetuosamente les hacemos esa observación, creo que además de cambiar “vamos” por “vota” y “elección” por “hazlo”, creo que debería de estar algo más específico, más detallado.

Esas, de manera muy respetuosa, creo que pudieran ser las únicas observaciones al Plan Estratégico.

Y si el cartel se va a convertir en volante, creo que, aprovechando de que son dos etapas, creo que también pudiera ser que el volante pudiera ser más detallado, más eficaz, más eficiente en la segunda etapa y pudiera ser de mano en mano.

Es un municipio pequeño, insisto, son 19 mil en lista nominal, son poco más de 26 mil habitantes, estamos hablando más o menos de siete mil casas, más-menos. A cinco mil casas, dice Rubén. Sí, ahí no había televisión hace algunos años, entonces la densidad poblacional es bastante grande por casa.

Son cinco mil, estamos hablando de 30 mil volantes, estaríamos hablando de que pudiera darse para seis repasadas; seis repasadas en dos etapas, estamos hablando de que pudiéramos hacer alrededor de dos a tres propuestas de volantes de una campaña de sensibilización a una campaña intensa de promoción del voto.

Son algunas propuestas y algunas recomendaciones que pudiéramos hacer al Plan Estratégico, en el afán de eficientarlo y de que fuera más eficiente y eficaz.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muchas gracias, Agustín.

Les voy a dar el uso de la palabra, para que tú vayas tomando nota.

Adelante, Agustín.

REPRESENTANTE DEL PRD, LIC. AGUSTÍN URIBE RODRÍGUEZ: Coincido con Acción Nacional, el perifoneo está muy plano.

Es difícil que el perifoneo sea un elemento de promoción del voto; sin embargo, ha funcionado el perifoneo no en autos, sino con personas, como los vagoneros del Metro en la Ciudad de México.

Si van a meter el perifoneo, ojalá pudiera ser algo más folclórico, más popular, una música más popular, obviamente, respetando los derechos de autor, y habría que conocer los gustos de Chiautla. Creo que eso no les llamaría la atención.

Ya, gracias.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muy amable, Agustín.

Voy a dar el uso de la palabra en el siguiente orden: MORENA, Edgar Antonio, y luego Encuentro Social, Carlos Loman.

Edgar, tienes el uso de la palabra.

REPRESENTANTE DE MORENA, LIC. EDGAR ANTONIO ESTRADA BALDERAS: Muchas gracias.

Creo que nosotros tenemos varios cuestionamientos.

El primero sería que nos parece bien la campaña de comunicación de tierra. Ahí sería nada más que nos especificaran con cuántos miembros se piensa realizar esa campaña, si va a existir una convocatoria para ese personal que va a estar en el municipio promocionando el voto, los costos.

Tú comentabas que tenías personal, que fueras más específica en ese asunto.

Y si nos pueden decir el costo de los medios impresos, ya que a lo mejor se puede cambiar con lo que decían, a lo mejor, en la campaña de volante y el cartel, que fuera mejor que se pueda sustituir, por la campaña de volante y cartel.

Creo que se queda muy escueta ahí la situación del día de la votación, se tiene que resaltar más en el perifoneo, en el cartel, porque se pierde; y lo que comentaban del cartel, de la imagen, de la segunda etapa, considero que a lo mejor sería más una urna, enfocando el día de la votación, más que de las manos; que ya la gente especializada en el medio de comunicación diría cómo se puede hacer. Pero creemos que la parte es que se pueda hacer más extenso, más específico porque sí se pierde.

Sería cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muchas gracias.

Le voy a dar el uso de la palabra a Carlos Loman, de Encuentro Social.

Vero está tomando nota y en un rato más, Vero, harías tu intervención.

Adelante, Carlos.

REPRESENTANTE DE ENCUENTRO SOCIAL, C. CARLOS LOMAN DELGADO:
Gracias. Buenos días.

Qué bueno que estamos trabajando todos en equipo, colaborando y aportando nuestro granito de arena.

Yo también quiero aportar algo positivo, crear ese ánimo, y como nuestros grandes amigos expertos ya dieron muchas ideas, no me quiero ver tan mal, mejor a lo que voy.

El cartel, yo veo el cartel, veo una idea muy interesante, pero cuando lo veo así de primera vez vi más allá de las manos; las manos así están bien, pero yo me imagino una *selfie*, un arte abstracto de *selfie*, en donde nada más aparecen las manos; yo diría, y si hacemos, es una idea nada más, porque hasta lo podríamos agarrar como piloto para la de gobernador, ahora la moda son las *selfies*.

Varios compañeros un poco desconcertados, la falta de ejercicio de derechos crea una inseguridad e incertidumbre y falta de empoderamiento, todos, viendo el dedo a las manos en una *selfie*.

Y la valoración o la nueva realidad, cuando ya todos votaron, con una alegría y un jolgorio de la gente que dice: "Ya voté". Yo me imaginé eso, de repente ya cuando estoy viendo, más bien las manos están para arriba, pero podrían ser expresando una idea colectiva, una idea de ejercicio, no voy a decir un encuentro de manos, porque encuentro no, ¿verdad? Pero una imagen con caritas, porque lo esencial en el ser humano son las caritas, entonces los muchachos los veo un poco desconcertados, no hay voto, no hay decisión y ya cuando se vota la decisión.

Ahora sí, retomando esto, todos contentos, alegres de que ejercieron un voto, bueno ya, el discurso ya se puede desarrollar más. Es una simple idea.

Gracias.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muchas gracias, Carlos.

Le voy a dar el uso de la palabra a Vero; primero a Jorge Armando Rosas, del PRI, que lo había solicitado.

Jorge Armando tienes el uso de la palabra.

REPRESENTANTE DEL PRI, C. JORGE ARMANDO ROSAS CUENCA: Gracias. Buenos días.

Nada más para sumarme. Yo creo que es un buen ejercicio el que todos aporten ideas, pero también hay que tener en cuenta que lo que se está haciendo en el área de Comunicación ya está medida, creo que aquí la Titular del área de Comunicación también fue clara cuando dijo que esto se llevó a *focus* o a medición; es decir, nosotros podemos tener 30 propuestas cada uno, pero también es lo que dice la gente y para eso se hacen este tipo de estudios.

No creo que ésta sea una ocurrencia nada más de poner unos dedos y ya, o sea, viene medido y yo creo que eso es lo que nos podría comentar a lo mejor ya con mayor profundidad la Titular del área de Comunicación, porque no es una ocurrencia, o sea, sí son buenas las ideas y las aportaciones que, incluso, podemos enriquecer y que seguramente tomarán nota aquí.

Pero ésta es una campaña también que, es bien cierto, es integral, el cartel viene con el perifoneo, con los folletos, o sea, no solamente es el cartel, va a haber muchas cosas, independientemente de lo que hagan los partidos políticos a través de sus estructuras para fomentar el voto.

Y yo creo que ahí también quisiera acotar algunas cosas de los medios de comunicación, hay que tener en cuenta que ahí sí hay medios de comunicación que, efectivamente, llegan al municipio, no necesariamente se lean.

Chiautla es un municipio muy pequeño que, incluso, a lo mejor podría tener mayor impacto en los medios nacionales que en los locales, algunos de los que tenemos aquí son quincenales y tenemos, cuando mucho, dos impactos van a ser a lo largo de la campaña, unos son semanales.

Ahí, por eso vuelvo al inicio, es una campaña que no podemos desglosar de manera individual cada producto de comunicación; yo creo que es una campaña integral y que en ese aspecto también las aportaciones. Pero yo creo que ya está medido.

Sería cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muy amable, Jorge.

No sé si haya alguna intervención, antes de darle el uso de la palabra a Verónica Veloz.

Vero, entonces tienes el uso de la palabra para que tú puedas ir explicando de qué manera percibes este tipo de comentarios y observaciones.

JEFA DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, MTRA. MARÍA VERÓNICA VELOZ VALENCIA: Gracias, Presidente.

Agradezco de antemano todas las intervenciones y, efectivamente, creo que esto es para sumar y, sobre todo, para fortalecer a lo que creo que a todos nos preocupa, que es la cuestión de la promoción del voto en esta elección extraordinaria.

También, como bien sabemos, al igual que para mi Unidad y para el Instituto, todos contamos con muy poco tiempo para llevar a cabo esta elección extraordinaria; y

entonces creo que es un trabajo que tendremos que hacer en conjunto, tanto la Unidad de Comunicación Social, como el trabajo que realicen los partidos políticos.

Creo que hay varias preguntas que tienen relación, por eso voy a tratar de agruparlas.

Agradezco muchísimo la intervención, primero, de Edgar, de Rubén Darío; perdón, Rubén, la cuestión de tus inquietudes sobre los medios impresos y con base en qué decidimos ponerlo en este plan estratégico.

Efectivamente, es un estudio, es una información que la Unidad recaba con todos los medios de comunicación para saber la cuestión de tiraje, de cobertura y de impacto que tienen; es la información que nos llega a la Unidad y de la cual nosotros hacemos un estudio para ver en qué medio podría ser oportuno.

Y hay una cantidad de medios en el Estado de México, pero creo que lo importante es saber cuáles son los que nos iban a interesar y por eso, escogimos a estos estatales que con el estudio que se estuvo haciendo se llegó a la... Y sobre todo con este Plan de medios que nosotros tenemos, cuáles llegan al municipio de Chiautla.

En este caso, El Heraldo de México, que es un periódico estatal, como Capital Estado de México, Puntual y Cambio Estado de México, estos llegan nada más al municipio de Chiautla; sí hay periódicos nacionales donde, incluso, podríamos tener un gran impacto, en El Universal, en Milenio, pero no llegan al municipio de Chiautla y creo que lo que nosotros queremos es que la gente del municipio lo lea.

Seguramente, a lo mejor, gente del municipio de Chiautla tiene que salir a otra entidad, por la cuestión de su trabajo y a lo mejor ahí encuentra un periódico.

También coincido mucho en el sentido de que, hoy en día, una de nuestras fortalezas o estrategias que debemos de apuntalar son los medios alternos y son las redes sociales, que creo que ahí es donde podemos hacer un muy buen trabajo, que creo que también es una de las inquietudes de varios de ustedes.

Por eso, nuestra cuestión de incentivar desde la campaña de los carteles y lo de los volantes, el *hashtag* y, por eso les decía, creo que aquí, en un trabajo en conjunto, podemos estar viralizando esta postura de #VotaChiautla.

Creo que podemos hacerlo, algo extraordinario como decíamos, cambiar esta connotación de que: "Ay, okey, van a tener que volver a votar". Nos hubiera gustado que no hubiera elección extraordinaria, sin embargo, de esta elección tenemos que hacerlo algo positivo.

Por eso la cuestión de lo de las manos, que bien sabemos, siempre hasta por los mensajes que luego nos mandamos, en WhatsApp, siempre ponemos el dedito y de que bien y vamos, era la cuestión por hacerlo de esta manera, cambiar y que, okey, vas a tener que volver a votar, pero haz lo extraordinario y vas a estar mucho en el foco, prácticamente, porque es el único municipio en el Estado de México en el que va a contar con esta elección extraordinaria.

Después los otros medios que ya están más focalizados en la zona oriente, también les digo, toda esa información nos llega y nosotros la pedimos para ver cuál es el alcance porque no se trata de nada más dar por dar a un medio o a otro.

Y además, ustedes se han dado cuenta, también hemos estado metiendo la cuestión de convocatorias para Consejeros y Consejeras, para lo de candidatos independientes, se ha estado buscando precisamente los medios que son estratégicos y puntuales.

Aquí también en la cuestión de plan estratégico, les hacía también referencia al principio, esta es una propuesta, todavía estamos evaluando si vamos a meter las inserciones ahí o no, porque consideramos que la parte fundamental de nuestra estrategia, que es campaña en tierra, es estar haciendo de mano en mano; o sea, nosotros por eso queremos arrancar ya el 25 para tener el mayor tiempo posible para estar con nuestras dos campañas, que es de información y la de posicionamiento, prácticamente, la de reflexión.

Sí, ahora tenemos un estimado, la cuestión, seguramente se nos van a acabar los volantes y tendremos que hacer más.

Sí quiero también dejarles muy claro, por la cuestión de costos y de la brigada, que también por ahí nos estuvieron haciendo comentario, por ejemplo, Edgar Antonio, de MORENA, o Agustín Uribe en la cuestión de lo del perifoneo, en fin, los demás que hicieron intervención.

Cuento con seis personas que he destinado, por parte de mi equipo de Unidad de Comunicación Social, son seis personas que estaremos haciendo esta brigada, tres saldrán un día, tres salen al otro día; y como les comentaba, ninguna de mis áreas va a quedar desamparada para que se pueda continuar con las actividades.

Esto es una acción más de las que tenemos, como ustedes también, que tienen que seguir trabajando con otras actividades, pero que tienen muy específico que atender también la elección extraordinaria del municipio de Chiautla.

Son tres personas que van a estar haciendo campaña en tierra, sale uno un día, al otro día salen otros tres y así vamos nosotros cambiando.

Seguramente, en algún momento también, nos vamos a coordinar con el equipo de capacitación y también ahí estaremos haciendo e incentivando. Quédense confiados en que esta campaña va a llegar –procuraremos que llegue– a todos los del municipio de Chiautla.

Como les mencionaba, son seis de las personas, estaremos pegando carteles, una persona se va a encargar de pegar los carteles, otra persona estará entregando los volantes y la otra persona, obviamente, tendrá que manejar para hacer el perifoneo.

Nosotros también, a través de un *scouting* que hicimos, ya sabemos y tenemos, y sobre la marcha también vamos a ir viendo cuáles son los lugares estratégicos para estar penetrando con mayor fuerza en nuestra campaña, son las plazas públicas; tenemos ya conocimiento de cuándo son los días de tianguis, que bien sabemos que ahí también es donde podemos impactar muy bien a la gente donde se reúne; es un municipio pequeño, acaban de decir ustedes las cifras, y lo que vamos a impactar, entonces creo que se puede lograr.

Creo que también esto nos va a ir ayudando para una campaña que tenemos que ir posicionando con otro estilo, con otro diseño que vendría siendo la de gobernador. Pero ésta que es muy específica y muy exclusiva, por eso es la cuestión del diseño.

Les decía, prácticamente todos los días hay tianguis en las 16 localidades con las que está dividido el territorio del municipio de Chiautla, las escuelas. Se van a ir temprano y van a estar, prácticamente, todo el día; seguramente, en un día como es muy pequeño, se aventarán tres localidades, cuatro localidades, dependiendo; pero eso no implica que entonces vuelvo a dar otra vuelta y vuelvo a dar otra vuelta. Pero eso siempre va a estar constante.

Después, a la mitad de la primera campaña, que es de información, pasaremos a la siguiente campaña.

Fer, podemos poner los carteles, por favor. Para que veamos la cuestión de los carteles.

Ése es uno, el primero, el de vamos por una elección extraordinaria, que decíamos, manejamos la equis de lo que nos hace alusión a las boletas; luego los dedos, en cuestión de positivo, de igualdad; lo de la fecha, Vota Chiautla; los referentes a las redes sociales.

Aquí también muchas gracias, Carlos, por lo de la *selfie*, creo que también esto lo podemos incentivar muy bien en las redes sociales, podemos mencionar: Tómate una *selfie* y Vota Chiautla. Serán mecanismos que estaremos haciendo y que pedimos mucho el apoyo y colaboración de ustedes para incentivar esta buena idea. Y les decía, arriba también ya viene el logo de Chiautla.

Aquí, a lo mejor no se apreciaba bien, tenemos ya el dedo entintado, en la siguiente etapa, entonces era la cuestión de vamos, vota, hazlo extraordinario, la cuestión del dedo entintado. Posiblemente el podemos trabajar, en la que se vea más el dedo entintando, si ustedes así lo consideran, pero sí hay la diferencia. Y decíamos, por eso es la continuidad.

Es una campaña en muy poco tiempo y ya hay que posicionarla lo más directo, entonces si manejamos casi la misma imagen serán el impacto más directo que logremos posicionar; si manejamos varias imágenes, eso puede llegar a causar. Eso sí, para una elección, quizá, más larga, para la de gobernador, donde tengamos más tiempo, imágenes.

Aquí es, en corto tiempo tenemos que lograr posicionar y entonces que se diga: "Ay pues en la elección extraordinaria en el municipio de Chiautla éste fue el símbolo" y por eso era cambiarlo y con la cuestión de vota y haz lo extraordinario.

Es para explicar lo que nos habían comentado los compañeros.

Lo del perifoneo podemos trabajar en hacerlo algo más atractivo, si ustedes lo consideran; nosotros así lo vimos, manejando los elementos. Ya saben que esto se va a estar repitiendo y repitiendo, y también queremos que la gente ubique inmediatamente, escuche la canción y ya sepa qué es lo que tiene que hacer y se vaya identificando.

Es una música que tiene de fondo, que también es a través de una librería, que ustedes saben que no podemos meter la canción que esté muy popular y de moda si no contamos con los derechos para la utilización de esa canción; esa canción está bajo la librería que podemos tener uso y, si se dan cuenta, es popular, pero igual y podemos también trabajar en las recomendaciones que ustedes nos acaban de hacer.

Los costos, por ahí también que mencionaba Edgar Antonio, de MORENA, en lo de la campaña en tierra, lo de los costos. Como todos sabemos, hubo una reducción en nuestro presupuesto y la Unidad de Comunicación Social tendrá que estar haciendo, una vez que ya esté el presupuesto aprobado para el Ejercicio 2016 de las actividades que vamos a hacer en nuestro programa anual, también tenemos que hacer estas actividades.

En la medida que tengamos ese presupuesto iremos viendo si se destina o no a los medios impresos o si no, más bien, nos vamos con las redes sociales, que consideramos que es importante; y el volante entregarse mano por mano, y los carteles que estén pegados y esté repleto el municipio de Chiautla con nuestra campaña de promoción de voto.

La polarización sí, efectivamente, como en todo este tipo de elecciones, puede haber este fenómeno, pero no vamos a trabajar nosotros a través de lo de la gestión, creo que puede ser algo importante y también la labor que vayan a realizar ustedes en sus campañas.

Pero la gestión de entrevistas en medios de comunicación, creo que ahí la postura del Presidente y de los Consejeros que se puedan en esta gestión entrevistas, estarán desde su postura y desde su posición como el Instituto Electoral del Estado de México, abordando estos temas en la medida que se pueda.

Esos son los comentarios. Si me faltó alguno, aquí estoy.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muchas gracias, Verónica.

Antes de darles el uso de la palabra a Agustín y a Maythé, como fue solicitada, me parece que la sensibilidad que han expresado los partidos y su experiencia en este tipo de temas, abonan a que la campaña se puede enriquecer.

Tienes de nuevo la palabra, Agustín; y luego Maythé de Nueva Alianza.

REPRESENTANTE DEL PRD, LIC. AGUSTÍN URIBE RODRÍGUEZ: Gracias, Presidente.

Con todo respeto, pero el tiempo no es argumento para decir que se mantenga una sola imagen; hay campañas de 15 días, que se llevan hasta tres cambios de imagen y aquí nos están colocando 21 días para la primera etapa y 28 días para la segunda etapa, o sea, son casi dos meses.

Cada etapa, de acuerdo al plan estratégico, de acuerdo al cronograma de actividades, está casi contando tres semanas o en un caso tres semanas y en otro caso cuatro semanas.

Y con todo respeto, pero yo seguiré insistiendo que mantener la misma imagen, aunque le hagan más obscura la huella al dedo sigue siendo la misma imagen, no hay cambio de imagen.

Creo que si mantenemos esa idea no va, personalmente creo que no va a funcionar en la implementación ni de la promoción ni de la fecha, porque en ninguna de las dos muestras, aun cuando están estipuladas en dos lugares, una en la parte de arriba y uno en la parte de abajo, no están destacadas, no tienen el tamaño debido.

La imagen que se quiere destacar es la de los dedos, está bien, no tengo ningún problema si ésa es la que el *focus group* determinó que era la más idónea para promover la elección de Chiautla me parece bien, pero insisto que mantenerla

durante dos meses, pudiendo hacer una campaña más eficiente, con mayor impacto. Insisto, no es una campaña corta, son tres semanas de la primera etapa y cuatro semanas de la segunda.

El Instituto Electoral ha hecho, en un mes ha hecho hasta tres cambios de versiones de imagen y creo que ha funcionado.

Entiendo, es una nueva forma de hacer las cosas, es una nueva forma de trabajar, eso lo entiendo perfectamente, pero se me haría un desperdicio, personalmente, hacer una cantidad de carteles con una sola imagen, con dos textos distintos que a final de cuentas no, a simple vista, que es la función del cartel, no se detecta; o sea, se sigue detectando un mismo cartel, a simple vista.

Creo yo e insisto, los tiempos son 21 días, las campañas se llevan a cabo hasta en dos semanas o en una semana se hacen cambios de imagen, cambios de mensaje y creo que 21 días son un excelente tiempo para mantener ese cartel de anunciar la elección extraordinaria, sí, estoy totalmente de acuerdo; pero creo que para la promoción del voto ya no se me hace adecuado.

Y lo digo desde un punto de vista con conocimiento en comunicación, o sea, mantener la misma imagen por dos meses creo que no da.

En todo caso, si quieren seguir manteniendo las manitas está bien, pero resalten la fecha de la elección mucho más de lo que está ahora, para que le quede claro a la gente que el día 13 de marzo va a haber elección.

Nos vamos a encargar los actores políticos, pero se me haría un desperdicio mandar a hacer una cantidad enorme de carteles con la misma imagen.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muchas gracias, Agustín.

Antes, Maythé, de darte el uso de la palabra, le voy a dar el uso de la palabra a Verónica Veloz, para que haga algún apunte sobre lo manifestado por Agustín.

Adelante, Verónica.

JEFA DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, MTRA. MARÍA VERÓNICA VELOZ VALENCIA: Okey. Sí, gracias, Agustín.

Creo que lo que podemos hacer, y aprecio mucho tus comentarios, es la cuestión de lanzar la primera campaña, como la de información y en la segunda campaña podríamos tomar en consideración estos puntos de vista que bien lo mencionas, con algún elemento, utilizando todavía el dedo, pero a lo mejor con algún elemento,

una urna podría ser y la cuestión de fecha. Creo que eso se podría combinar para que se vean dos campañas diferentes.

Y sobre todo lo vamos a ir midiendo propiamente el impacto y la penetración que pueda tener la primera campaña y luego la segunda. Creo que en la segunda tendremos el tiempo para ir ajustando e ir viendo la cuestión de lo del diseño, y en esta primera etapa creo que sí sería lo oportuno salir ya con ésta para ir haciendo el trabajo de difusión y sobre todo de información.

Es cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Sí, gracias.

El reto es importante porque hace rato mencionaba Agustín que el porcentaje de votación en Chiautla fue uno de los más elevados del estado, 66 por ciento de la Lista Nominal y ojalá pudiéramos incrementar el porcentaje, aunque sea con un punto porcentual.

Maythé, tienes el uso de la palabra.

REPRESENTANTE DE NA, C. MAYTHÉ MARTÍN DEL CAMPO VALVERDE:
Gracias, Presidente. Buenos días a todos.

Primero que nada, a esta representación le gustaría que si por favor el área de Comunicación nos puede mandar el cronograma, pero ya con todo lo específico, qué es lo que van a hacer diario, desde el 25 hasta el 13 de marzo, dónde van a estar, dónde se van a encontrar.

¿Por qué? Porque para esta representación tres personas para que vayan a entregar y hacer el perifoneo, estoy totalmente de acuerdo que una persona es necesaria, pero para entregar volantes una se me hace muy poco. Primero.

Hablando también de eso, hay que tener en cuenta que las personas, los universitarios y los de la prepa entran, tengo entendido, hasta el 2 de febrero, son nueve días perdidos; también digamos perdidos para que tengan en cuenta que no se vayan a ir a una escuela en esos días porque van a estar vacías, porque son las escuelas que nos interesan y las personas que nos interesan que voten.

Y sí nos gustaría saber en cuánto van a salir las inserciones en cuestión de costo, sí nos interesa esa parte en cuestión de monto, de total pesos y centavos, en cuánto va a salir.

Es cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muy amable, Maythé.

Antes de darte el uso de la palabra, Vero, permíteme darle el uso de la palabra a Julián Hernández, del PRI, y luego tú tomas nota para darle respuesta a las observaciones.

Adelante, Julián.

REPRESENTANTE DEL PRI, LIC. JULIÁN HERNÁNDEZ REYES: Muchas gracias, señor Presidente.

Nada más señalar, a mí me llamó mucho la atención durante la intervención de nuestra Jefa de Unidad de Comunicación Social, la palabra que utilizó ella reiteradamente en el sentido de un posicionamiento.

Nosotros lo que buscamos es un posicionamiento de carácter institucional.

Anteriormente el propio Instituto había manejado un *slogan* institucional –valga la redundancia– que decía “Tú haces la mejor elección”, que a últimas fechas ya no se ha visto reflejado; pero sí quisiéramos nosotros preguntar en un primer momento qué es lo que pasó con ese slogan, si dio todo lo que tenía que dar y después vieron que habría que cambiarlo o por alguna instrucción de algún Consejero se retiró y ya no se volvió a retomar o bien, en su caso, buscar alguna frase que pudiera darle identidad al Instituto.

Nosotros consideramos que eso es lo más importante, porque independientemente de la elección de que se trate es posicionar al Instituto, desde el punto de vista de esta representación.

Por otra parte, señalar que aún y cuando no es una atribución que tiene conferida el propio Instituto, que es lo relativo a la integración de mesas directivas de casilla, el INE tomó la sabia decisión; digo la sabia decisión porque aquí creo que no se hizo, de ratificar o buscar a los funcionarios de mesa directiva que fungieron o participaron el día 7 de junio.

Ahora la intención de ellos es buscar de nuevo su participación para concientizarlos, decirles que los votos fueron bien contados y, por supuesto, que se les depositó la confianza y que ahora deberán ver la posibilidad de poder reasumir esta responsabilidad.

Quisiéramos ver la posibilidad de que se pudiera hacer alguna incursión para buscar la participación ciudadana de estas personas para garantizar la integración de las mesas directivas de casilla, puesto que es la columna vertebral de la elección.

Creo que lo estamos dejando un poco de lado, desde nuestro punto de vista, lo ponemos a consideración de Comunicación Social, de los que saben, ojalá que se busque también la participación de la Directora de Capacitación para preguntarle sobre el particular, ver cómo podemos hacerle y, sobre todo, incentivar a la población para que si van a volver a fungir o si se les va a visitar para invitarlos a que funjan de nuevo como funcionarios de mesa directiva de casilla que les digan en un primer momento que la anulación de la elección no fue por cosas imputables a ellos.

Vuelvo a repetir, de que los votos fueron bien contados, de que los representantes de los partidos políticos hicieron bien su trabajo, estuvimos representados en cada una de las mesas directivas de casilla; sin embargo, por cuestiones ajenas a ellos, se habrá de repetir la elección, concientizarlos para que vuelvan a participar.

Vuelvo a repetir, aún y cuando no es ya atribución del Instituto, consideramos que, sí, una campaña en este aspecto sería de gran relevancia, pero sobre todo garantizaría que tengamos órganos que reciban los votos el día de la jornada electoral.

Sería cuanto. Muchas gracias.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muchas gracias, Julián.

REPRESENTANTE DEL PRD, LIC. AGUSTÍN URIBE RODRÍGUEZ: Se supone que el que violó la ley fue el candidato del PRI.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Pero permítome darle el uso de la palabra a Rubén Darío, del Partido Acción Nacional.

Rubén, tienes el uso de la palabra.

REPRESENTANTE DEL PAN, LIC. RUBÉN DARÍO DÍAZ GUTIÉRREZ: Gracias, Presidente.

Yo creo que Maythé acaba de dar en el clavo del asunto, porque ya vimos toda la estrategia y coincido con el representante del Partido Revolucionario Institucional, en el sentido de que debe ser integral; y efectivamente así es como se está presentando.

No es que me interese mucho, pero sí me gustaría saber cuánto va a costar todo lo que nos están presentando, porque yo no estaría de acuerdo que se le invirtiera más a inserciones y menos a todo lo demás.

Desafortunadamente nos damos cuenta, yo por eso preguntaba, eso no lo escuché, si las inserciones en qué van a ser, en media plana, en un cuarto de plana, porque sabemos que tienen un costo, que probablemente al Instituto sea un costo más razonable de lo que normalmente está en el mercado o a lo mejor no, quién sabe, pero eso solamente nos lo puede decir específicamente el área encargada de hacer este programa, precisamente.

El otro asunto es que no escuché, me estaba yo esperando al final, qué es lo que quiere difundir con el cartel, o sea, no escuché cuál es el fin de establecer esto.

Yo por eso dije; bueno, el asunto es que dice “Manos a la obra” o algo parecido.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: En el spot dices, ¿no?

REPRESENTANTE DEL PAN, LIC. RUBÉN DARÍO DÍAZ GUTIÉRREZ: Sí, exactamente.

Y finalmente, ¿en esto qué nos quiere dar –valga la expresión–, el impacto visual cuál va a ser?

Sabemos que normalmente nosotros como seres humanos somos más visuales. ¿Por qué? Porque lo primero que nos va a llamar la atención es la imagen y posteriormente ya vemos qué es lo que está –valga la expresión– refiriendo esa imagen y conjuntamente debe de coincidir con el texto.

¿Aquí qué nos está estableciendo o qué nos está queriendo decir? Iba encaminada mi pregunta a eso, y lo pregunto porque no lo sé.

Específicamente quien lo hizo, necesariamente pensó o considera crear algo que fuera atractivo para el ciudadano, pero por eso lo pregunto o reitero mi pregunta: ¿Qué es lo que quiere difundir con este cartel?

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muchas gracias, Rubén.

Vero, tienes el uso de la palabra, me parece que han planteado algunas cosas que abonan a esta campaña de promoción institucional del voto.

No sé si tú quisieras hacer alguna observación.

JEFA DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, MTRA. MARÍA VERÓNICA VELOZ VALENCIA: Claro que sí, Presidente.

La cuestión era para Maythé, pero creo que acaba de salir; si quieren voy con la cuestión de Julián y de Rubén y para cuando ella regrese pueda darle respuesta a sus planteamientos.

Julián, voy a estar muy en comunicación con la Directora de Capacitación para ver también cómo apoyamos e incentivamos toda esta dinámica de las mesas directivas. Ahí también podemos potencializar muy bien esta labor.

Te lo agradezco y te digo, ya estamos en comunicación, estamos afinando la cuestión de lo de fechas, en donde ellos van a tener ciertas actividades para también nosotros apoyarlos, pero consideramos que también es importante y es oportuno.

Muchas gracias, Julián.

Rubén, la cuestión de lo del cartel, como ya lo he estado mencionando durante la exposición, la cuestión de lo de las manos es la cuestión de “vamos por”, incluso la cuestión y el juego de palabras tiene que ver con la cuestión también de lo de las manos, ya no era tanto de, sí es la cuestión de la urna, de cuestión de elementos que tienen que ver y que están muy relacionados con una elección propiamente.

Por eso era la cuestión de “vamos”, o sea, el municipio de Chiautla tiene que volver a votar en una elección que ya lo hizo el 7 de junio y ahora, por una impugnación, lo tiene que volver y tiene que volver a salir a las urnas el 13 de marzo y por eso la cuestión de “vamos” y el dedo creo que es algo muy representativo para tenerlo como una connotación positiva de que los ciudadanos del municipio de Chiautla tendrán que volver a salir a votar, pero que pueden hacer de esa elección una elección ejemplar y una elección extraordinaria.

Era por eso la cuestión de la dinámica de que se consideró oportuna la cuestión de este símbolo y que es el que queremos que igual se empiece a generar y sea ese el dedo de la mano que nos va a dar de esta elección extraordinaria un gran ejemplo a los mexiquenses, y sobre todo para la elección extraordinaria en el municipio de Chiautla, que como comentábamos y con los puntos de vista de ustedes en el sentido de ir jugando con otro tipo de campañas para también posicionar y hacer lo referente a los ciudadanos del municipio de Chiautla se tomaran en cuenta sus recomendaciones para incluso insertar dentro de los volantes estos elementos que también son muy oportunos y muy atractivos en una elección y que para los ciudadanos inmediatamente los conecta.

Una urna, que en alguno también de los carteles que habíamos estado trabajando, que venía una urna y la cuestión también de lo del dedo cuando ya vamos a votar y tenemos el dedo entintado. Creo que ahí también podría ser otro de los momentos oportunos para influir.

La cuestión de lo de los costos, y entiendo mucho la preocupación de lo de las inserciones. Se los vuelvo a reiterar, en ese sentido la de los costos, y vamos a evaluar si es oportuno hacer la inserción o si prácticamente con lo que vamos a ir viendo nosotros en la cuestión de nuestras brigadas y es más oportuno la cuestión del tratamiento que le estamos haciendo, del volanteo casa en casa o el volanteo entregado de mano en mano y más aparte la cuestión de toda esta promoción de los carteles, creo que ahí podría, más de redes sociales, más de gestión de las entrevistas, creo que ahí se puede fortalecer muy bien, más la parte de la cuestión de lo del spot.

Los costos de las inserciones, como todavía estamos en la cuestión de evaluar, y que ustedes tendrán conocimiento de en qué medios se van a lograr esas inserciones, créanme lo que va a ser con el presupuesto, que efectivamente tiene el presupuesto ajustado por parte de la Unidad de Comunicación Social y del cual estamos viendo la cuestión de si tenemos para esa salida.

Mi equipo, no tenemos trabajadores eventuales, no vamos a contratar porque no tenemos el presupuesto para la contratación; por eso mi equipo, a través de estas brigadas –como vuelvo a repetir– tenemos la cuestión de hacer frente a esta campaña y, asimismo, también dejar amparadas todas nuestras áreas.

Las tres personas, ya que está Maythé, sí, efectivamente te podemos pasar un cronograma a tu representación en dónde vamos a estar, para que también ustedes, si por algún momento ustedes estarán, y se circulará a todos, copia para todos del cronograma de dónde vamos a estar, y ustedes estarán viendo, porque también lo estaremos subiendo a través de las redes sociales en qué partes está nuestra brigada para que tengan ahí una presencia importante.

Y también antes de que, como bien lo mencionabas, del 2 de febrero, que es el regreso a clases de varios de los estudiantes del municipio de Chiautla, pues aprovechar en otras entidades.

Por eso les digo, seguramente vamos a acabar las 16 localidades no en 16 días, sino quizá en una semana y vamos a volver a dar otra vuelta y vamos a estar dando las vueltas que sean necesarias.

Siéntanse con la confianza de que el cronograma de las actividades que vamos a estar generando se lasharemos de su conocimiento y para que también podamos contar con el apoyo de ustedes.

Ejemplos de inserciones, por ejemplo tenemos el periódico Capital Estado de México; voy a dar algunos ejemplos, no quiere decir necesariamente que ése sea el medio en el que vamos a hacer una inserción, es solamente algunos ejemplos.

Y seguramente, y todavía estamos en ver si es una plana, robaplana, quizá lo más seguro es que sea un cuarto plana. Una plana, 33 mil; robaplana, 25 mil; media plana, 20 mil; un cuarto de plana, 13 mil; un octavo, seis mil; otro, por ejemplo, un cintillo en puntual son 10 mil; un cuarto de plana, 15 mil.

Son como por darles algunos ejemplos que ustedes tendrán el conocimiento cuando si se llega a optar por alguna inserción, ustedes tendrán ya con la cuestión de si es un cuarto de plana y también la cuestión, se lo podremos informar si es en cuál o en tal medio.

Toda esta información, les digo, la tenemos en el departamento de la Unidad de Comunicación Social y estaremos evaluando cuál es el más oportuno y cuál es el que nos puede favorecer, y sobre todo cuál y cuántas inserciones podemos tener con base en nuestro presupuesto.

Es cuanto.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muchas gracias, Vero, por plantear este panorama.

Les daré de nueva cuenta el uso de la palabra a Agustín Uribe y después a Edgar Antonio, de MORENA.

REPRESENTANTE DEL PRD, LIC. AGUSTÍN URIBE RODRÍGUEZ: Nada más una recomendación, si se van a manejar las brigadas sí quisiéramos conocer si van a llegar algún tipo de distintivo, sobre todo para comentarlo con quienes; los partidos políticos lo vamos a tener que comentar con los compañeros de allá del municipio de Chiautla, con el propósito de dar garantías al trabajo que tienen estos brigadistas, pero sí necesitamos saber si van a tener algún tipo de distintivo, por lo regular les colocan chalecos, pero no sabemos si van a utilizar los chalecos de la elección anterior o va a haber algún distintivo en particular, con el propósito de que nos lo hagan saber por escrito, de la manera más rápida posible, para que nosotros informemos y sea no solamente para darles las garantías, sino para ayudar también a cuidar al personal del Instituto en aquella zona.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muchas gracias, Agustín.

Vero, ¿quieres hacer algún comentario?

JEFA DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, MTRA. MARÍA VERÓNICA VELOZ VALENCIA: Gracias, Agustín.

Sí, creo que también les informaremos, vamos a trabajar quizá en alguna playera con algún distintivo, se los haremos conocer para que ustedes sepan cómo va vestido mi personal, para que lo tengan identificado.

Muchas gracias.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muchas gracias.

Le vamos a dar el uso de la palabra a MORENA. Edgar Antonio, tienes el uso de la palabra.

REPRESENTANTE DE MORENA, LIC. EDGAR ANTONIO ESTRADA BALDERAS: Muchas gracias.

Creo que la parte del personal de las brigadas es muy poco seis personas, creo que no es una elección de un área, sino del propio Instituto.

Es pregunta: ¿Sería generar un acuerdo en las áreas para que el personal se te pueda otorgar?

Creo que no es una elección de un área, sino de todo el Instituto y que todo mundo debería aportar esa parte para que las brigadas sean más efectivas a ras de tierra.

Esa es una propuesta al Presidente y a los consejeros.

Creo que la parte de comunicación, independiente de los carteles, de lo que puedas expresar de la primera etapa o segunda, de todo hay un resultado y tiene una medición.

Si las campañas son efectivas, el 13 de marzo veremos qué tanto funcionó.

Si baja la participación, no fue una campaña tan efectiva; si subió la participación, es porque fue una campaña efectiva a ras de tierra, estuvo en todas las localidades.

Es una forma de medición el día 13 de marzo o el 14, de cuánto fue la participación que tuvieron de los ciudadanos.

Creo que la parte que dan de los costos de las inserciones en periódicos y en los medios locales, creo, bajo mi punto de vista, que hay que evaluarlo, por los costos tan altos, que a lo mejor se puedan generar otras estrategias como la de a ras de tierra, donde se puede aprovechar mejor ese recurso.

Sería cuento, gracias.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muchas gracias, Edgar.

Vero está tomando nota de todas esas cuestiones, incluso del tema que hablabas, Edgar, de que puede ser poco personal para las brigadas de volanteo.

Se platicaba ya la posibilidad de incorporar a los vocales que van a integrar a la Junta Municipal y Agustín hacia la referencia que los consejeros.

Ayer el Consejero Presidente andaba en Chiautla y vamos a mandar a los asesores a hacer un reparto de volanteo y de pegar carteles y les pondremos también una vestimenta adecuada para que sean distinguidos.

Vero, ¿quieres hacer algún comentario?

JEFA DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, MTRA. MARÍA VERÓNICA VELOZ VALENCIA: Sí, gracias.

Edgar, efectivamente, te digo que también estamos mucho en colaboración, como les comentaba, con capacitación, ellos tendrán también sus brigadas, sus actividades, entonces creo que ahí podemos sumar.

Efectivamente, la cuestión de la medición y el resultado de la elección del 13 de marzo, creo que es responsabilidad de todos, no nada más del área de Unidad de Comunicación Social, creo que es de todos y creo que todos podemos dar un buen trabajo ejemplar en esta elección.

Creo que ahí podemos ir midiendo y poder ir evaluando en conjunto nuestras acciones.

Muchísimas gracias, Edgar.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Sí, la idea es ir evaluando en el transcurso.

Sí, efectivamente, son 49 días, como lo mencionaba Agustín, 21 días previstos primero para posicionar la fecha de la elección y luego 28 días para hacer la promoción del voto.

Creo que es un margen, en este apretado calendario, suficientemente amplio como para poder ir trabajando.

No sé si alguien más tuviera algún comentario sobre la campaña.

Vero, muchas gracias por la exposición en esta presentación de la campaña institucional para la promoción del voto.

Y le pido al Secretario Técnico que continúe con el siguiente punto del orden del día.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. FRANCISCO JAVIER JIMÉNEZ JURADO: Muchas gracias.

El siguiente punto del orden del día es el seis y es el sorteo para elaborar el calendario mediante el cual se apruebe el orden en que los partidos políticos harán uso de las instalaciones del Centro de Producción Audiovisual, correspondiente al primer semestre del año 2016.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muchas gracias, Francisco.

Voy a pedirte, a pesar de que estamos ya familiarizados con ese tipo de sorteos, si nos ayudas con una breve explicación de cómo lo llevaremos a cabo.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. FRANCISCO JAVIER JIMÉNEZ JURADO: Claro que sí.

Tenemos unas cápsulas de plástico que contienen en su interior los emblemas de todos los partidos políticos y que nos harán el favor de ir sacando de manera aleatoria cada una, abrimos la cápsula, mostramos el emblema del partido político y se le asigna en el calendario la fecha que le corresponderá utilizar el Centro de Producción Audiovisual.

Una vez que ya conozcamos el resultado del sorteo lo notificaremos por escrito a la Unidad de Comunicación Social.

Están en una urna de vidrio, ahí las pueden ver, están todas las cápsulas de plástico.

Empezaremos cuando usted me lo indique, con mucho gusto empezaremos a sacar las cápsulas.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Adelante, Francisco, proceda a llevar a cabo el sorteo.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. FRANCISCO JAVIER JIMÉNEZ JURADO: El primer sorteado es...

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Permítome tantito.

Antes, Julián, ¿tienes alguna intervención antes de continuar?

REPRESENTANTE DEL PRI, LIC. JULIÁN HERNÁNDEZ REYES: Sí, nada más preguntar si en este sorteo también se incluirá a Futuro Democrático, porque no veo el emblema.

No sé si es también ahora para los tres meses y para los meses posteriores o cuál sería la dinámica.

Si Futuro Democrático no se sorteará en estos momentos, porque no veo el emblema.

Nada más sería una aclaración.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muchas gracias, Agustín.

No sé si quieras hacer algún comentario al respecto, Francisco.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. FRANCISCO JAVIER JIMÉNEZ JURADO: Sí, claro.

No está contemplado ahora Futuro Democrático porque es un sorteo semestral, de febrero a julio; sin embargo, se le notificará a Futuro Democrático que puede utilizar el Centro de Audiovisuales, nos pondríamos de acuerdo con ellos para que lo puedan utilizar en el momento que gusten.

Aquí la situación es que sería de manera semestral y Futuro Democrático solamente tiene ahora el registro para la cuestión de elección de Chiautla, sería hasta que concluyera, hasta marzo, y esto es de febrero a julio, el uso del Centro de Audiovisuales.

Le voy a hacer por escrito al Partido Futuro Democrático, para salvaguardar sus derechos y pueda hacer uso del Centro de Audiovisuales.

Ya nos pondremos de acuerdo con la maestra Verónica para que puedan hacer uso de las instalaciones sin mayor problema, pero por supuesto que sí los contemple.

Ahora no, porque son de seis meses.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muy amable, Francisco, gracias por la explicación.

Efectivamente, Futuro Democrático está con registro o con representación para la elección extraordinaria de Chiautla y este sorteo abarca un semestre, de manera que, si no hay otra intervención, procederíamos a iniciar con el sorteo sacando la primera esfera.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. FRANCISCO JAVIER JIMÉNEZ JURADO: El primero, MORENA, el número uno.

El dos, PAN.

El número tres, Encuentro.

Cuatro, PRD.

Cinco, Verde Ecologista.

Seis, PRI.

Siete, Movimiento Ciudadano.

Ocho, PT.

Nueve, Nueva Alianza.

Si me permite, señor Presidente, repetiría el orden en el que quedaron: Uno, MORENA; dos, PAN; tres, Encuentro Social; cuatro, PRD; cinco, Verde Ecologista; seis, PRI; siete, Movimiento Ciudadano; ocho, PT; nueve, Nueva Alianza.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muy amable, Secretario de la Comisión.

Una vez que ya conocemos el orden en que los partidos harán uso del Centro de Producción Audiovisual, la Secretaría Técnica de esta Comisión lo notificará por escrito a la Unidad de Comunicación Social de los resultados del sorteo y esto seguramente lo hará a la brevedad.

Asimismo, la Unidad de Comunicación Social elaborará el calendario correspondiente a los meses que han sido sorteados y se lo hará llegar de manera oficial a los integrantes de la Comisión.

Si no existe alguna intervención de los integrantes de la Comisión, daríamos por agotado este punto relativo al sorteo para el uso de las instalaciones del Centro de Producción Audiovisual correspondientes al primer semestre de 2016.

Le pido al Secretario Técnico continúe con el siguiente punto del orden del día.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. FRANCISCO JAVIER JIMÉNEZ JURADO: Muchas gracias.

El siguiente punto del orden del día es el siete, último, que corresponde a asuntos generales.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: En virtud de que no se registraron asuntos generales... Perdón, Julián, antes tienes el uso de la palabra.

REPRESENTANTE DEL PRI, LIC. JULIÁN HERNÁNDEZ REYES: Gracias, señor Presidente, nada más una consulta.

El día 20, en sesión de Consejo General se aprobó el pautado ya para precampañas y campañas prácticamente, quisieramos preguntar si ya se remitió al INE, que nos obsequien copias.

El día de hoy ya la Dirección de Partidos Políticos nos hizo llegar el pautado correspondiente, pero para poderle dar seguimiento a través del Comité de Radio y Televisión, que ojalá y que nos pudieran ustedes obsequiar copia del oficio con el cual se remitió esta información al INE.

Sería cuanto, muchas gracias.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Cómo no, le doy el uso de la palabra a Francisco para que haga un comentario, porque él personalmente se encargó de este tema.

Francisco, tienes el uso de la palabra.

SECRETARIO TÉCNICO, DR. FRANCISCO JAVIER JIMÉNEZ JURADO: Muchas gracias.

Se envió por correo electrónico y por oficio también al Instituto Nacional Electoral.

Recordemos que ese es un proyecto, el 29 sesiona el Consejo General del INE y es en donde se aprobaría por parte del Instituto Nacional.

Pero sí, se envió inmediatamente después que fue aprobado en la sesión, tanto por correo como por oficio.

Con mucho gusto, les obsequio una copia del oficio.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Y a reserva, nada más para profundizar la información, Francisco, el mismo miércoles, que fue el día de la sesión de Consejo General, hubo una comunicación personal con el Director de Prerrogativas del INE y ya él había acusado el recibo ese mismo miércoles por la noche del pautado que había aprobado el Consejo General del Instituto.

Si no existe alguna intervención adicional.

Carlos Loman, tienes el uso de la palabra.

REPRESENTANTE DE ENCUENTRO SOCIAL, C. CARLOS LOMAN DELGADO: Disculpen, solamente para agradecer, no sé si lo había visto, no me había dado cuenta, el bonito logo que nos pusieron a todos.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Está padre.

REPRESENTANTE DE ENCUENTRO SOCIAL, C. CARLOS LOMAN DELGADO: Sí, está padre.

PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO: Muy amable, Carlos.

Con fundamento en el artículo 18, fracción V, del Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo General de este Instituto, damos por concluida la presente sesión siendo las 11:46 horas del día 22 de enero.

Muchas gracias por su asistencia. Feliz año de nuevo.

Por instrucciones del Presidente de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, se incorpora el informe rendido por la Secretaría Técnica en la Décima Tercera Sesión Extraordinaria, del cual fue aprobada la dispensa de su lectura por los integrantes de dicho órgano colegiado.

COMISIÓN DE ACCESO A MEDIOS, PROPAGANDA Y DIFUSIÓN DÉCIMA TERCERA SESIÓN EXTRAORDINARIA

INFORME DE LA SECRETARÍA TÉCNICA

Acceso a medios

Noviembre 2015

- El día 24 de noviembre mediante oficio IEEM/DPP/2686/2015 se solicitó al M. en A.P. Francisco Javier López Corral, Secretario Ejecutivo, fuera el conducto para remitir al INE la solicitud de tiempos en radio y televisión para el Instituto Electoral del Estado de México, para el periodo comprendido del 1 de enero al 31 de marzo de 2016, correspondiente al primer trimestre de 2016, de acuerdo a la siguiente información:
 - a) Propuesta de pauta con los horarios de transmisión de los mensajes en radio y televisión concesionarios (un minuto treinta segundos diarios).
 - b) Propuesta de pauta con los horarios de transmisión de los mensajes en radio y televisión concesionarios públicos (un minuto diario).
- El 24 de noviembre mediante oficios (del IEEM/DPP/2663/2015 al IEEM/DPP/2682/2015) se remitió a los integrantes del Consejo General, a los partidos políticos acreditados ante la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, a la Secretaría Ejecutiva y a la Unidad de Comunicación Social, un resumen acerca de los puntos relativos al acceso a la radio y televisión abordados en la Tercera Sesión Extraordinaria del Comité de Radio y Televisión del INE, efectuada el día 17 de noviembre.

Diciembre 2015

- El día 8 de diciembre mediante oficios (del IEEM/DPP/2721/2015 al IEEM/DPP/2740/2015), se remitió a los integrantes del Consejo General, a los partidos políticos, a la Secretaría Ejecutiva y a la Unidad de Comunicación Social, el resumen de los aspectos relacionados con el monitoreo aleatorio realizado a las emisoras de radio y televisión del mes de noviembre, así como a las sesiones del INE, para que a través de una encuesta se pudiera conocer la opinión sobre el nivel de información proporcionada.
- Se remitió a los Consejeros Electorales integrantes del Consejo General y a los partidos políticos acreditados ante la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, los siguientes acuerdos emitidos por el Instituto Nacional Electoral:
 - a) De la Junta General Ejecutiva: INE/JGE160/2015 por el que se aprueban las pautas para la transmisión en radio y televisión de los mensajes de Autoridades Electorales correspondientes al primer semestre de dos mil dieciséis.
 - b) Del Comité de Radio y Televisión: INE/ACRT/47/2015 por el que se modifica el Acuerdo INE/ACRT/37/2015 para incluir al Partido del Trabajo en los modelos de distribución y pautas para la transmisión en radio y televisión de

los mensajes de los partidos políticos nacionales y locales durante el periodo ordinario correspondiente al segundo semestre del dos mil quince, en acatamiento a la sentencia de la H. Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, identificada con el número de expediente SUP-RAP-756/2015.

Enero 2016

- Se remitió a los integrantes del Consejo General, a los partidos políticos, a la Secretaría Ejecutiva y a la Unidad de Comunicación Social, el resumen de los aspectos relacionados con el monitoreo aleatorio realizado a las emisoras de radio y televisión del mes de diciembre de 2015, así como a las sesiones del INE, para que a través de una encuesta se pueda conocer la opinión sobre el nivel de información proporcionada.
- Se monitoreó y se dio seguimiento a las sesiones del INE para conocer si se abordaron aspectos relacionados con el acceso a la radio y televisión para el Estado de México.
- Se realizó el monitoreo aleatorio a emisoras de radio y televisión, para verificar la transmisión de los mensajes institucionales.
- El pasado 17 de enero se realizó por parte de la Dirección de Partidos Políticos, el monitoreo a la Sesión Extraordinaria del Consejo General del Instituto Nacional Electoral en el que se aprobó el acuerdo: INE/CG07/2016. *Acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral por el que se aprueba y ordena la publicación del Catálogo de Emisoras para el Proceso Electoral Extraordinario del Ayuntamiento de Chiautla en el Estado de México.*
- El día 19 de enero, en Sesión Extraordinaria del Consejo General se aprobó mediante Acuerdo N° IEEM/CG/10/2016 *Por el que se determinan los aspectos de participación del otrora Partido Futuro Democrático en la elección extraordinaria del Ayuntamiento de Chiautla 2016* y se determina en el considerando XVIII, cuarto párrafo que en el caso de que participe en la elección extraordinaria de Chiautla el referido partido, tendrá derecho a gozar del financiamiento público para su participación en las campañas electorales y tener acceso a la radio y televisión, razón por la cual se inician los procedimientos para garantizar tales prerrogativas.

Texto final del Informe de la Secretaría Técnica Incorporado al Acta

No habiendo otro asunto que tratar, la Secretaría Técnica procedió a levantar el Acta de la Décima Tercera Sesión Extraordinaria de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión; para efectos de ser sometida para su aprobación en la próxima Sesión de la Comisión.

- - -o0o- - -

“TÚ HACES LA MEJOR ELECCIÓN”
A T E N T A M E N T E

Mtro. Saúl Mandujano Rubio
Consejero Electoral
Presidente de la Comisión

Dra. María Guadalupe González Jordan
Consejera Electoral

Dr. Francisco Javier Jiménez Jurado
Secretario Técnico

Lic. Rubén Darío Díaz Gutiérrez
Representante Propietario del PAN ante
la Comisión

Lic. Marlene Miranda Espinosa
Representante Suplente del PAN ante la
Comisión

Lic. Julián Hernández Reyes
Representante Suplente del PRI ante el
Consejo General

C. Jorge Armando Rosas Cuenca
Representante Propietario del PRI ante la
Comisión

Las presentes firmas corresponden al Acta de la Décima Tercera Sesión Extraordinaria, celebrada el día 22 de enero de 2016.

Lic. Agustín Uribe Rodríguez
Representante Propietario del PRD ante
la Comisión

Act. P. Ricardo Ramos Arzate
Representante Propietario del PT ante la
Comisión

Lic. Oscar Hugo López Rodríguez
Representante Propietario del PVEM
ante la Comisión

Lic. Edgar Ulises González Hernández
Representante Propietario de Movimiento
Ciudadano ante la Comisión

Lic. Maythé Martín del Campo Valverde
Representante Propietaria de Nueva
Alianza ante la Comisión

Lic. Edgar Antonio Estrada Balderas
Representante Propietario de MORENA
ante la Comisión

C. Carlos Loman Delgado
Representante Propietario de Encuentro
Social ante la Comisión

Las presentes firmas corresponden al Acta de la Décima Tercera Sesión Extraordinaria, celebrada el día 22 de enero de 2016.