

La Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión del Instituto Electoral del Estado de México, en su Décima Quinta Sesión Extraordinaria celebrada el veintitrés de junio del año dos mil once, se sirvió aprobar el siguiente:

ACUERDO NÚM. 11

VALORACIÓN DE LA ACTUACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MONITOREADOS, ASÍ COMO LAS RECOMENDACIONES CONDUCENTES DURANTE EL PERIODO DE CAMPAÑAS ELECTORALES 2011, CORRESPONDIENTE AL SEGUNDO INFORME QUINCENAL.

ANTECEDENTES

I.- Que con el objeto de dar cumplimiento a la obligación que tiene el Consejo General de realizar monitoreos cuantitativos y cualitativos en medios de comunicación impresos y electrónicos a través de la Comisión de Acceso a Medios Propaganda y Difusión, y de informar periódicamente sobre los resultados, los que deberán contener una valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados, así como las recomendaciones que se estimen conducentes; y además para efecto de verificar el cumplimiento de pautas aprobadas por el Instituto Federal Electoral en radio y televisión respecto a los espacios transmitidos de los partidos políticos, en fecha 1º de marzo de 2011, la Comisión a través de la Dirección de Partidos Políticos del Instituto Electoral del Estado de México, remitió al Comité de Adquisiciones, Enajenaciones, Arrendamiento y Contratación de Servicios de este Instituto, los criterios generales a observar en la contratación de la empresa, que la auxiliaría en esta tarea.

II.- Que para tal efecto, se publicaron las bases para Licitación Pública Nacional No. IEEM/LPN/10/2011, para la contratación del servicio de monitoreo a radio y televisión, impresos e internet para el proceso electoral 2011, por lo que en la Décima Tercera Sesión Extraordinaria, celebrada en fecha 14 de marzo de 2011, el Comité de Adquisiciones, Enajenaciones, Arrendamiento y Contratación de Servicios de este Instituto, aprobó la adjudicación a favor de la empresa "Verificación y Monitoreo S.A de C.V.", mediante Acuerdo Número IEEM/CAE/40/2011; y

RESULTANDO

- I.- Que en fecha uno de junio de dos mil once, la empresa “Verificación y Monitoreo S. A. de C.V.” entregó vía Oficialía de Partes del Instituto, el primer informe quincenal de monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e internet para el periodo de campañas electorales 2011;
- II.-Que en la Décima Segunda Sesión Extraordinaria de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, celebrada el tres de junio del presente año, la empresa “Verificación y Monitoreo S. A. de C.V.” presentó el primer informe quincenal de monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e internet para el periodo de campañas electorales 2011, correspondiente del dieciséis al treinta de mayo del presente año;
- III.- Que la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión del Instituto Electoral del Estado de México, en su Décima Tercera Sesión Extraordinaria celebrada el ocho de junio de dos mil once, aprobó el Acuerdo No. 10 denominado “Valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados, así como las recomendaciones conducentes durante el periodo de campañas electorales 2011, correspondiente al primer informe quincenal”;
- IV.- Que el dieciséis de junio del presente año, vía Oficialía de Partes del Instituto, la empresa “Verificación y Monitoreo S. A. de C.V.” entregó el segundo informe quincenal de monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e internet para el periodo de campañas 2011;
- V.- Que el veinte de mayo del presente año, el representante de la empresa “Verificación y Monitoreo S. A. de C.V.” durante su intervención presentó en la Décima Cuarta Sesión Extraordinaria de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión del Instituto Electoral del Estado de México, el segundo informe de monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e internet para el periodo de campañas 2011, correspondiente del treinta y uno de mayo al catorce de junio del presente año;
- VI.- Que en relación al resultado del segundo informe quincenal de monitoreo a medios de comunicación para el periodo de campañas 2011 presentado por la empresa, la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión llevó a cabo el análisis del documento que contiene la valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados, así como las recomendaciones conducentes; y

CONSIDERANDO

- I. Que la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México, en el artículo 11, párrafo primero, prevé que la organización, desarrollo y vigilancia de los procesos electorales para las elecciones de Gobernador, Diputados a la Legislatura del Estado y miembros de Ayuntamientos, es una función estatal que se realiza a través de un organismo público autónomo, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, denominado Instituto Electoral del Estado de México; y que en el ejercicio de esta función, la certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, objetividad y el profesionalismo, serán principios rectores.
- II. Que el Código Electoral del Estado de México en el artículo 78, dispone que el Instituto Electoral del Estado de México es el organismo público autónomo, de carácter permanente, independiente en sus decisiones y funcionamiento, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, responsable de la organización, desarrollo y vigilancia de los procesos electorales.
- III. Que el Código Electoral del Estado de México en el artículo 79, párrafo primero, señala que el Instituto Electoral del Estado de México se regirá para su organización, funcionamiento y control por las disposiciones constitucionales relativas y las de este Código.
- IV. Que el Código Electoral del Estado de México establece en el artículo 66, que corresponde al Instituto Electoral del Estado de México: vigilar que el contenido de mensajes con fines electorales relacionados con los comicios locales, transmitidos por radio y televisión, se ajusten a lo establecido en la ley; realizar monitoreos cuantitativos y cualitativos, así como el seguimiento de notas informativas en medios de comunicación impresos y electrónicos, por parte del Consejo General, a través de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, la cual le informará periódicamente sobre los resultados de tales monitoreos y seguimiento, que serán quincenales en proceso electoral; y que los informes deberán contener una valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados, así como las recomendaciones que se estimen conducentes.
- V.- Que el Código Electoral del Estado de México en el artículo 162, faculta al Instituto Electoral del Estado de México para la realización de monitoreos a medios de comunicación electrónicos e impresos, públicos y privados, durante el periodo de precampaña y campaña electoral, o antes si lo solicita un partido político; especificando que los monitoreos tendrán como fin garantizar la equidad en la difusión de los actos proselitistas de los partidos, coaliciones y candidatos; y

que también servirán para apoyar la fiscalización de los partidos políticos y para prevenir que se rebasen los topes de gastos de precampaña y campaña, para lo cual el Instituto se podrá auxiliar de empresas externas que realicen el monitoreo.

VI. Que el Código Electoral del Estado de México en el artículo 93, fracción I, inciso c), establece como comisión permanente del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión.

VII.- Que el Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, en el artículo 1.49 establece diversas atribuciones de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, en su fracción VI, la de aprobar lineamientos y manuales específicos para la realización de monitoreos cuantitativos y cualitativos a los medios de comunicación impresos, electrónicos y alternos, tanto públicos como privados, debiendo rendir informes quincenales al Consejo General sobre tales monitoreos; y en las fracciones VII y XXI, las de realizar, supervisar y vigilar monitoreos cuantitativos y cualitativos, así como el seguimiento de notas informativas en medios de comunicación impresos y electrónicos informando periódicamente sobre los resultados de tales monitoreos y seguimiento, que serán quincenales en tiempo de proceso electoral. Dichos informes deberán contener una valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados, así como las recomendaciones que se estimen conducentes.

VIII.- Que los Lineamientos de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos y Alternos, señalan en el artículo 9, que los informes quincenales, extraordinarios y finales que se desprendan de los monitoreos a los medios electrónicos e impresos, deberán contener una valoración de la actuación de los medios de comunicación, así como las recomendaciones que se estimen conducentes.

IX.- Que el Manual de Procedimientos para el Monitoreo de Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos, Internet y Cine para el periodo de precampañas, intercampañas y campañas electorales, en el numeral VI denominado "Presentación de Resultados", indica que la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, apoyada en la empresa, informará periódicamente al Consejo General sobre los informes quincenales, extraordinarios y finales de los monitoreos, mismos que contendrán una valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados, así como las recomendaciones que se estimen conducentes.

Que en mérito de lo anteriormente expuesto y fundado esta Comisión resuelve emitir el siguiente:

ACUERDO

ÚNICO. La Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión aprueba el documento que contiene el Segundo Informe Quincenal de la Valoración de la Actuación de los Medios de Comunicación Monitoreados, así como las Recomendaciones Conducentes durante el Periodo de Campañas Electorales 2011, adjunto al presente Acuerdo, a efecto de que forme parte integral del mismo.

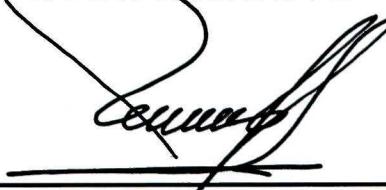
TRANSITORIOS

ÚNICO. Túrnese a la Secretaría Ejecutiva General, para que lo haga del conocimiento de los integrantes del Consejo General, a efecto de que determinen lo procedente.

Así lo resolvieron los CC. Integrantes la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, por los votos aprobatorios de los Consejeros Electorales presentes: M. en D. Jesús G. Jardón Nava y Dr. en A.P. José Martínez Vilchis; con el consenso del representante del Partido Acción Nacional y las coaliciones "Unidos Por Ti" y "Unidos Podemos Más".

Toluca, México, a veintitrés de junio de dos mil once.

"TÚ HACES LA MEJOR ELECCIÓN"
A TENTAMIENTE



**M. EN D. JESÚS G. JARDÓN NAVA
CONSEJERO PRESIDENTE DE LA COMISIÓN**

La firma del Consejero Electoral no se registra en virtud de que no se encontraba presente en la votación de este Acuerdo.

**LIC. JUAN CARLOS VILLARREAL
MARTÍNEZ
CONSEJERO ELECTORAL
INTEGRANTE DE LA COMISIÓN**

**DR. EN A. P. JOSÉ MARTÍNEZ
VILCHIS
CONSEJERO ELECTORAL
INTEGRANTE DE LA COMISIÓN**

**DR. SERGIO ANGUIANO MELÉNDEZ
SECRETARIO TÉCNICO DE LA COMISIÓN**

Las presentes firmas corresponden al Acuerdo emitido por la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión del Instituto Electoral del Estado de México, en su Décima Quinta Sesión Extraordinaria, celebrada el veintitrés de junio de dos mil once, por el que se aprueba el Segundo Informe Quincenal de la Valoración de la Actuación de los Medios de Comunicación Monitoreados, así como las Recomendaciones Conducentes durante el Periodo de Campañas Electorales 2011, adjunto al presente Acuerdo, a efecto de que forme parte integral del mismo.

**Instituto Electoral del Estado de México
Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión**

**SEGUNDO INFORME
QUINCENAL**

**MONITOREOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS
PERIODO DE CAMPAÑAS ELECTORALES
PARA LA ELECCIÓN DE GOBERNADOR
PROCESO ELECTORAL 2011
31 DE MAYO AL 14 DE JUNIO**

Toluca de Lerdo, México, junio 2011

PRESENTACIÓN DEL SEGUNDO INFORME QUINCENAL DE LA COMISIÓN DE ACCESO A MEDIOS, PROPAGANDA Y DIFUSIÓN, AL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO DE MÉXICO, QUE CONSIDERA LOS RESULTADOS DE LOS MONITOREOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS REALIZADOS A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS, IMPRESOS E INTERNET, DURANTE EL PERÍODO DE CAMPAÑAS ELECTORALES PARA LA ELECCIÓN DE GOBERNADOR, PROCESO ELECTORAL 2011, CORRESPONDIENTE DEL 31 DE MAYO AL 14 DE JUNIO DE 2011, QUE CONTIENE EL ANÁLISIS DE LA VALORACIÓN DE LA ACTUACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MONITOREADOS Y LAS RECOMENDACIONES QUE SE ESTIMARON CONDUCENTES.

FUNDAMENTO JURÍDICO

De las Pautas de Radio y Televisión

En términos del artículo 41, Base III, apartado A, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el Instituto Federal Electoral es la autoridad única para la administración del tiempo correspondiente al Estado en radio y televisión, destinado a sus propios fines y al ejercicio del derecho de los entes políticos nacionales.

Sobre el particular, el artículo 36, numeral 1, inciso c), del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, establece que los partidos políticos nacionales tienen el derecho de acceder a las prerrogativas, en los términos del mencionado artículo 41 de la Constitución Federal.

En ese sentido, de acuerdo con lo establecido en el artículo 49, numeral 5, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, el Instituto Federal Electoral es la Autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión consignado a los fines propios del Instituto y a los de otras autoridades electorales, así como al ejercicio de las prerrogativas que la Constitución y dicho Código otorgan a los partidos políticos en esta materia.

Para tal fin, el Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, según lo dispuesto por el párrafo primero del Artículo 1, tiene por objeto establecer las

normas conforme a las cuales se instrumentarán las disposiciones señaladas en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, relativas al ejercicio de las prerrogativas que la Constitución Federal y el propio Código otorgan a los partidos políticos en materia de acceso a los medios de comunicación, así como a la administración de los tiempos.

Por su parte, el Instituto Electoral del Estado de México es el Organismo Público autónomo, responsable de la organización, desarrollo y vigilancia de los procesos electorales para las elecciones de Gobernador, Diputados a la Legislatura del Estado e Integrantes de los Ayuntamientos. En el ejercicio de esta función, la certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, objetividad y profesionalismo son sus principios rectores, acorde a lo señalado por los artículos 11 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México, 78 y 82 del Código Electoral del Estado de México.

Asimismo, los artículos 12, párrafo undécimo de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México, y 63 del Código Electoral de la entidad, disponen que los Partidos podrán acceder a la radio y a la televisión, conforme a lo preceptuado en el Apartado B, de la Base III, del artículo 41 de la Constitución Federal.

Congruente con lo anterior, el artículo 57, fracción II, del Código Electoral del Estado de México, prevé como prerrogativa de los Partidos Políticos, la de tener acceso a la radio y televisión, en los términos establecidos por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México y el propio Código Electoral del Estado de México.

Para cumplir con esta finalidad, el artículo 65, primer párrafo, del Código Electoral del Estado de México, menciona que conforme a lo dispuesto en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, el Instituto Federal Electoral asignará a través del Instituto Electoral del Estado de México, el tiempo que corresponda, en cada

estación de radio y canal de televisión de cobertura en la entidad federativa, como prerrogativa a los partidos políticos durante los procesos electorales locales. Ese tiempo será utilizado para la difusión de mensajes de acuerdo a la pauta que apruebe, a propuesta de la autoridad electoral local, el Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral.

Aunado a lo anterior, el artículo 1.49, fracción XI, del Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, especifica como atribución de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, la de gestionar ante el Instituto Federal Electoral el tiempo que corresponda a la prerrogativa de acceso de los Partidos Políticos y Coaliciones a medios de comunicación; así como el tiempo destinado para los fines del Instituto.

Al respecto, el artículo 36 de los Lineamientos de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos y Alternos del Instituto Electoral del Estado de México, señala que cuando del Monitoreo se desprenda que no se está cumpliendo la transmisión de mensajes conforme a las pautas aprobadas por el Instituto Federal Electoral, el Instituto Electoral del Estado de México, a través de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, informará de esta situación a la Secretaría Ejecutiva del Instituto Electoral del Estado de México para los efectos conducentes.

De los Monitoreos

Por cuanto hace a los Monitoreos, el Artículo 66 del Código Electoral del Estado de México establece que le corresponde al Instituto Electoral del Estado de México: vigilar que el contenido de mensajes con fines electorales relacionados con los comicios locales, transmitidos por radio y televisión, se ajusten a lo establecido en la ley; realizar monitoreos cuantitativos y cualitativos, así como el seguimiento de notas informativas en medios de comunicación impresos y electrónicos, por parte del Consejo General, a través de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y

Difusión, la cual le informará periódicamente sobre los resultados de tales monitoreos y seguimiento, que serán quincenales en proceso electoral.

Los informes deberán contener una valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados, así como las recomendaciones que se estimen conducentes.

Los artículos 162 del Código Electoral del Estado de México y 7 de los Lineamientos de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos y Alternos, establecen como facultad del Instituto Electoral local realizar monitoreos a medios de comunicación electrónicos e impresos, públicos y privados, durante el periodo de precampaña y campaña electoral, o antes si lo solicita un partido político.

Los monitoreos tendrán como fin garantizar la equidad en la difusión de los actos proselitistas de los Partidos, Coaliciones y Candidatos; también servirán para apoyar la fiscalización de los partidos políticos y para prevenir que se rebasen los topes de gastos de precampaña y campaña, para lo cual el Instituto se podrá auxiliar de empresas externas que realicen el monitoreo.

El último párrafo del artículo 162 del Código Electoral del Estado de México, dispone que el resultado de los monitoreos se hará público en los términos que determine el Consejo General.

En relación a las atribuciones de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, el artículo 1.49 del Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, establece en su fracción VI, la de aprobar lineamientos y manuales específicos para la realización de monitoreos cuantitativos y cualitativos a los medios de comunicación impresos, electrónicos y alternos, tanto públicos como privados, debiendo rendir informes quincenales al Consejo General sobre tales monitoreos para coadyuvar con la Comisión de Fiscalización y el Órgano Técnico de Fiscalización en la revisión de

gastos de precampaña y campaña electoral; y en las fracciones VII y XXI, las de realizar, supervisar y vigilar monitoreos cuantitativos y cualitativos, así como el seguimiento de notas informativas en medios de comunicación impresos y electrónicos informando periódicamente sobre los resultados de tales monitoreos y seguimiento, que serán quincenales en tiempo de proceso electoral. Dichos informes deberán contener una valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados, así como las recomendaciones que se estimen conducentes.

Los Lineamientos de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos y Alternos, establecen en su artículo 14 que, para la realización del monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet, el Instituto se podrá auxiliar de empresas e instituciones públicas que necesariamente deberán ajustarse a la metodología aprobada en el seno de la Comisión; para tal efecto, en el Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos, Internet y Cine, se fijaron los criterios generales a observar en la contratación de la empresa que realizará el monitoreo.

En observancia a los ordenamientos antes mencionados, se efectuó la contratación de la empresa “Verificación y Monitoreo, S.A de C.V.”, para realizar el monitoreo a radio, televisión, medios impresos (públicos y privados) e internet, por el periodo del diecisiete de marzo, al tres de julio del presente año –precampañas, Intercampañas y campañas electorales-, para la cobertura total en el Estado de México, así como para dar seguimiento a la transmisión de las pautas aprobadas por el Instituto Federal Electoral, estableciéndole la obligación de rendir informes quincenales, extraordinarios, en su caso, y finales.

El párrafo primero del artículo 9, de los Lineamientos de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos y Alternos, señala que los informes quincenales, extraordinarios y finales que se desprendan de los Monitoreos a los Medios Electrónicos e Impresos, deberán contener una valoración de la actuación de los Medios de Comunicación; así como las recomendaciones que se estimen

conducentes. Por su parte el Artículo 12, indica que la implementación de los monitoreos se ajustará al Manual de Procedimientos que para tal efecto apruebe la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión.

Finalmente, el Manual de Procedimientos para el Monitoreo de Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos, Internet y Cine, para el periodo de Precampañas, Intercampañas y Campañas Electorales, en el numeral VI, denominado “Presentación de Resultados”, indica que la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, apoyada en la empresa, comunicará periódicamente al Consejo General sobre los informes quincenales, extraordinarios y finales de los monitoreos; mismos que contendrán una valoración de la actuación de los Medios de Comunicación Monitoreados, así como las recomendaciones que se estimen conducentes.

Por lo anterior, con fundamento en las disposiciones de los ordenamientos jurídicos antes señalados, y considerando el contenido del Segundo Informe Quincenal de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet, del periodo de Campañas Electorales, comprendido del treinta y uno de mayo al catorce de junio del presente año, elaborado por la empresa “Verificación y Monitoreo, S.A de C.V.”, la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, presenta al Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, el informe que contiene la valoración y recomendaciones que se estimaron pertinentes, en los siguientes términos:

Segundo Informe Quincenal del periodo de Campañas Electorales, del 31 de mayo al 14 de junio:

1.- CUANTITATIVO

A) Cumplimiento del pautado: (31 de mayo al 14 de junio)

1. Reporte

COMPARATIVO DE SPOTS DE PARTIDOS POLÍTICOS Y COALICIONES						
PARTIDO POLÍTICO	PAUTADOS	TRANSMITIDOS	DIFERENCIA		PORCENTAJE DE TRANSMISIÓN	PORCENTAJE DE DIFERENCIA
			SPOTS NO TRANSMITIDOS	ADICIONALES		
	10,010	10,073		63	100.63%	0.63%
	11,410	11,053	-357		96.87%	-3.13%
	16,380	16,200	-180		98.90%	-1.10%
TOTAL	37,800	37,326	-537	63	98.7%	-1.3%

Fuente: Elaboración propia a partir del Segundo Informe Quincenal de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet, del periodo de Campañas Electorales 2011. Verificación de Pauta, presentado por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V.

TRANSMISIÓN DE SPOTS ADICIONALES

Partido Político	Nombre del canal	Número de Canal	Siglas	Municipio o distrito donde se transmitió el promocional o mensaje	Fecha	Cantidad	Total	
Nueva Alianza	CANAL ONCE	11	XEIPN-TV	CIUDAD DE MÉXICO	13/06/2011	1	1	
		2	XEW-TV	CIUDAD DE MÉXICO	06/06/2011	1	1	
	ESTRELLAS	10	XHTM-TV	AMECAMECA	09/06/2011	5	33	
					10/06/2011	7		
					11/06/2011	5		
					12/06/2011	6		
					13/06/2011	6		
					14/06/2011	4		
GALAVISION	GALAVISION	8	XEQ-TV Rep	TOLUCA	02/06/2011	1	1	
		9	XEQ-TV	CIUDAD DE MÉXICO	02/06/2011	1	1	
	32	XHATZ-TV	AMECAMECA	AMECAMECA	09/06/2011	5	33	
					10/06/2011	7		
					11/06/2011	5		
					12/06/2011	7		
					13/06/2011	5		
					14/06/2011	4		
XHGC	XHGC	5	XHGC-TV	CIUDAD DE MÉXICO	13/06/2011	1	1	
		8	XEX-TV	AMECAMECA	09/06/2011	5	33	
	8				10/06/2011	7		
					11/06/2011	5		
					12/06/2011	7		
					13/06/2011	5		
					14/06/2011	4		
Total							104	

Fuente: Elaboración propia a partir del Segundo Informe Quincenal a detalle, del Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet, del periodo de Campañas Electorales 2011, presentado por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V.

Segundo Informe Quincenal del periodo de Campañas Electorales del 31 de mayo al 14 de junio:

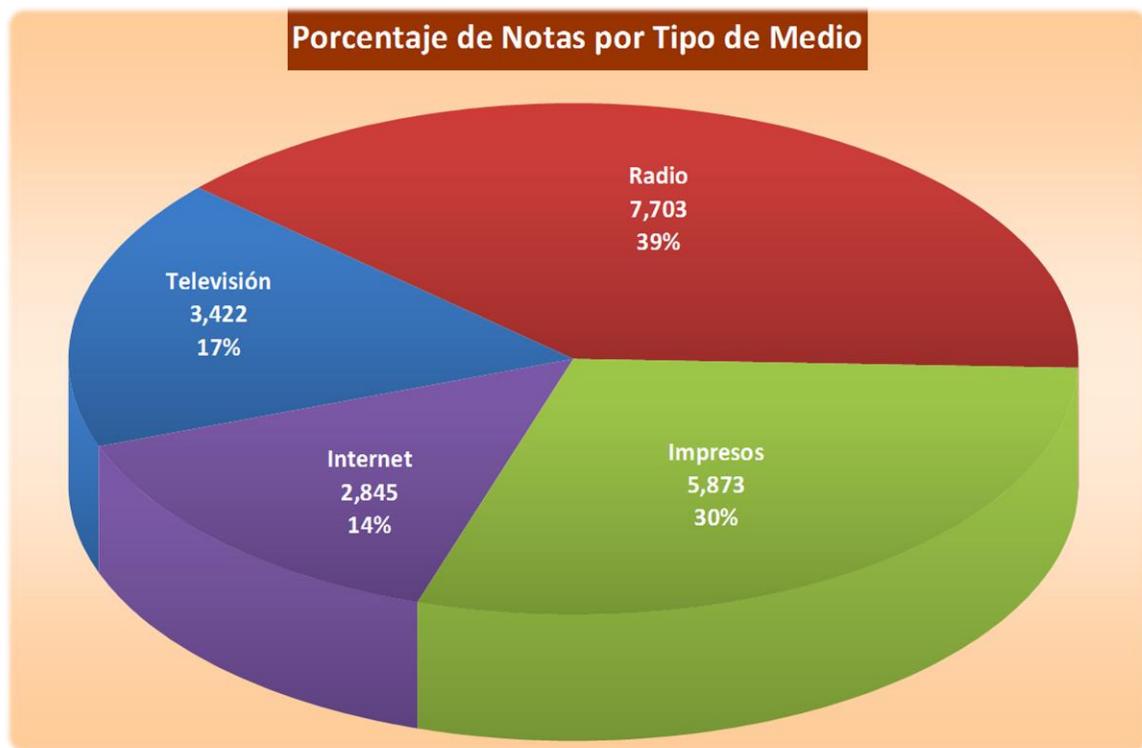
2.- CUALITATIVO

A) Medios de Comunicación: (31 de mayo al 14 de junio)

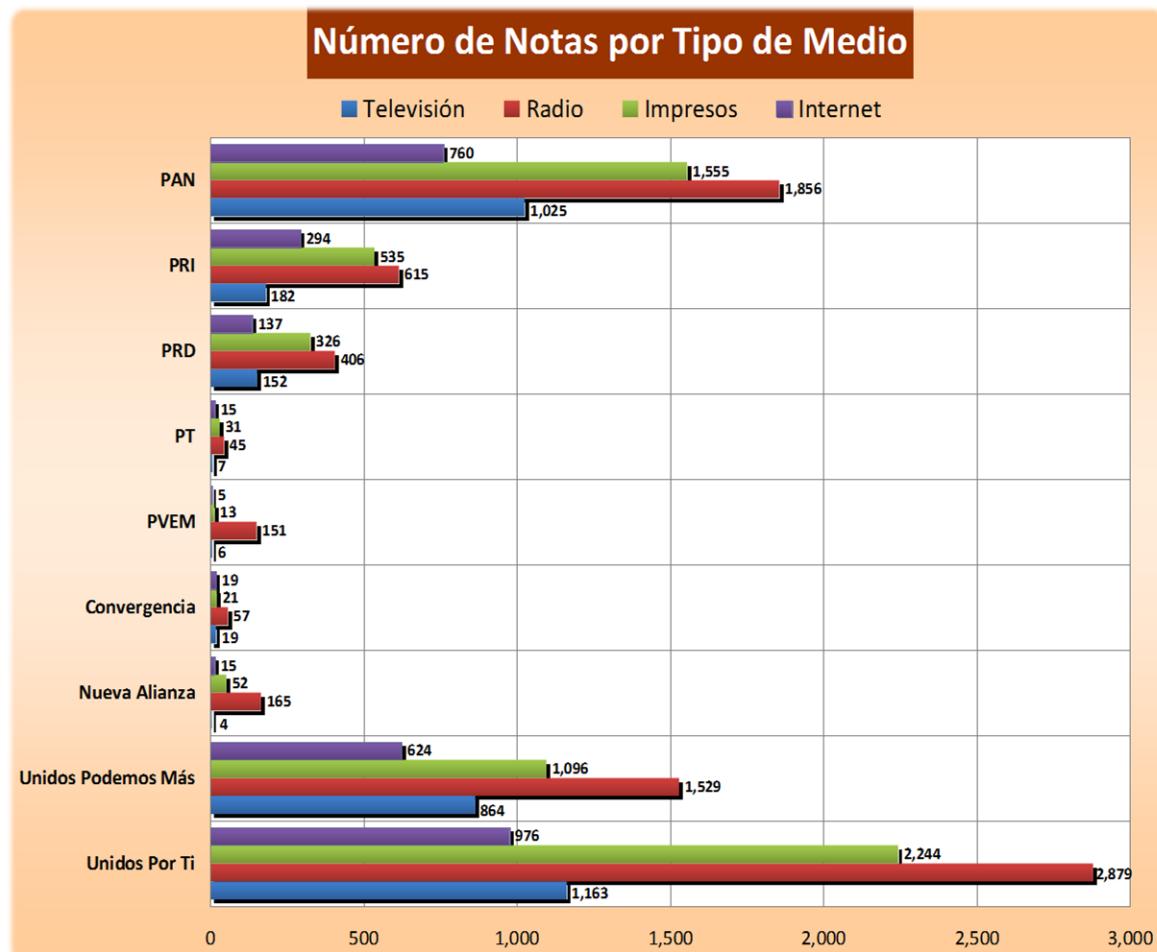
1. Reporte

Partido o Coalición	NUMERO DE NOTAS				
	Radio	TV	Prensa	Internet	Total
Partido Acción Nacional	1,856	1,025	1,555	760	5,196
Partido Revolucionario Institucional	615	182	535	294	1,626
Partido de la Revolución Democrática	406	152	326	137	1,021
Partido del Trabajo	45	7	31	15	98
Partido Verde Ecologista de México	151	6	13	5	175
Partido Convergencia	57	19	21	19	116
Partido Nueva Alianza	165	4	52	15	236
Unidos Podemos Más (PRD,PT,CONVERGENCIA)	1,529	864	1,096	624	4,113
Unidos Por Ti (PRI,PVEM,NUEVA ALIANZA)	2,879	1,163	2,244	976	7,262
Total	7,703	3,422	5,873	2,845	19,843

Fuente: Elaboración propia a partir del Segundo Informe Quincenal de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet, del periodo de Campañas Electorales 2011, presentado por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V.



Gráfica 1. Difusión de notas informativas por medio; Partido Político y Coalición.



Gráfica 2. Número de notas por tipo de medio; Partido Político y Coalición.

2. Valoración

- De acuerdo a los resultados del cuadro anterior, se observan **7,703** notas informativas en Radio; **3,422** en Televisión; **5,873** en Medios Impresos; y **2,845** en Internet, lo que hace un total de **19,843** espacios de difusión.

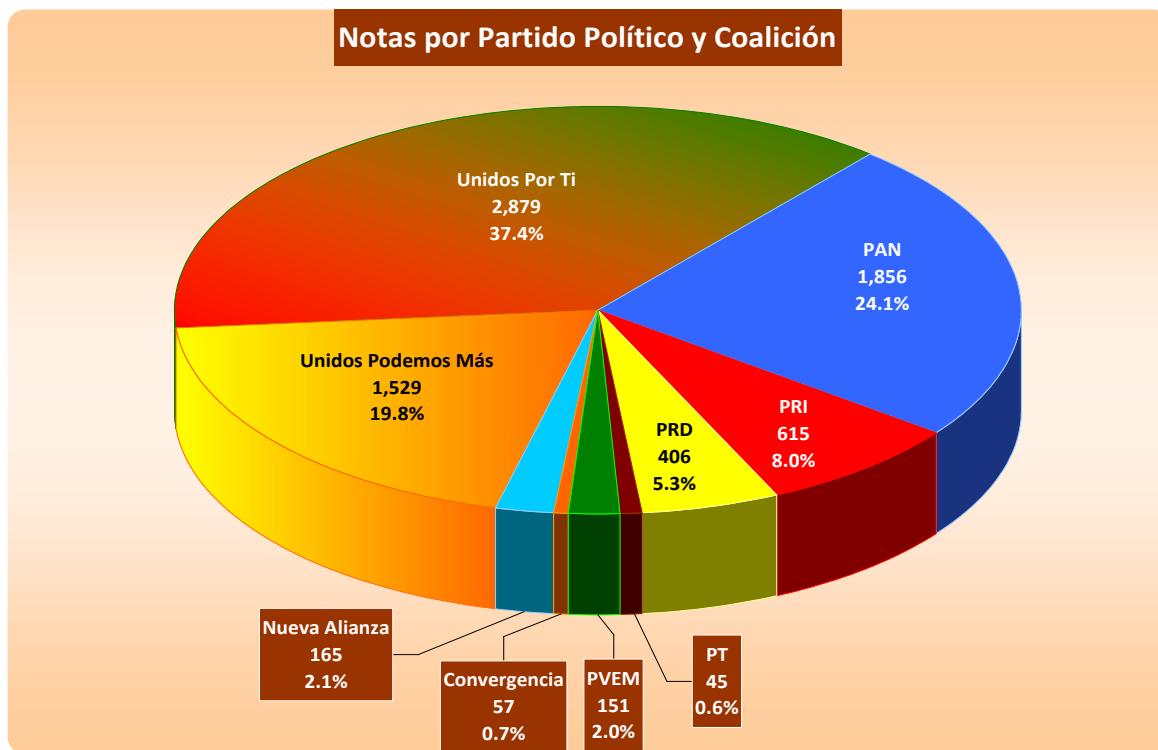
a. Radio:

1. Reporte del número de notas en Radio.

- El número total de notas emitidas de los Partidos Políticos y Coaliciones fue de: 19,843, de los cuales 7,703 correspondieron a Radio.

Partido o Coalición	NUMERO DE NOTAS				PORCENTAJE			
	Negativa	Neutra	Positiva	Total	Negativa	Neutra	Positiva	Total
Partido Acción Nacional	92	1,746	18	1,856	4.96%	94.07%	0.97%	100.00%
Partido Revolucionario Institucional	48	561	6	615	7.80%	91.22%	0.98%	100.00%
Partido de la Revolución Democrática	55	350	1	406	13.55%	86.20%	0.25%	100.00%
Partido del Trabajo	15	30	0	45	33.33%	66.67%	0.00%	100.00%
Partido Verde Ecologista de México	0	149	2	151	0.00%	98.68%	1.32%	100.00%
Partido Convergencia	4	53	0	57	7.02%	92.80%	0.00%	100.00%
Partido Nueva Alianza	2	161	2	165	1.21%	97.58%	1.21%	100.00%
Unidos Podemos Más (PRD,PT,CONVERGENCIA)	59	1,460	10	1,529	3.86%	95.49%	0.65%	100.00%
Unidos Por Ti (PRI,PVEM,NUEVA ALIANZA)	95	2,611	173	2,879	3.30%	90.69%	6.01%	100.00%
Total	370	7,121	212	7,703	4.80%	92.45%	2.75%	100.00%

Fuente: Elaboración propia a partir del Segundo Informe Quincenal de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet, del periodo de Campañas Electorales 2011, presentado por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V.

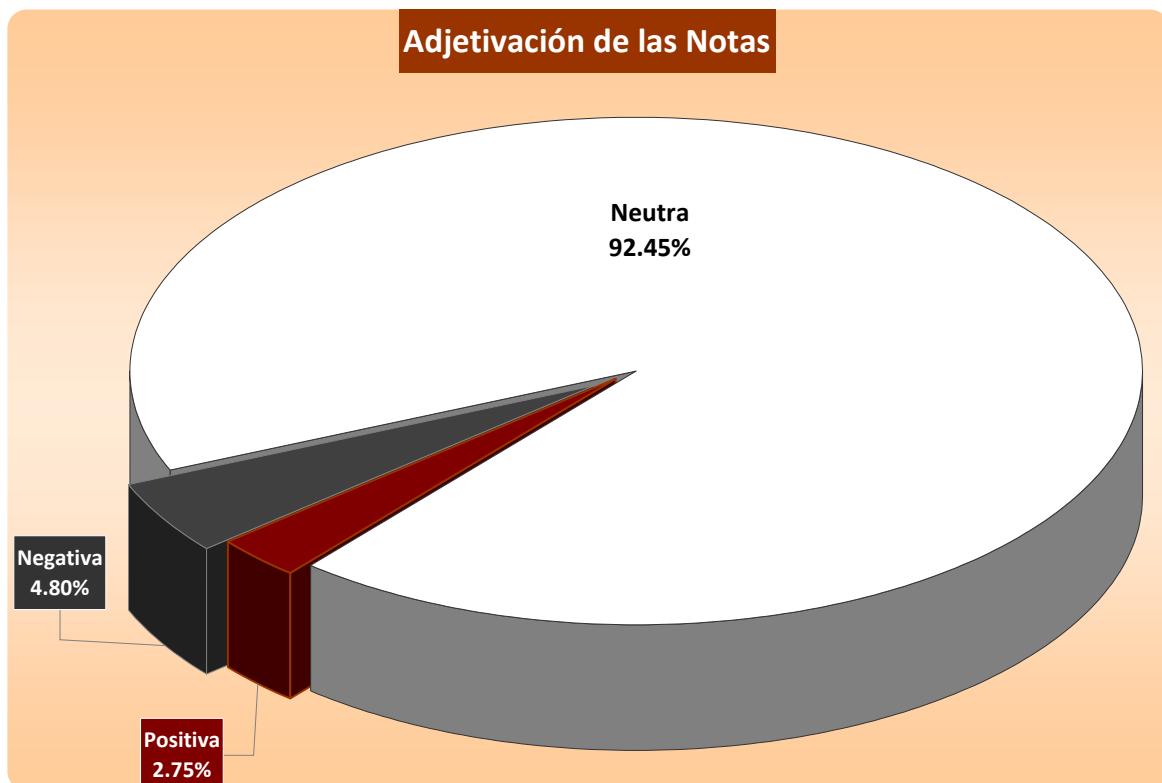


Gráfica 3. Porcentaje del número de notas por Partido Político y Coalición, en Radio.

2. Valoración:

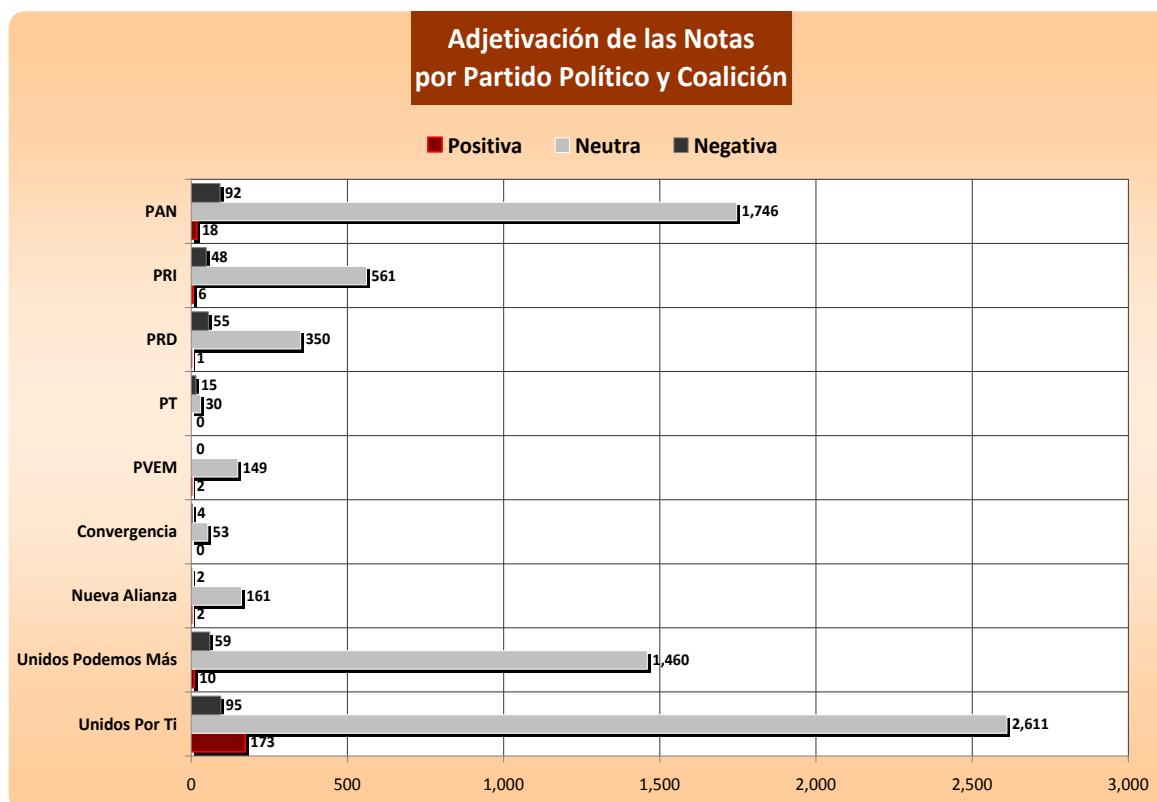
- Respecto de la equidad en el tratamiento informativo que la Radio lleva a cabo con respecto de los Partidos Políticos y Coaliciones, el PAN obtuvo 1,856 notas informativas; el PRI 615; el PRD 406; el PT 45; el PVEM 151; Convergencia 57; Nueva Alianza 165; Coalición “Unidos Podemos Más” 1,529 y Coalición “Unidos Por Ti” 2,879.

NUMERO DE NOTAS				PORCENTAJE			
Negativa	Neutra	Positiva	Total	Negativa	Neutra	Positiva	Total
370	7,121	212	7,703	4.80%	92.45%	2.75%	100.00%



Gráfica 4. Adjetivación de las notas informativas en Radio.

- Respecto de la objetividad el **92.45%** de las notas fueron neutras, toda vez que no hay adjetivación, ni juicios de valor; el **4.8%** fue en contra del Partido Político o Coalición, y **2.75%** a favor.



Gráfica 5. Adjetivación de notas por Partido Político y Coalición, en Radio.

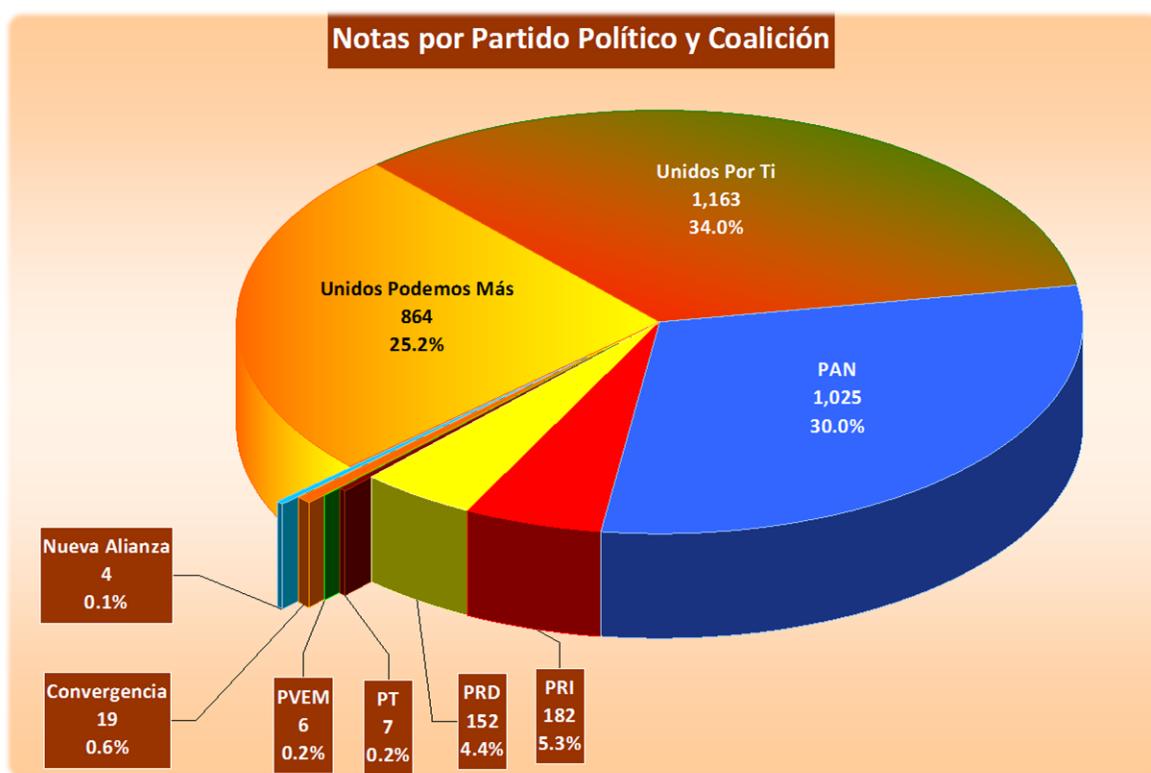
b. Televisión

1. Reporte del número de notas en Televisión.

- El número total de notas emitidas de los Partidos Políticos y Coaliciones fue de: 19,843 y correspondieron a Televisión 3,422.

Partido o Coalición	NUMERO DE NOTAS				PORCENTAJE			
	Negativa	Neutra	Positiva	Total	Negativa	Neutra	Positiva	Total
Partido Acción Nacional	18	1,003	4	1,025	1.76%	97.85%	0.39%	100.00%
Partido Revolucionario Institucional	26	156	0	182	14.29%	85.71%	0.00%	100.00%
Partido de la Revolución Democrática	11	141	0	152	7.24%	92.76%	0.00%	100.00%
Partido del Trabajo	1	6	0	7	14.29%	85.71%	0.00%	100.00%
Partido Verde Ecologista de México	0	3	3	6	0.00%	50.00%	50.00%	100.00%
Partido Convergencia	0	19	0	19	0.00%	100.00%	0.00%	100.00%
Partido Nueva Alianza	0	1	3	4	0.00%	25.00%	75.00%	100.00%
Unidos Podemos Más (PRD,PT,CONVERGENCIA)	29	834	1	864	3.36%	96.52%	0.12%	100.00%
Unidos Por Ti (PRI,PVEM,NUEVA ALIANZA)	45	1,102	16	1,163	3.87%	94.75%	1.38%	100.00%
Total	130	3,265	27	3,422	3.80%	95.41%	0.79%	100.00%

Fuente: Elaboración propia a partir del Segundo Informe Quincenal de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet, del periodo de Campañas Electorales 2011, presentado por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V.

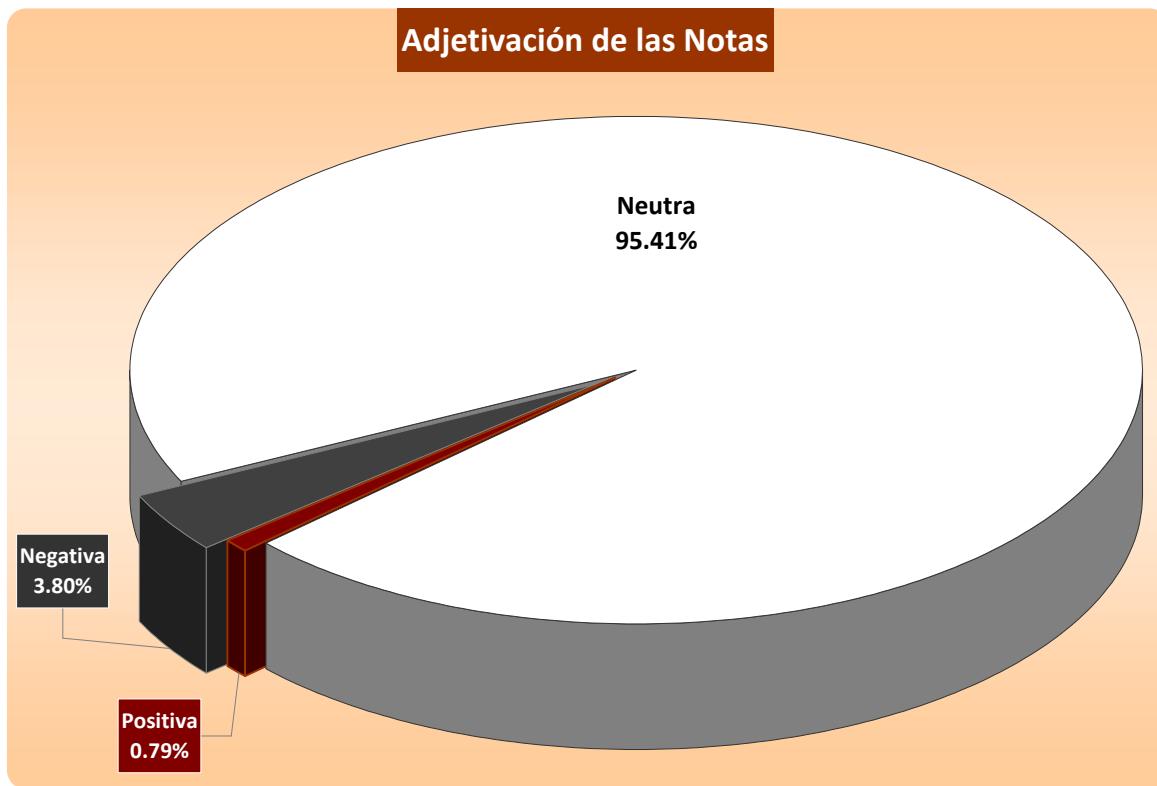


Gráfica 6. Porcentaje de número de notas por Partido Político y Coalición, en Televisión.

2. Valoración:

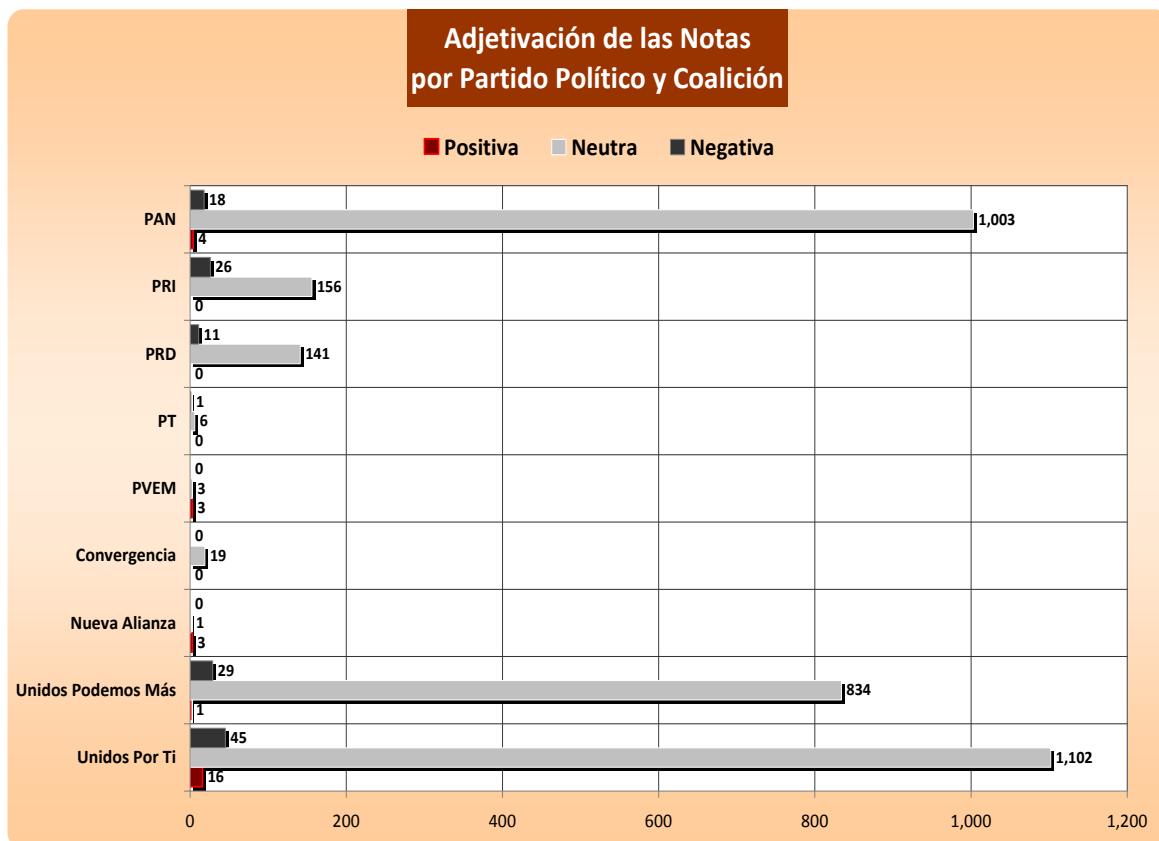
- Respecto de la equidad en el tratamiento informativo que la Televisión lleva a cabo con respecto de los Partidos Políticos y Coaliciones, el PAN obtuvo 1,025 notas informativas; el PRI 182; el PRD 152; el PT 7; el PVEM 6; Convergencia 19; Nueva Alianza 4; Coalición “Unidos Podemos Más” 864 y Coalición “Unidos Por Ti” 1,163.

NUMERO DE NOTAS				PORCENTAJE			
Negativa	Neutra	Positiva	Total	Negativa	Neutra	Positiva	Total
130	3,265	27	3,422	3.80%	95.41%	0.79%	100.00%



Gráfica 7. Adjetivación de las notas informativas, en Televisión.

- Respecto de la objetividad el **95.41%** de las notas fueron neutras, toda vez que no hay adjetivación, ni juicios de valor; el **3.80%** fue en contra de algún partido, y **0.79%** a favor.



Gráfica 8. Adjetivación de las notas por Partido Político y Coalición, en televisión.

- Se observa respecto de la objetividad, que los canales de Televisión mantuvieron una tendencia normal, en relación a la adjetivación Neutra hacia los Partidos Políticos y Coaliciones.

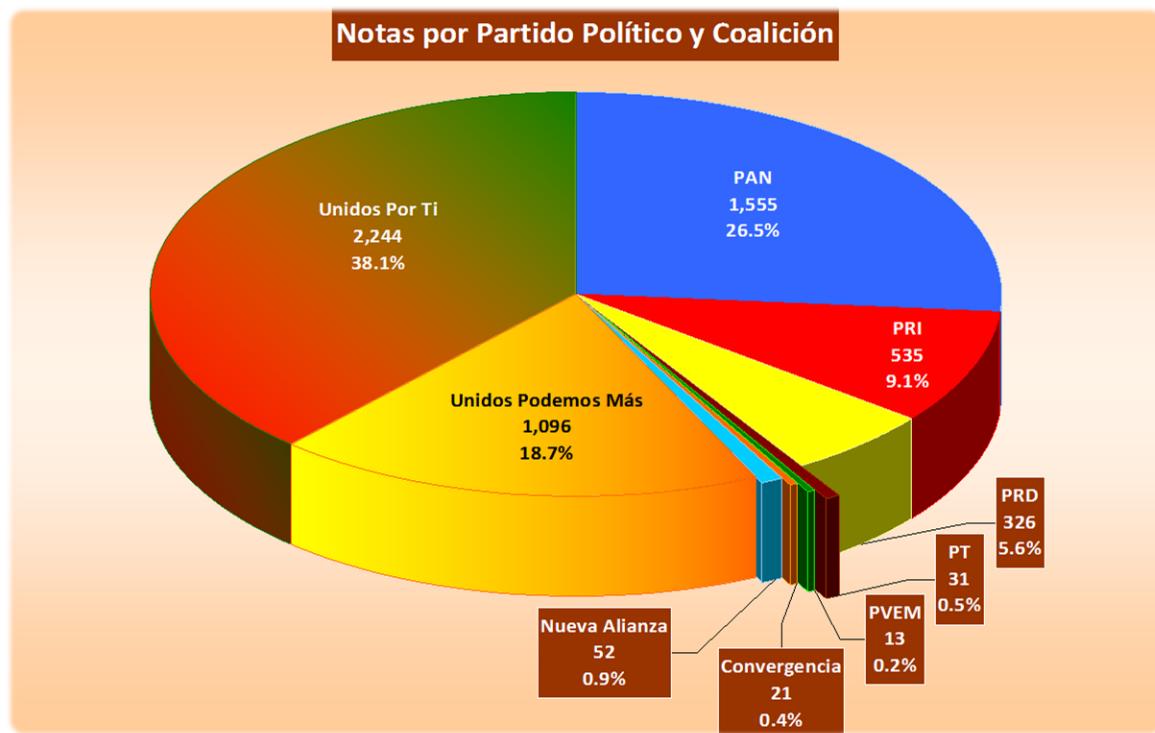
c. Medios Impresos

1. Reporte del número de notas en Medios Impresos.

- El número total de notas emitidas de los Partidos Políticos y Coaliciones fue de: 19,843, de ellas correspondieron a Medios Impresos 5,873.

Partido o Coalición	NUMERO DE NOTAS				PORCENTAJE			
	Negativa	Neutra	Positiva	Total	Negativa	Neutra	Positiva	Total
Partido Acción Nacional	12	1,540	3	1,555	0.77%	99.04%	0.19%	100.00%
Partido Revolucionario Institucional	9	526	0	535	1.68%	98.32%	0.00%	100.00%
Partido de la Revolución Democrática	6	320	0	326	1.84%	98.16%	0.00%	100.00%
Partido del Trabajo	1	30	0	31	3.23%	96.77%	0.00%	100.00%
Partido Verde Ecologista de México	0	13	0	13	0.00%	100.00%	0.00%	100.00%
Partido Convergencia	1	20	0	21	4.76%	95.24%	0.00%	100.00%
Partido Nueva Alianza	1	51	0	52	1.92%	98.08%	0.00%	100.00%
Unidos Podemos Más (PRD,PT,CONVERGENCIA)	9	1,085	2	1,096	0.82%	99.00%	0.18%	100.00%
Unidos Por Ti (PRI,PVEM,NUEVA ALIANZA)	16	2,202	26	2,244	0.71%	98.13%	1.16%	100.00%
Total	55	5,787	31	5,873	0.94%	98.53%	0.53%	100.00%

Fuente: Elaboración propia a partir del Segundo Informe Quincenal de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet, del periodo de Campañas Electorales 2011, presentado por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V.

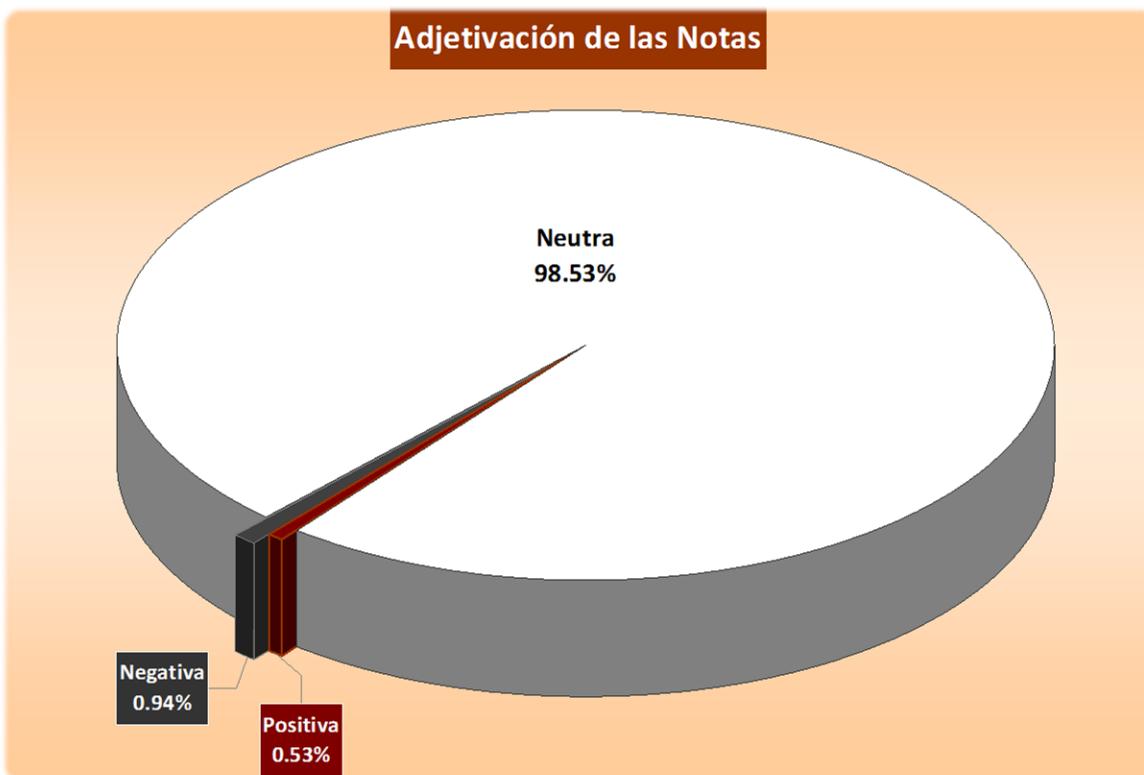


Gráfica 9. Porcentaje de número de notas por Partido Político y Coalición, en Medios Impresos.

2. Valoración:

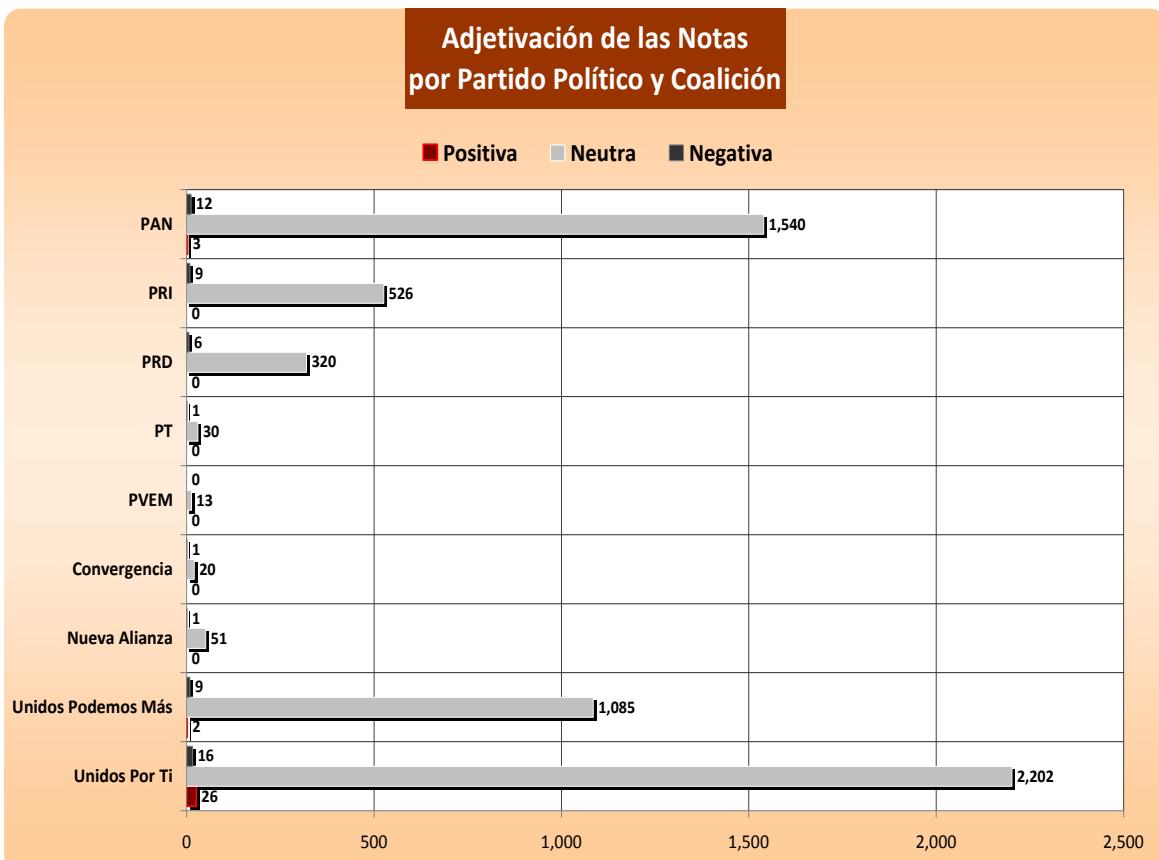
- Respecto de la equidad en el tratamiento informativo que los Medios Impresos llevan a cabo con respecto de los Partidos Políticos y Coaliciones, el PAN obtuvo 1,555 notas informativas; el PRI 535; el PRD 326; el PT 31; el PVEM 13; Convergencia 21; Nueva Alianza 52; Coalición “Unidos Por Ti” 2,244 y Coalición “Unidos Podemos Más” 1,096.

NUMERO DE NOTAS				PORCENTAJE			
Negativa	Neutra	Positiva	Total	Negativa	Neutra	Positiva	Total
55	5,787	31	5,873	0.94%	98.53%	0.53%	100.00%



Gráfica 10. Adjetivación de las notas informativas, en Medios Impresos.

- Respecto de la objetividad, el **98.53%** de las notas fueron neutras, toda vez que no hay adjetivación, ni juicios de valor; el **0.94%** fue en contra de Partido Político o Coalición, y **0.53%** a favor.



Gráfica 11. Adjetivación de las notas por Partido Político y Coalición, en Medios Impresos.

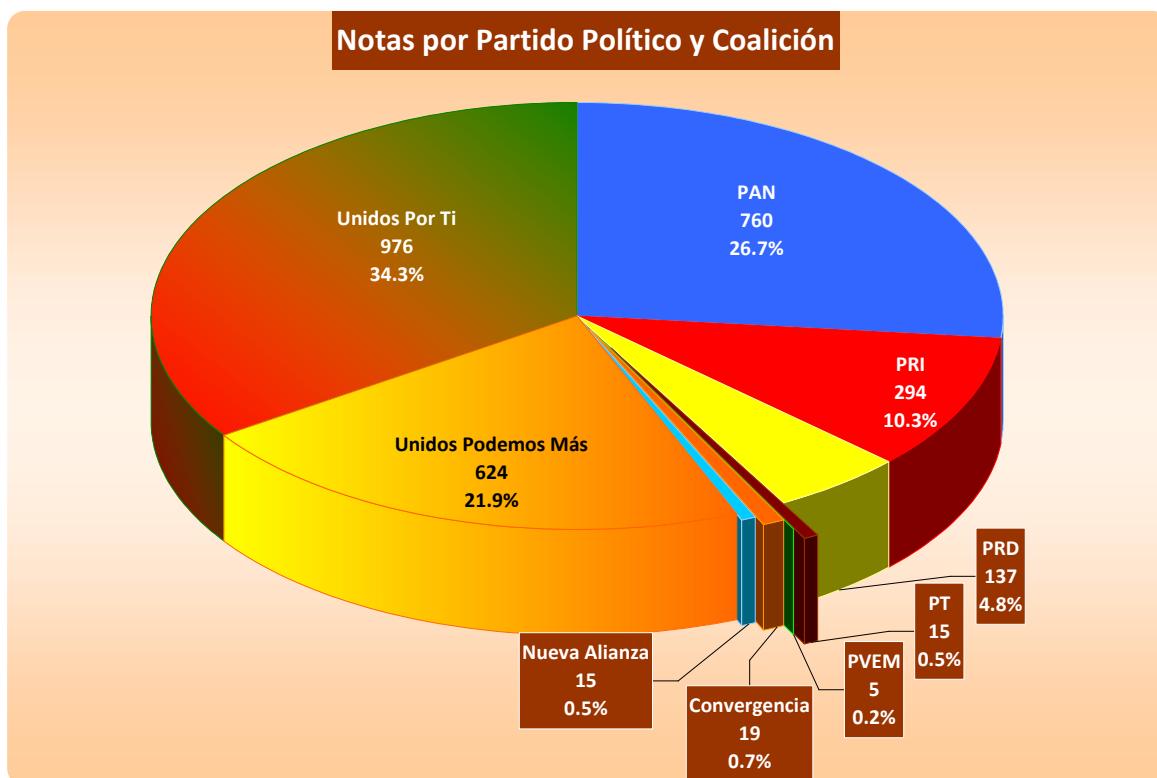
d. Internet

1. Reporte

- El número total de notas emitidas de los Partidos Políticos y Coaliciones fue de: 19,843, de éstas, correspondieron a Internet 2,845.

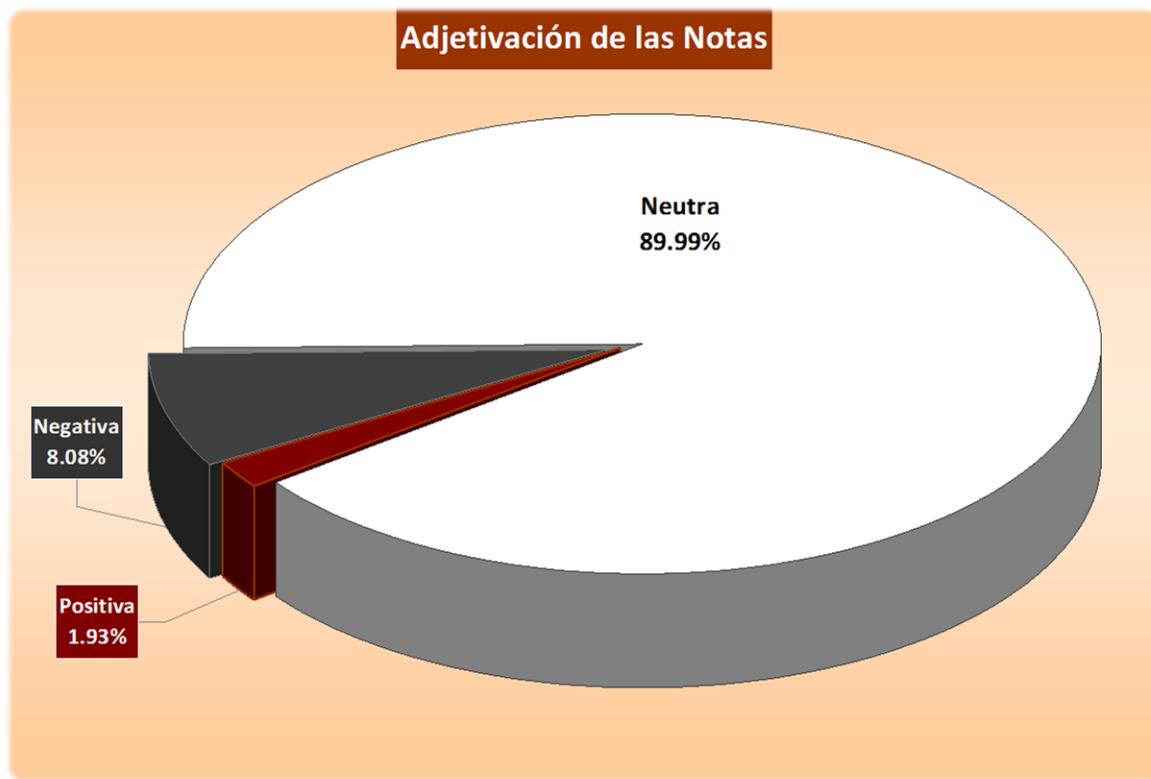
Partido o Coalición	NUMERO DE NOTAS				PORCENTAJE			
	Negativa	Neutra	Positiva	Total	Negativa	Neutra	Positiva	Total
Partido Acción Nacional	68	686	6	760	8.95%	90.26%	0.79%	100.00%
Partido Revolucionario Institucional	41	249	4	294	13.95%	84.69%	1.36%	100.00%
Partido de la Revolución Democrática	11	126	0	137	8.03%	91.97%	0.00%	100.00%
Partido del Trabajo	1	14	0	15	6.67%	93.33%	0.00%	100.00%
Partido Verde Ecologista de México	1	4	0	5	20.00%	80.00%	0.00%	100.00%
Partido Convergencia	1	18	0	19	5.26%	94.74%	0.00%	100.00%
Partido Nueva Alianza	2	13	0	15	13.33%	86.67%	0.00%	100.00%
Unidos Podemos Más (PRD,PT,CONVERGENCIA)	35	576	13	624	5.61%	92.31%	2.08%	100.00%
Unidos Por Ti (PRI,PVEM,NUEVA ALIANZA)	70	874	32	976	7.17%	89.55%	3.28%	100.00%
Total	230	2,560	55	2,845	8.08%	89.99%	1.93%	100.00%

Fuente: Elaboración propia a partir del Segundo Informe Quincenal de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet, del periodo de Campañas Electorales 2011, presentado por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.



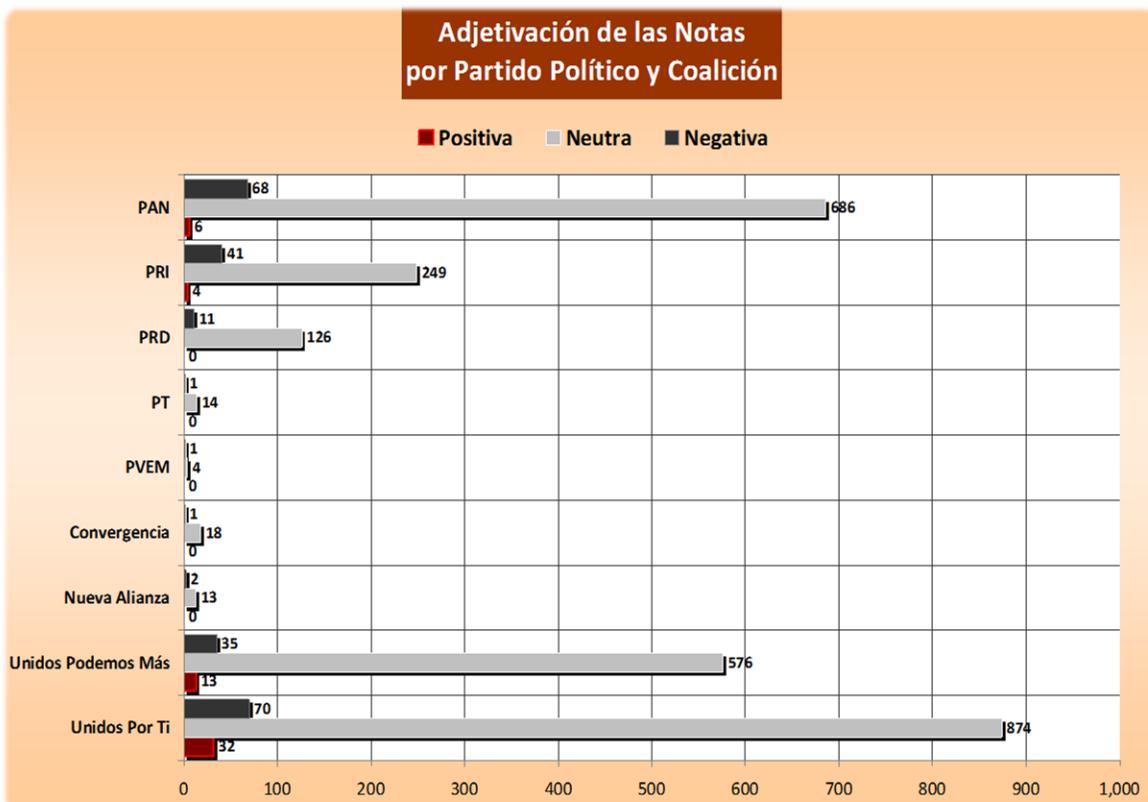
- Respecto de la equidad en el tratamiento informativo que Internet lleva a cabo con respecto a los Partidos Políticos y Coaliciones, el PAN obtuvo 760 notas informativas; el PRI 294; el PRD 137; el PT 15; el PVEM 5; Convergencia 19; Nueva Alianza 15; Coalición “Unidos Podemos Más” 624 y Coalición “Unidos Por Ti” 976.

NUMERO DE NOTAS				PORCENTAJE			
Negativa	Neutra	Positiva	Total	Negativa	Neutra	Positiva	Total
230	2,560	55	2,845	8.08%	89.99%	1.93%	100.00%



Gráfica 13. Adjetivación de notas informativas, en Internet.

- Respecto a la objetividad, el **89.99%** de las notas fueron neutras, toda vez que no hay adjetivación, ni juicios de valor; el **8.08%** fue en contra del Partido Político o Coalición, y el **1.93%** a favor de algún otro.



Gráfica 14. Adjetivación de las notas por Partido Político y Coalición, en Internet.

COMPORTAMIENTO DE LOS SPOTS TRANSMITIDOS POR EL GOBIERNO FEDERAL DURANTE EL PROCESO ELECTORAL 2011

Con el fin de exponer el panorama general de la Propaganda Gubernamental a nivel federal, Estatal y Municipal, se presentan cuadros y gráficas comparativas de los periodos de precampañas, intercampañas y campañas electorales 2011, mismas que a continuación se detallan:

TELEVISIÓN

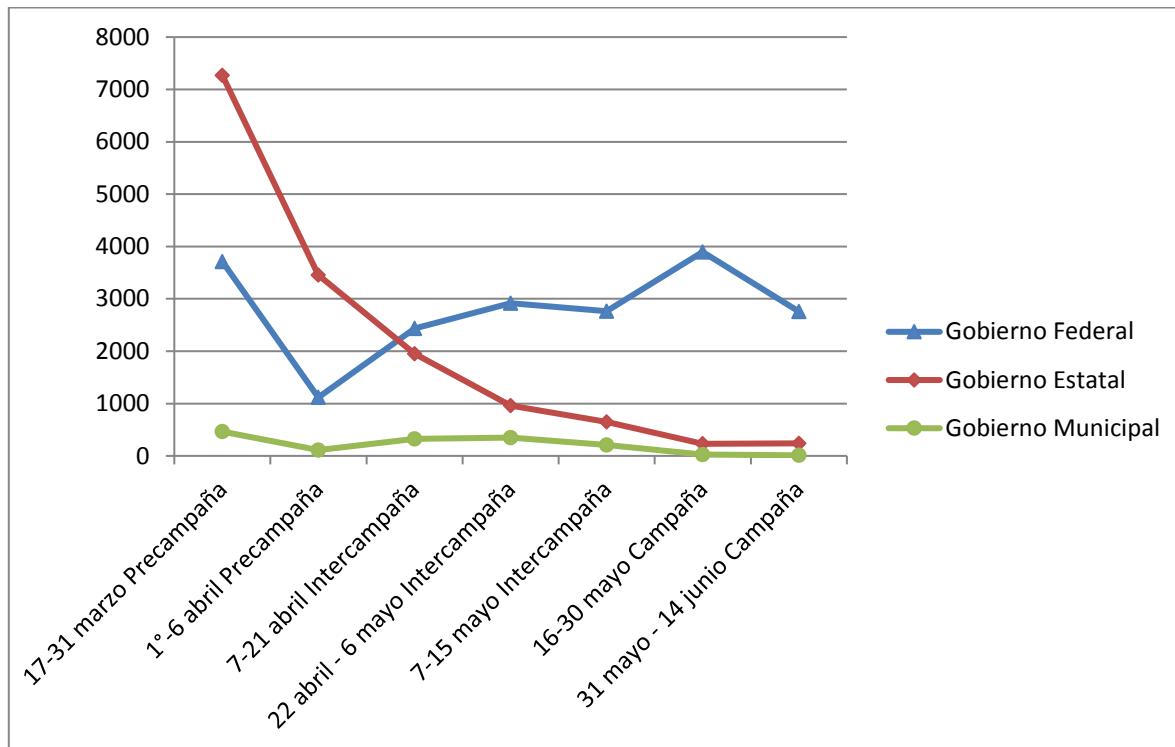
Gobierno o Autoridad	17-31 marzo Precampaña	1º-6 abril Precampaña	7-21 abril Intercampaña	22 abril - 6 mayo Intercampaña	7-15 mayo Intercampaña	16-30 mayo Campaña	31 mayo - 14 junio Campaña
Gobierno de la República	3.711	1.117	2.437	2.914	1.873	225	13
Procuraduría General de la República PGR					889	1235	
Secretaría de Educación Pública						13	16
Secretaría de Gobernación						117	138
Secretaría de la Defensa Nacional							5
Secretaría de Marina-Armada de México							354
Secretaría de Salud						2264	2236
Secretaría de Seguridad Pública Federal							37
Gobierno del Estado de México	7.269	3.457	1.949	959	651	231	239
Ayuntamiento de Malinalco						24	12
Ayuntamiento de Metepec	173	12	110	207	135		
Ayuntamiento de Naucalpan de Juárez	133	33	56	7			
Ayuntamiento de Ocuilan			17				
Ayuntamiento de Tepotzotlán		3					
Ayuntamiento de Texcoco			16	73			
Ayuntamiento de Toluca	132	61	118	48	44		
Ayuntamiento de Villa Victoria					11		
Ayuntamiento de Zinacantepec	26						
Ayuntamiento San José del Rincón			7	14	19		
Total	11.444	4.683	4.710	4.222	3.622	4.151	3.008

Fuente: Informes Quincenales y Finales del Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet elaborado por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V.

Gobierno o Autoridad	17-31 marzo Precampaña	1º-6 abril Precampaña	7-21 abril Intercampaña	22 abril - 6 mayo Intercampaña	7-15 mayo Intercampaña	16-30 mayo Campaña	31 mayo - 14 junio Campaña
Gobierno Federal	3.711	1.117	2.437	2.914	2.762	3.896	2.757
Gobierno Estatal	7.269	3.457	1.949	959	651	231	239
Gobierno Municipal	464	109	324	349	209	24	12
Total	11.444	4.683	4.710	4.222	3.622	4.151	3.008

Fuente: Informes Quincenales y Finales del Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet elaborado por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V.

Spots en Televisión



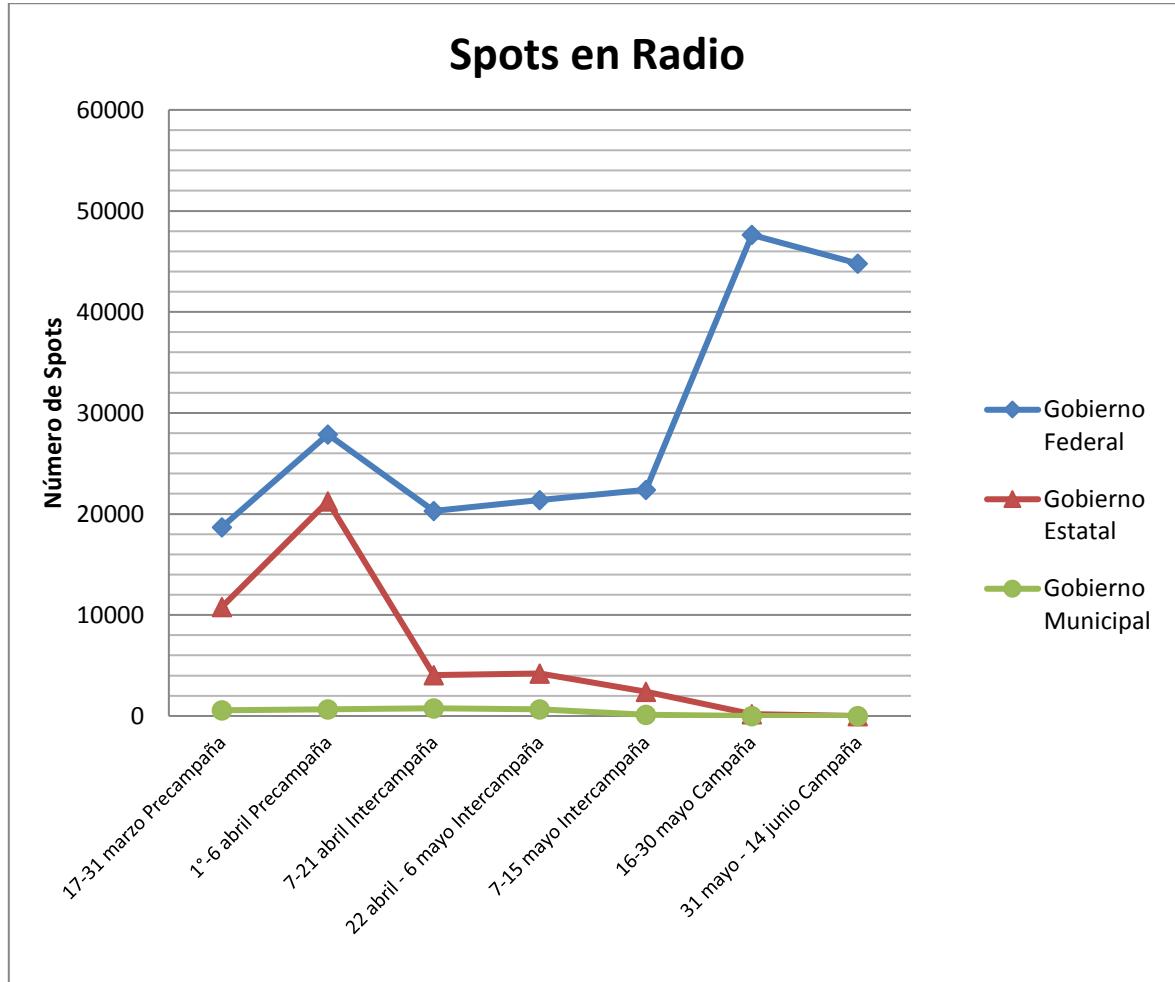
Gráfica 15. Curva de comportamiento entre el número de spots en Televisión del Gobierno Federal, Estatal y Municipal durante los períodos de precampañas, intercampañas y campañas electorales.

Radio	Precampaña	Precampaña	Intercampaña	Intercampaña	Intercampaña	Campaña	Campaña
Gobierno o Autoridad	17-31 marzo	1°-6 abril	7-21 abril	22 abril - 6 mayo	7-15 mayo	16-30 mayo	31 mayo - 14 junio
Gobierno de la República	18.701	27.861	20.298	21.389	17.800	7186	3.635
Procuraduría General de la República PGR					4.603	5195	
Secretaría de Educación Pública						1280	
Secretaría de Gobernación						34	11
Secretaría de Hacienda y Crédito Público						26	12
SEMARNAT y Comisión Nacional Forestal						155	
Secretaría de Salud						32553	41.110
Secretaría de Seguridad Pública Federal						1197	9
Gobierno del Estado de México	10.793	21.240	4.042	4.204	2.418	188	1
Ayuntamiento de Atlacomulco			40				
Ayuntamiento de Chimalhuacán					86		
Ayuntamiento de Metepec			36	152	245	111	
Ayuntamiento de Naucalpan de Juárez	53	73	30	20			
Ayuntamiento de Santa Cruz Atizapan					54		
Ayuntamiento de Tejupilco	25	25					
Ayuntamiento de Tepotzotlán			9	37			
Ayuntamiento de Texcoco					82		
Ayuntamiento de Toluca	476	479	543	163	24		
Total	30.048	49.763	25.102	26.243	24.956	47.814	44.778

Fuente: Informes Quincenales y Finales del Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet elaborado por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V.

Gobierno o Autoridad	17-31 marzo Precampaña	1°-6 abril Precampaña	7-21 abril Intercampaña	22 abril - 6 mayo Intercampaña	7-15 mayo Intercampaña	16-30 mayo Campaña	31 mayo - 14 junio Campaña
Gobierno Federal	18.701	27.861	20.298	21.389	22.403	47.626	44.777
Gobierno Estatal	10.793	21.240	4.042	4.204	2.418	188	1
Gobierno Municipal	554	662	762	650	135	0	0
Total	30.048	49.763	25.102	26.243	24.956	47.814	44.778

Fuente: Informes Quincenales y Finales del Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet elaborado por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V.



Gráfica 16. Curva de comportamiento entre el número de spots transmitidos en Radio del Gobierno Federal, Estatal y Municipal durante los períodos de precampañas, intercampañas y campañas electorales.

Asimismo y con el propósito de dar atención a las inquietudes vertidas por los integrantes de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión en su 14^a Sesión Extraordinaria, se presenta un análisis del comportamiento de los spots de la Propaganda Federal, con cuadros que contienen el nombre de los actores políticos, la versión transmitida y el total de spots observados tanto en radio como en televisión.

PRIMER INFORME QUINCENAL DE CAMPAÑAS ELECTORALES 2011. TELEVISIÓN

Nombre del Actor Político	Identificación de la Versión Transmitida	Total
Gobierno de la República	2011 es el año del Turismo (TV)	3
	42 millones de mexicanos cuentan con una cuenta de ahorro	1
	Cada vez gracias a estas llamadas más no caen en extorsión (TV)	3
	El cáncer está controlado	203
	La influenza humana es una enfermedad que puede ser mortal	15
Total de spots		225
Secretaría de Educación Pública	Fiestas de Pitic 2011	13
Procuraduría General de la República PGR	Condicionamiento de Programas Sociales	619
	Recolección de credenciales de elector	616
Secretaría de Seguridad Pública Federal	Gracias a estas llamadas más personas no caen en extorsión	37
Secretaría de Gobernación	Para que tu información no caiga en manos de cualquiera	117
Secretaría de la Defensa Nacional	La gran fuerza de México del 5 de mayo al 5 de junio	5
Secretaría de Salud	Enseña a tus hijos a comer sano	16
	Muévete más, toma más agua	203
	Segunda Semana Nacional de Salud	1001
	Seguro Popular, informes 01800 7172583	1044
Total de Spots		3,671

Fuente: Primer Informe Quincenal a Detalle del Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del periodo de campañas electorales 2011, elaborado por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V.

PRIMER INFORME QUINCENAL DE CAMPAÑAS ELECTORALES 2011. RADIO

Nombre del Actor Político	Identificación de la Versión Transmitida	Total
Gobierno de la República	Felicidades en su día, maestras y maestros	10
	Llamadas de extorsión; Escucha, cuelga y llama al 088	34
	2011 es el año del turismo	109

	Abuso en productos o servicios venta cara, reporta 55688722	15
	Agenda CONAGUA 20-30	114
	Alza injustificada de precios, reporta al 018004688722	19
	Concurso El Niño y la Mar, hasta el primero de junio	12
	Consejo Nacional de Fomento Educativo.	6
	Decido evitar la obesidad 01800122350www.prevenissste.gob.mx	146
	Decido evitar tabaquismo 01800122350www.prevenissste.gob.mx	137
	Delincuentes capturados	7
	Denuncia anónima de robo de combustible, 018002289660	62
	En el 088 te dicen que hacer	9
	Fíjate en tu afore, patrimonio	27
	Grasa en Margarina y Discos duros portátiles, mayo	13
	Instructores comunitarios, ¿quieres vivir esta experiencia?	75
	Presentó: Información al instante para el consumo inteligente	4
	Presentó: Radio Express; Info al instante, consumo inteligente	1
	Prevén la obesidad en www.prevenissste.gob.mx	153
	Protegiendo nuestros bosques	12
	Revisa que en tu suelo no se junten hojas	2
	Secretaría de la Reforma Agraria	1
	Segunda semana nacional de salud, 28 de mayo al 3 de julio	6215

	Seguro Popular (RA)	2
	Si te piden dinero, escucha, cuelga y llama al 088	1
Secretaría de Educación Pública	Prueba enlace may23-27 www.enlace.sep.gob.mx 018002886688	1280
Secretaría de Gobernación	Ley de protección de datos personales	34
Secretaría de Hacienda y Crédito Público	Sistemas de revisión más actuales por tu seguridad	26
Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales y Comisión Nacional Forestal	Evita fogatas, asesórate en quemas agrícolas, 0180046236346	155
Secretaría de Salud	(RA) Brindamos toda la ayuda a enfermos de cáncer, gratis	834
	(RA) Centro Nueva Vida, te apoyamos y asesoramos 018009112000	7129
	(RA) Operación de apéndice, todo pagado c/ Seguro Popular	9010
	(RA) Para prenderte no ocupas pastillitas; www.cij.gob.mx	66
	2da semana nacional de salud, mayo 28-junio 3	5525
	Levántate vamos a jugar futbol	9915
	Todos los niños y mujeres embarazadas están protegidos	74
Secretaría de Seguridad Pública Federal	Cada vez son más los que no caen en la extorsión (RA)	1197
Procuraduría General de la República PGR	Condicionamiento de programas sociales (RA)	1771
	Posicionamiento de la FEPADE (RA)	1720
	Recolección de credenciales de elector (RA)	1704
Total de Spots		47,626

Fuente: Primer Informe Quincenal a Detalle del Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del periodo de campañas electorales 2011, elaborado por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V.

SEGUNDO INFORME QUINCENAL DE CAMPAÑAS ELECTORALES 2011. TELEVISIÓN

Nombre del Actor Político	Identificación de la versión transmitida	Total
Gobierno de la República	El cáncer está controlado	5
	La influenza humana es una enfermedad que puede ser mortal	8
Total de Spots		13
Secretaría de Educación Pública	Verbenas culturales mexicanas	16
Secretaría de Gobernación	Para que tu información no caiga en manos de cualquiera	138
Secretaría de Marina-Armada de México	En pantalla marinos, barcos y helicópteros	354
Secretaría de Salud	Acércate a los centros Nueva Vida	58
	Acércate a los centros Nueva Vida, aquí te damos el apoyo	223
	Enseña a tus hijos a comer sano	218
	Muévete más, toma más agua	248
	Segunda semana nacional de salud (cambian literales)	347
	Seguro Popular, informes 018007172583	932
	Sin protección no, cuídate y cuida a tu pareja (TV)	210
Total de Spots		2,744

Fuente: Segundo Informe Quincenal a Detalle del Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del periodo de campañas electorales 2011, elaborado por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V.

SEGUNDO INFORME QUINCENAL DE CAMPAÑAS ELECTORALES 2011. RADIO

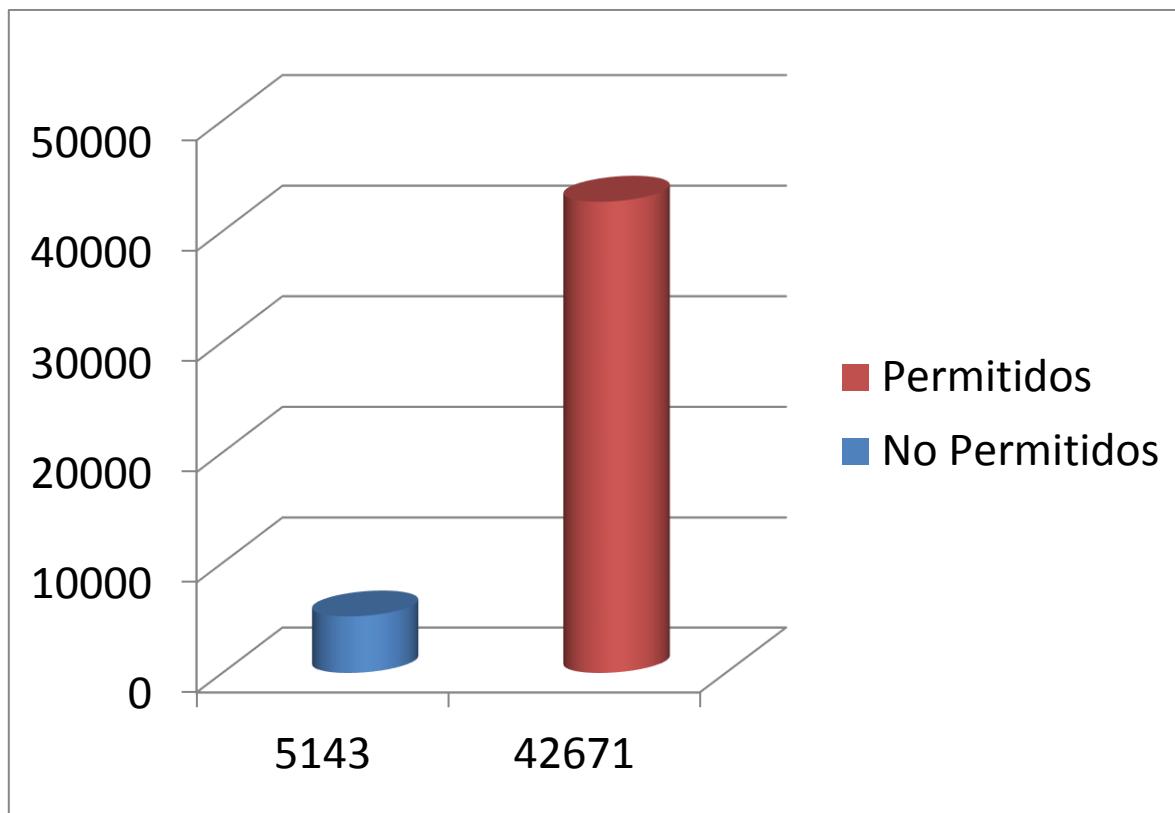
Nombre del Actor Político	Identificación de la Versión Transmitida	Total
Gobierno de la República	(RA) Llamadas de extorsión; Escucha, cuelga y llama al 088	33
	Agenda CONAGUA 20-30	28
	Consejo Nacional de Fomento Educativo.	6
	Decido evitar la obesidad 01800122350www.prevenissste.gob.mx	117

	Decido evitar tabaquismo 01800122350www.prevenissste.gob.mx	51
	Denuncia anónima de robo de combustible, 018002289660	28
	Fíjate en tu afore, patrimonio	20
	Instructores comunitarios, ¿quieres vivir esta experiencia?	70
	Mejorando las comunicaciones para estar más cerca	2
	Prevén la obesidad en www.prevenissste.gob.mx	165
	Prevenimss, ayudamos a tu familia con el sobrepeso	89
	Revisa que en tu suelo no se junten hojas	1
	Revista del Consumidor Radio, presentó,	5
	Segunda semana nacional de salud, 28 de mayo al 3 de julio	3020
Total de Spots		3,635
Nombre del Actor Político	Identificación de la Versión Transmitida	TOTAL
Secretaría de Gobernación	Ley de protección de datos personales	11
Secretaría de Hacienda y Crédito Público	Sistemas de revisión más actuales por tu seguridad	12
Secretaría de Salud	(RA) Brindamos toda la ayuda a enfermos de cáncer, gratis	278
	(RA) Centro Nueva Vida, te apoyamos y asesoramos 018009112000	8.063
	(RA) Operación de apéndice, todo pagado c/ Seguro Popular	9.018
	(RA) Para prenderte no ocupas pastillitas; www.cij.gob.mx	76
	2da semana nacional de salud, mayo 28-junio 3	464

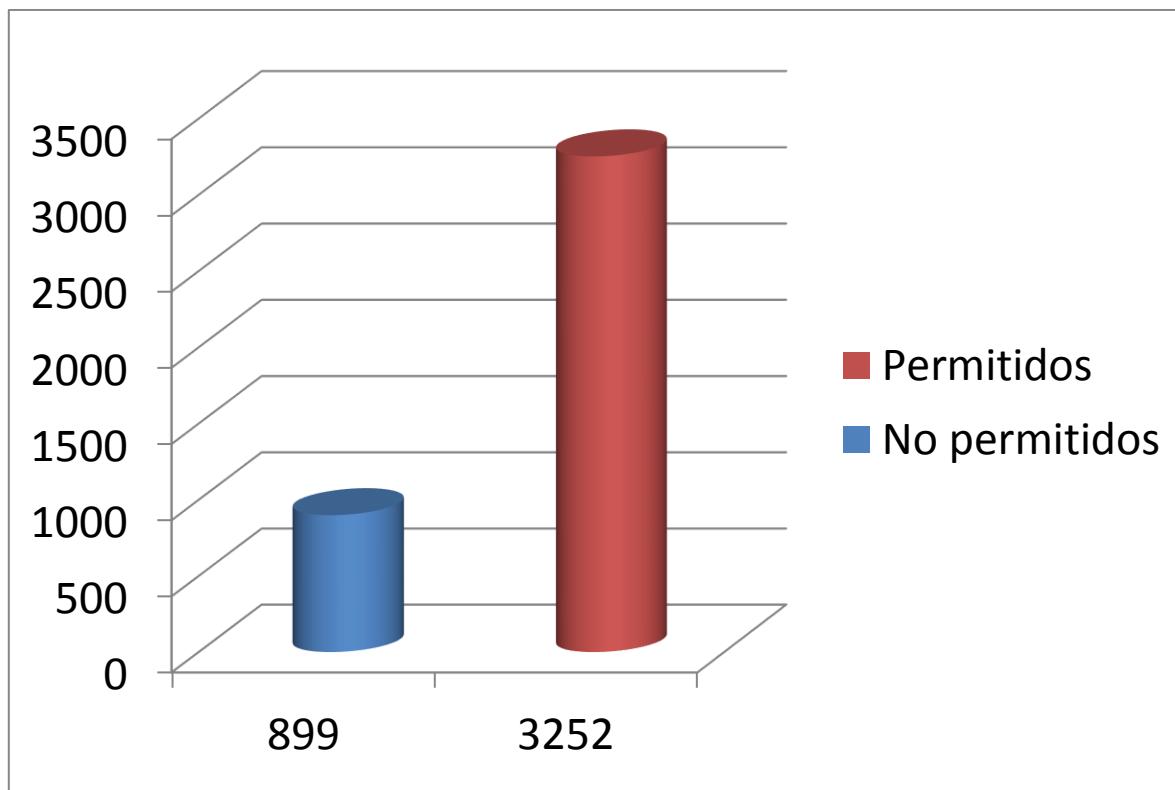
	Acércate a los centros nueva vida	247
	Enseña a tus hijos a comer sano, tomar más agua	6.508
	Enseña a tus hijos a comer sano, tomar más agua y ejercitarse	9
	Levántate vamos a jugar futbol	14.329
	Sin protección no, cuídate y cuida a tu pareja; 018006246464	2.070
	Todos los niños y mujeres embarazadas están protegidos	48
Secretaría de Seguridad Pública Federal	Cada vez son más los que no caen en la extorsión (RA)	9
Total de Spots		41,142
SUMA		44,777

Fuente: Segundo Informe Quincenal a Detalle del Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del periodo de campañas electorales 2011, elaborado por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V.

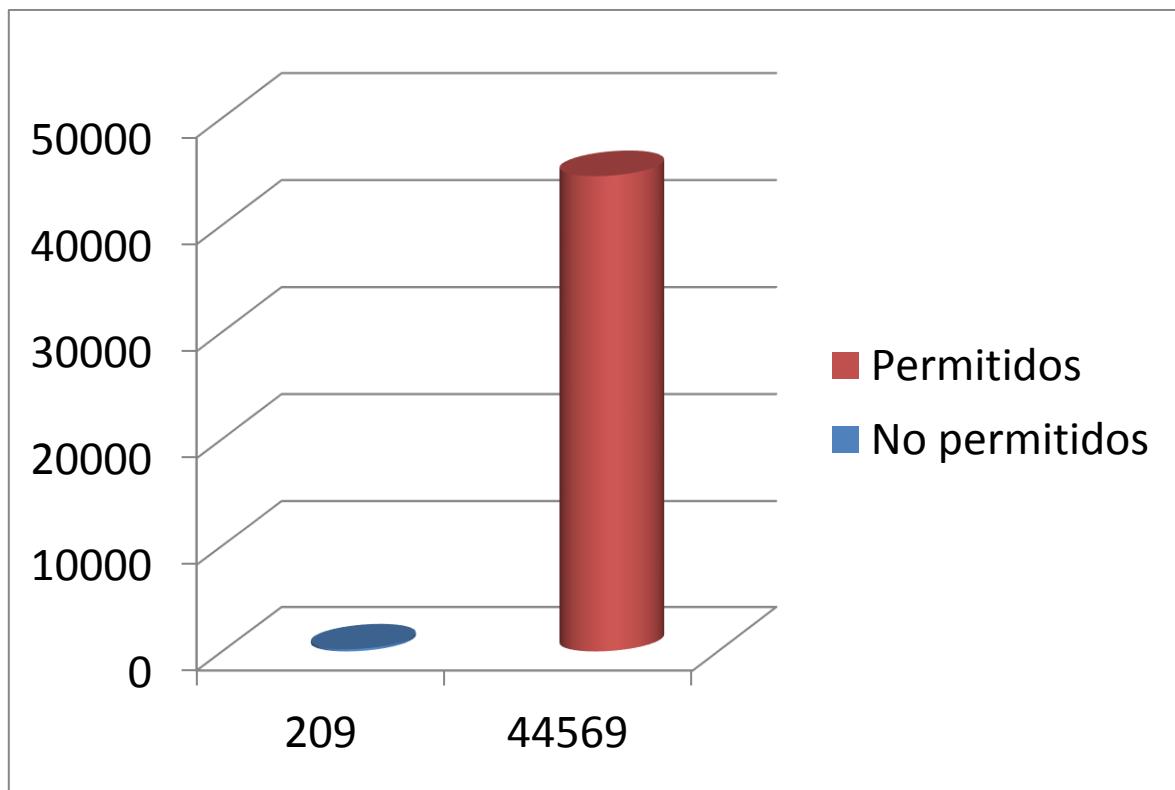
Como se puede observar en los cuadros anteriores se cuenta con un total de **6,653** spots en televisión y **92,403** en radio, del primer y segundo informe quincenal de campañas electorales, de los cuales **92,879** están permitidos (como se aprecia en las Gráficas 17, 18, 19 y 20) debido a que como señala el artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos: “Durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental, tanto de los poderes federales y estatales, como de los municipios, Órganos de Gobierno del Distrito Federal, sus Delegaciones y cualquier otro ente público. Las únicas excepciones a lo anterior serán las campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia”, mientras que 6,872 de ellos son sólo informativos. Lo que da un total de 99,751 entre los permitidos y los no permitidos.



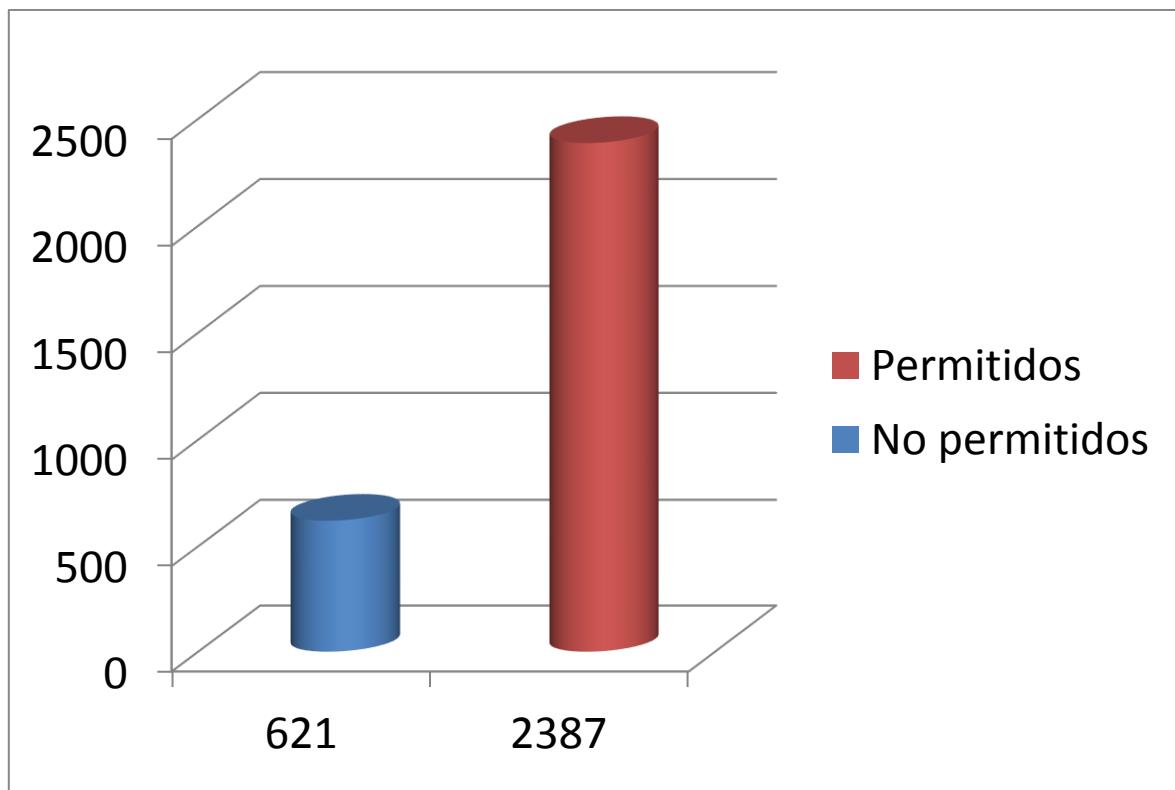
Gráfica 17. Número de Spots permitidos y los no permitidos, con base en el Primer Informe Quincenal de Campañas Electorales 2011. RADIO



Gráfica 18. Número de Spots permitidos y los no permitidos, con base en el Primer Informe Quincenal de Campañas Electorales 2011. TELEVISIÓN.



Gráfica 19. Número de Spots permitidos y los no permitidos, con base en el Segundo Informe Quincenal de Campañas Electorales 2011. RADIO.



Gráfica 20. Número de Spots permitidos y los no permitidos, con base en el Segundo Informe Quincenal de Campañas Electorales 2011. TELEVISIÓN.

VALORACIONES GENERALES

PRIMERA.

Del resultado de los informes de monitoreo presentados por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V. se desprende que se transmitieron 104 spots fuera de la pauta aprobada por el Instituto Federal Electoral:

En Televisión:

(104) del Partido Nueva Alianza: Canal 11, 1; Canal 2 de las Estrellas, 1; Canal 10, 33; XEQ-TV Rep Toluca, 1; XEQ-TV Ciudad de México, 1; XHATZ-TV Amecameca, 33; XHGC-TV Ciudad de México, 1; y, XEX-TV Amecameca, 33.

SEGUNDA.

De los resultados de los informes de precampaña, intercampaña y campaña electoral del Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet de la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V. en cuanto a la propaganda gubernamental, se observaron 46,562 spots de Radio en precampañas; 64,090 en intercampañas y en el transcurso de campañas 92,403 spots; por su parte en televisión se observaron 4,828 spots en precampañas; 8,113 en intercampañas y en el transcurso de campañas electorales, 6,653.

RECOMENDACIONES GENERALES

PRIMERA.

En relación a las valoraciones emitidas con antelación, de las que se desglosa que del resultado de los informes de monitoreo presentados por la empresa Verificación y Monitoreo S.A. de C.V. se transmitieron (104) spots fuera de la pauta aprobada por el Instituto Federal Electoral.

Es pertinente recomendar al Instituto Federal Electoral, a través del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, realice una revisión integral, a fin de corroborar si dichos spots fueron transmitidos durante el periodo del 31 de mayo al 14 de junio, para que de ser así se actúe conforme a los procedimientos administrativos correspondientes.

SEGUNDA.

Con base en los resultados presentados respecto al comportamiento de la propaganda federal durante el periodo de campañas electorales, se recomienda informar al Instituto Federal Electoral, a través del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, los resultados obtenidos respecto a la transmisión de spots, y su verificación sobre si aquellos están autorizados por esa autoridad electoral federal, y que en todo caso, tome las medidas conducentes para aquellos spots que fueron transmitidos en tiempos no permitidos.

TERCERA.

Considerando el resultado que arrojan los monitoreos en la transmisión de spots en los medios de comunicación (radio), respecto de las autoridades electorales en este periodo, se desprende que la actuación de la estación “La Voladora” XHECA-FM 97.3 reiteradamente continúa siendo no del todo objetiva, en virtud de que emite descalificaciones hacia las Autoridades Electorales, por lo que se deberá invitar para que apoye al fortalecimiento de la democracia y no a demeritar la imagen de las referidas Autoridades.

Por su parte la estación de radio Súper Estéreo Miled tiene un comportamiento inequitativo en cuanto al número de notas informativas que otorga a cada uno de los actores políticos, teniendo una clara tendencia hacia uno de ellos, por lo que se recomienda cominarla para una mayor equidad entre los mismos.

ANEXO 1

**EJEMPLO DE PAUTA APROBADA POR EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL,
PARA EL PERIODO DE CAMPAÑAS ELECTORALES 2011.**

31 DE MAYO AL 14 DE JUNIO

INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL

**PAUTA DE LOS TIEMPOS DEL ESTADO CORRESPONDIENTES A LOS PARTIDOS POLÍTICOS, INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL Y OTRAS AUTORIDADES ELECTORALES DENTRO DEL PROCESO ELECTORAL LOCAL EN EL ESTADO DE MÉXICO 2011
(PERÍODO DE CAMPANÍA Y VEDA ELECTORAL)**

PERÍODO:	31 DE MAYO AL 14 DE JUNIO DE 2011	PAN	PAN
ENTIDAD:	ESTADO DE MÉXICO	UPT	COALICIÓN "UNIDOS POR TI" (PRI, PVEM Y PNA)
LOCALIDAD:	AMECAMECA, ATLACOMULCO DE FABELA, METEPEC, TEJUPILCO DE HIDALGO, TOLUCA (METEPEC), TULITLÁN, VALLE DE BRAVO, ZUMPAANGO DE OCAMPO	UPM	COALICIÓN "UNIDOS PODEMOS MÁS" (PRD, PT Y CONV)
		AUT	AUTORIDADES ELECTORALES

EMISORA: XHEMC-FM, XEATL-AM, XEGEM-AM, XETEJ-AM, XHGEM-FM, XETUL-AM, XHVAL-FM, XHZUM-FM
FRECUENCIA: 91.7 MHZ., 1520 KHZ., 1600 KHZ., 1250 KHZ., 91.7 MHZ., 1080 KHZ., 104.5 MHZ., 88.5 MHZ.