

La Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión del Instituto Electoral del Estado de México, en su Tercera Sesión Ordinaria celebrada el quince y dieciséis de enero de dos mil quince, aprobó el siguiente:

ACUERDO NÚM. 5

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA EL MONITOREO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS, IMPRESOS E INTERNET DEL INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO DE MÉXICO

ANTECEDENTES

1.- Que el diez de febrero de dos mil catorce, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia política-electoral.

2.- Que el veintitrés de mayo del presente año, se publicó en el Diario Oficial de la Federación, el Decreto por el que se expide la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; y se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral, de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación y de la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos.

3.- Que el veinticuatro de junio de dos mil catorce, se publicó en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado Libre y Soberano de México "Gaceta del Gobierno", el Decreto número 237 expedido por la Diputación Permanente de la H. "LVIII" Legislatura Local, por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México, a efecto de armonizarla con la reforma política-electoral.

4.- Que el veintiocho de junio del año en curso, se publicó en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado Libre y Soberano de México "Gaceta del Gobierno", el Decreto número 248 expedido por la H. "LVIII" Legislatura Local, por el que expide el Código Electoral del Estado de México y abroga el publicado el dos de marzo de mil novecientos noventa y seis.

5.- Que el dieciocho de septiembre de dos mil catorce, se publicó en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado Libre y Soberano de México "Gaceta del Gobierno", el Decreto número 296, por el que se convoca a la ciudadanía del Estado de México y a los Partidos Políticos con derecho a participar, a las elecciones ordinarias para elegir Diputados a la "LIX" Legislatura para el ejercicio constitucional comprendido del cinco de septiembre de dos mil quince al cuatro de septiembre de dos mil dieciocho, y Miembros de los Ayuntamientos, para el periodo constitucional comprendido del uno de enero del año dos mil dieciséis al treinta y uno de diciembre del año dos mil dieciocho.

6.- Que el siete de octubre del año en curso, el Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, celebró sesión solemne por la que dio formal inicio al proceso electoral ordinario 2014-2015, para la elección de los cargos de elección popular referidos en el Resultado anterior.

7.- Que el quince de octubre de la presente anualidad, el Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, celebró sesión extraordinaria en la que aprobó el Acuerdo N° IEEM/CG/63/2014, mediante el cual nombró a los integrantes de las Comisiones del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México; entre estos nombramientos se designó a los integrantes de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión del Instituto, siendo estos la Consejera Electoral Dra. María Guadalupe González Jordán, la Consejera Electoral Mtra. Palmira Tapia Palacios y el Consejero Electoral Mtro. Saúl Mandujano Rubio, este último fue designado como Presidente de la Comisión, como Secretario Técnico de la misma se nombró al Director de Partidos Políticos, Dr. Sergio Anguiano Meléndez.

8.- Que el veinte de octubre de dos mil catorce de la presente anualidad, se celebró la Primera Sesión Ordinaria de la Comisión de Acceso a Medios, Difusión y Propaganda del Instituto, en la cual se instaló la misma dando inicio formal a los trabajos y actividades de su competencia.

9.- En fecha 3 de diciembre de 2014 se circuló a los integrantes de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, el proyecto de Lineamientos de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos, Internet, Alternos y Cine del Instituto Electoral del Estado de México, conteniendo las observaciones y sugerencias que se hicieron llegar a la Secretaría Técnica de dicha Comisión.

10.- En fecha 15 de enero del presente año, en la tercera Sesión Ordinaria de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, se presentó el análisis, discusión y en su caso, aprobación del proyecto de Lineamientos de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos, Internet, Alternos y Cine del Instituto Electoral del Estado de México, aprobándose los mismos.

11.- El 15 de enero se presentaron los proyectos del Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos y Cine del Instituto Electoral del Estado de México y el proyecto de Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del Instituto Electoral del Estado de México. Lo anterior, para los mismos efectos que se señala en el párrafo anterior.

12.- En fecha 16 de enero del año en curso, se prosiguió con la tercera sesión ordinaria, aprobándose el Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos y Cine del Instituto Electoral del Estado de México y el Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del Instituto Electoral del Estado de México, ambos con sus anexos respectivos.

CONSIDERANDOS

- I.** Que de conformidad con lo establecido en el artículo 116, Base IV, incisos b) y c) de la Constitución Federal, el ejercicio de la función electoral, relacionada con las entidades federativas, se deposita en autoridades locales, autónomas en su funcionamiento e independientes en sus decisiones.
- II.** Que en la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México, artículo 11, párrafo primero, se 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 que se realiza a través del Instituto Nacional Electoral y el Organismo Público Electoral del Estado de México, denominado Instituto Electoral del Estado de México, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, y que en el ejercicio de esta función, la certeza, imparcialidad, independencia, legalidad, máxima publicidad y objetividad serán principios rectores.
- III.** Que en el artículo 168 del Código Electoral del Estado de México, se dispone que el Instituto Electoral del Estado de México es el organismo público dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, autónomo en su funcionamiento e independiente en sus decisiones, responsable de la organización, desarrollo y vigilancia de los procesos electorales.
- IV.** Que en el Código Electoral del Estado de México, artículo 169, párrafo primero, se señala que el Instituto Electoral del Estado de México se regirá para su organización, funcionamiento y control por las disposiciones constitucionales relativas, las que emita el Instituto Nacional Electoral, las que le resulten aplicables y las del mencionado Código.
- V.** Que en el Código Electoral del Estado de México, artículo 72, párrafo tercero, se establece que el Consejo General realizará monitoreos cuantitativos y cualitativos y el seguimiento de notas informativas en medios de comunicación impresos y electrónicos 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 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.
- VI.** Que en el Código Electoral del Estado de México, artículo 266, se señala que el Instituto Electoral del Estado de México realizará los monitoreos de medios de comunicación electrónicos e impresos, públicos y privados, durante el periodo de precampaña y campaña electoral, o antes si así 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; servirá para apoyar la

fiscalización de los partidos políticos y para prevenir que se rebasen los topes de campaña. El Instituto podrá auxiliarse de empresas externas para realizar dicho monitoreo. Asimismo, establece que el Instituto realizará monitoreos de la propaganda de los partidos políticos colocada en todo tipo de espacio o equipamiento utilizado para difundir mensajes.

VII. Que en el Código citado en su artículo 183, párrafos primero y segundo, se indica que el Consejo General integrará las comisiones que considere necesarias para el desempeño de sus atribuciones; con tres consejeros designados por el Consejo general con voz y voto, por los representantes de los partidos y coaliciones con voz y un secretario técnico que será designado en función de la Comisión de que se trate.

VIII. Que en el Código Electoral del Estado de México, artículo 183, fracción I, inciso c), se establece como comisión permanente del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México a la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión.

IX. Que en sesión extraordinaria de fecha quince de octubre del año próximo pasado, el Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, aprobó el Acuerdo Número IEEM/CG/63/2014, por el que se nombra a los integrantes de sus Comisiones, estableciendo en el inciso c) del primer acuerdo, la nueva integración para la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, como se señala en el antecedente séptimo del presente acuerdo

X. Que en el Código Electoral del Estado de México, artículo 185, fracción I, se otorgan, entre otras, como atribuciones del Consejo General: expedir los reglamentos interiores, programas, lineamientos y demás disposiciones, que sean necesarios para el buen funcionamiento del Instituto.

XI. Que en el Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, artículo 1.48, fracciones X, se señala, como atribución de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, la de aprobar lineamientos y manuales específicos para la realización de monitoreos cuantitativos y cualitativos a los medios de comunicación electrónicos, impresos, Internet, alternos y cine, tanto públicos como privados, así mismo en la fracción XIV, del mismo artículo, la de elaborar, actualizar, vigilar y dar cumplimiento a los lineamientos, normatividades y demás ordenamientos de la propia Comisión.

Asegurar la equidad en la contienda electoral, de manera que ningún actor político saque ventaja sobre los demás, es el mismo propósito que se advierte tanto en los lineamientos respectivos, como en el Manual motivo del presente Acuerdo, ya que se trata de una herramienta, para materializar el contenido de la norma sustantiva.

Efectivamente la aprobación del citado Manual, concreta la forma cómo han de realizarse una serie de actividades que permiten aterrizar las acciones que mandatan los Lineamientos, de forma que se garantice con ello el equilibrio en la

contienda electoral, para que cada uno de los participantes inicie su intervención con un piso parejo.

De ahí, la necesidad de aprobar un Manual para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet, ya que la emisión de dicha normatividad es requisito necesario para cumplir con los elementos que se requieren a fin de poner en práctica las actividades contemplan en los Lineamientos citados.

XII. Que en el Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, especifica en el último párrafo del artículo 1.3, como una atribución de las comisiones la de proponer al Consejo General, reformas, adiciones, modificaciones, derogaciones y abrogaciones al marco normativo del Instituto relacionado con las materias competencia de esta Comisión para, en su caso, su aprobación y publicación.

XIII. Que la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión del Instituto Electoral del Estado de México considera conveniente derogar el Manual referido en el Antecedente I, y aprobar el “Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del Instituto Electoral del Estado de México”, para dar así cumplimiento a las actividades que legalmente tiene encomendadas.

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

ACUERDO

PRIMERO. La Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión aprueba el “Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del Instituto Electoral del Estado de México”, precisado en el documento anexo al presente Acuerdo, que forma parte del mismo.

SEGUNDO. Se abroga el “Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet, para los Procesos Electorales en el Estado de México”, aprobados por el Consejo General, mediante acuerdo Número IEEM/CG/42/2012, en sesión ordinaria de fecha veintitrés de febrero del año dos mil doce.

TRANSITORIOS

ÚNICO. Túrnese el presente acuerdo a Secretaría Ejecutiva, con la finalidad de que se someta a la consideración definitiva del Consejo General en su próxima sesión.

Así lo resolvieron, por unanimidad de votos los Consejeros Electorales, integrantes de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, con el consenso de los representantes de todos los partidos políticos presentes.

Toluca, México, dieciséis de enero de dos mil quince.

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

(Rúbrica)

**MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO
CONSEJERO PRESIDENTE DE LA COMISIÓN**

(Rúbrica)

**DRA. MARÍA GUADALUPE
GONZÁLEZ JORDAN
CONSEJERA ELECTORAL
INTEGRANTE DE LA COMISIÓN**

(Rúbrica)

**MTRA. PALMIRA TAPIA PALACIOS
CONSEJERA ELECTORAL
INTEGRANTE DE LA COMISIÓN**

(Rúbrica)

**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 Tercera Sesión Ordinaria, celebrada el quince y dieciséis de enero de dos mil quince, por el que se aprueba el “Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del Instituto Electoral del Estado de México”

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA EL MONITOREO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS, IMPRESOS E INTERNET DEL INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO DE MÉXICO

I. Presentación

El presente Manual tiene como finalidad principal establecer las condiciones operativas para que se regule el procedimiento del monitoreo a medios electrónicos, impresos e Internet, bajo una estructura metodológica y temática de la información. Con base en los tiempos asignados por el Instituto Nacional Electoral en cuanto a radio y televisión, permitirá consultar las distintas fases operativas, con la finalidad de vigilar el cumplimiento de la norma en la materia.

El Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet se encuentra estructurado por los apartados metodológico, actividades preliminares, desarrollo o implementación del monitoreo y anexos.

- a) Apartado metodológico: comprende la presentación, el glosario, el objetivo general, los objetivos específicos, la justificación, los alcances y el fundamento legal.
- b) Actividades preliminares.
- c) Desarrollo: comprende los tipos de monitoreo, la auditoría del monitoreo, las variables que deberán ser consideradas en los informes de monitoreo cuantitativo y cualitativo.
- d) Anexos: incluyen el catálogo de medios y las bitácoras de seguimiento.

Además de verificar el cumplimiento del pautado emitido por el Instituto Nacional Electoral aplicable a los medios de comunicación electrónicos.

El monitoreo a los medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet puede ser desarrollado bajo tres condiciones de cumplimiento:

- 1) Puede ser ejecutado directamente por el Instituto.
- 2) Puede ser ejecutado indirectamente, a través de la contratación de una empresa especializada en comunicaciones.
- 3) Puede ser realizado por una institución pública.

El Manual establece las variables y los criterios de evaluación, tanto cuantitativos como cualitativos, objeto de regulación del monitoreo.

II. Glosario

Para los efectos del presente Manual de Procedimientos, se entenderán como:

Actores políticos: partidos políticos, coaliciones, aspirantes a candidatos independientes, precandidatos, candidatos registrados, dirigentes políticos, militantes, afiliados o simpatizantes, así como los servidores públicos.

Autoridades electorales: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Instituto Nacional Electoral, Tribunal Electoral del Estado de México, Instituto Electoral del Estado de México, Tribunal Electoral del Distrito Federal e Instituto Electoral del Distrito Federal.

Autoridades y servidores públicos: las autoridades y los servidores públicos con funciones de mando de cualquiera de los poderes de la Unión, de los poderes locales, los órganos de gobierno municipales, los órganos autónomos y cualquier otro ente público.

Campaña electoral: conjunto de actividades llevadas a cabo por partidos políticos, coaliciones, candidatos registrados, dirigentes políticos, militantes, afiliados o simpatizantes, con la finalidad de solicitar el voto ciudadano a favor de un candidato, fórmula o planilla, para su acceso a un cargo de elección popular, así como de difundir sus plataformas electorales o programas de gobierno.

Catálogo de medios: documento aprobado por la Comisión, que contiene una relación ordenada de cada uno de los medios de comunicación electrónicos (radio y televisión), impresos e Internet.

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

Comité de Adquisiciones: Comité de Adquisiciones, Enajenaciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios del Instituto Electoral del Estado de México.

Consejo General: Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México.

Debate: género argumentativo donde los participantes exponen sus ideas respecto de algún tema desde distintos puntos de vista. Generalmente es moderado por el conductor o reportero.

Dirección: Dirección de Partidos Políticos del Instituto Electoral del Estado de México.

Empresas e instituciones públicas: proveedores especializados que al efecto contrate el Instituto Electoral del Estado de México para la realización del monitoreo de la propaganda de los partidos políticos en medios electrónicos, impresos e Internet.

Entrevista: género descriptivo-narrativo, que da a conocer una situación, un hecho o una personalidad con base en una serie de preguntas y respuestas.

INE: Instituto Nacional Electoral.

Instituto: Instituto Electoral del Estado de México.

Intercampañas: periodo que transcurre del día siguiente al que terminan las precampañas relativas a un cargo de elección popular, al día anterior al inicio de las campañas correspondientes.

Lineamientos: Lineamientos de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos, Internet, Alternos y Cine del Instituto Electoral del Estado de México.

Manual de procedimientos: documento utilizado para la ejecución del monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet, para los períodos de precampañas, intercampañas, campañas, periodo de reflexión y jornada electoral del proceso electoral local respectivo.

Medios de comunicación: los medios de comunicación sujetos a monitoreo son radio, televisión, impresos e Internet.

Medios electrónicos: a las estaciones de radio y canales de televisión que se encuentran incluidos en el catálogo de medios aprobado por la Comisión.

Medios impresos: los diarios y las revistas semanales, quincenales y mensuales que se encuentran incluidos en el catálogo de medios aprobado por la Comisión.

Monitoreo: verificación, con base en la pauta aprobada por el INE, del número de promocionales transmitidos por los actores políticos y las autoridades electorales, en radio y televisión, así como el tratamiento que se da a la información relacionada con las precampañas y las campañas electorales de los actores políticos, en los formatos de programas de radio y televisión para difundir esa información. Además comprende el registro de la propaganda gubernamental desde el inicio del periodo de campañas y hasta la jornada electoral y el seguimiento que se da a la propaganda difundida por los actores políticos en medios impresos e Internet.

Monitoreo cualitativo: análisis sobre el trato que los medios otorguen a los actores políticos y al Instituto en la difusión de las precampañas, las intercampañas, las campañas, el periodo de reflexión y la jornada electoral; se identifica también, si el tratamiento de la información noticiosa es; positivo, negativo o neutro, y se vigila la equidad en la cobertura informativa.

Monitoreo cuantitativo: análisis que mide la cantidad de mensajes promocionales, propagandísticos e informativos que difunden los actores políticos y las autoridades electorales; asimismo, tiene por objeto verificar que los medios otorguen un trato equitativo en la difusión de las precampañas, las campañas, las intercampañas, el periodo de reflexión y la jornada electoral, así como verificar la suspensión de la transmisión de propaganda gubernamental desde el inicio de las campañas electorales, de acuerdo con lo dispuesto en el párrafo segundo del artículo 261 del Código Electoral del Estado de México.

Monitoreo en Internet y sitios web: procedimiento a través del cual se identifican menciones, comentarios, publicaciones, *banners*, audios, videos y cualquier otra pieza de comunicación de los actores políticos en diversas páginas web.

Nota informativa: se trata de un hecho probable o consumado y que, a juicio del periodista, será de gran trascendencia y de interés general. Expone oportunamente un hecho noticioso.

Opinión y análisis en medios impresos: el enunciador interpreta y valora la información.

Partidos políticos: partidos políticos acreditados o con registro ante el Instituto Electoral del Estado de México.

Pauta: documento técnico en el que se distribuye el tiempo, convertido a número de mensajes, que corresponde a los partidos políticos y a las autoridades electorales en un periodo determinado, precisando la estación de radio o el canal de televisión, la hora o el rango en que debe transmitirse cada mensaje y el partido político o autoridad electoral al que corresponde.

Pieza de monitoreo: unidad de análisis que contiene todas las variables, es decir, la fracción o las fracciones generadas por la división de la información presentada a lo largo de la transmisión del programa, el noticario o el servicio informativo. En la nomenclatura de este Manual de Procedimientos, pieza de monitoreo equivale a mención, promocional y nota informativa.

Plazas alternas: las instalaciones que determine la empresa o la institución pública para llevar a cabo la verificación y el monitoreo de los medios de comunicación electrónicos (radio y televisión) e impresos, ubicadas en puntos estratégicos para la cobertura total en el Estado de México.

Precampañas: actos realizados por partidos políticos, dirigentes, aspirantes a candidatos, militantes, afiliados o simpatizantes, en los tiempos establecidos y regulados en el Código Electoral del Estado de México y los estatutos de los partidos políticos, dentro de sus procesos internos de selección de candidatos a los distintos cargos de elección popular.

Presidencia: Presidencia de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión del Instituto Electoral del Estado de México.

Propaganda de precampaña: conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que, durante la precampaña electoral, producen y difunden los partidos políticos, los aspirantes a candidatos y sus simpatizantes, con el propósito de promover y obtener la candidatura a los distintos cargos de elección popular.

Propaganda electoral: conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que, durante la campaña electoral, producen y difunden los partidos políticos o coaliciones, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el propósito de presentar y promover ante la ciudadanía las candidaturas registradas.

Propaganda de autoridades electorales: la que producen las autoridades electorales para la difusión de sus propios fines.

Propaganda gubernamental: la propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan como tal los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno.

Reportaje: género narrativo y expositivo que presenta los hechos, los interrelaciona, los contrasta y los analiza. A través de estas operaciones establece una interpretación, pero no los valora directamente. El reportaje cumple su función con el ofrecimiento de los datos. Atribuye las opiniones a las personas que las mantienen, pero no ofrece las del reportero.

Secretaría Técnica: Dirección de Partidos Políticos, que funge como Secretaría Técnica de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión del Instituto Electoral del Estado de México.

Servidor público: servidores públicos con función de mando en cualquiera de los poderes de la Unión, de los poderes locales, los órganos de gobierno municipales, los órganos autónomos y cualquier otro ente público.

Soporte digital: disco compacto (CD) o disco versátil digital (DVD), disco duro externo, entre otros.

Spot: anuncio propagandístico en audio o video, con una duración de 20 o 30 segundos, en caso de autoridades electorales y de 20 o 30 segundos o uno o dos minutos para el caso de los partidos políticos.

Tarifarios: directorio especializado en medios de comunicación que contiene tablas de precios de publicidad.

Testigo: testimonio en formato digital, en el que se constata la presencia de los actores políticos en los medios de comunicación.

Unidad de Comunicación: Unidad de Comunicación Social del Instituto Electoral del Estado de México.

UTF: Unidad Técnica de Fiscalización del Instituto Electoral del Estado de México.

Valoraciones: se clasifica como información valorada aquella que presenta verbalmente, adjetivos calificativos o frases idiomáticas que se utilizan como adjetivos y que se mencionan por el actor político, el conductor o el reportero del noticario o servicio informativo. En el caso de que la nota informativa o mención no contenga alguna adjetivación, se considerará como neutra.

III. Objetivo general

Desarrollar los procedimientos que permitan garantizar la equidad en la difusión de los actos proselitistas de los actores políticos; apoyar la fiscalización de los partidos políticos y evitar que se rebasen los topes de gastos de precampaña y campaña para partidos políticos, aspirantes a candidatos independientes y candidatos independientes; supervisar, verificar y vigilar la transmisión de las pautas aprobadas por el INE, por parte de los concesionarios y los permisionarios en radio y televisión, así como de los particulares relacionados con los medios impresos e Internet; observando que desde el inicio de las campañas electorales y hasta la conclusión de la jornada electoral se suspenda la difusión de toda propaganda gubernamental, de acuerdo con lo establecido en el párrafo segundo del artículo 261 del Código.

IV. Objetivos específicos

4.1. Establecer los procedimientos para llevar a cabo el monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet.

4.2. Establecer la metodología para el monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet.

4.3. Determinar las características que deberán contener los informes quincenales, extraordinarios y finales.

V. Justificación

El presente Manual se utilizará para implementar los procedimientos en el monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet, que servirán para apoyar en la fiscalización de partidos políticos, aspirantes a candidatos independientes y candidatos independientes.

VI. Alcances

Generar mecanismos para la organización, el desarrollo, el control y la evaluación del monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet durante el proceso electoral local respectivo.

VII. Fundamento legal

7.1. Para el caso de la verificación de la prerrogativa de acceso de los partidos políticos a la radio y televisión, se considerará la siguiente normatividad:

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

Artículo 41, Base III, Apartado B:

Para fines electorales en las entidades federativas, el Instituto Nacional Electoral administrará los tiempos que correspondan al Estado en radio y televisión en las estaciones y canales de cobertura en la entidad de que se trate, conforme a lo siguiente y a lo que determine la ley:

- a) *Para los casos de los procesos electorales locales con jornadas comiciales coincidentes con la federal, el tiempo asignado en cada entidad federativa estará comprendido dentro del total disponible conforme a los incisos a), b) y c) del apartado A de esta base;*
- b) *Para los demás procesos electorales, la asignación se hará en los términos de la ley, conforme a los criterios de esta base constitucional, y*
- c) *La distribución de los tiempos entre los partidos políticos, incluyendo a los de registro local, se realizará de acuerdo a los criterios señalados en el apartado A de esta base y lo que determine la legislación aplicable.*

Cuando a juicio del Instituto Nacional Electoral el tiempo total en radio y televisión a que se refieren este apartado y el anterior fuese insuficiente para sus propios fines, los

de otras autoridades electorales o para los candidatos independientes, determinará lo conducente para cubrir el tiempo faltante, conforme a las facultades que la ley le confiera.

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales

Artículo 160, numeral 1: *El Instituto es la autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a los fines propios del Instituto y a los de otras autoridades electorales, así como al ejercicio de las prerrogativas y derechos que la Constitución y esta Ley otorgan a los partidos políticos y candidatos independientes en esta materia.*

Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral

Artículo 7.

De las bases de acceso a la radio y la televisión en materia política y electoral.

Numeral 3. *El Instituto es la única autoridad competente para ordenar la transmisión de propaganda política o electoral en radio o televisión, para el cumplimiento de sus propios fines, de otras autoridades electorales federales o locales, de los partidos políticos y de los/las candidatos/as independientes de cualquier ámbito.*

7.2. En el ámbito local:

Código Electoral del Estado de México

Artículo 71, párrafo cuarto: *Desde el inicio de las campañas electorales y hasta la conclusión de la respectiva jornada electoral deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental, tanto de las autoridades estatales, como municipales 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 caso de emergencia, y las que al efecto determine el Instituto Nacional Electoral para cada elección.*

...

Artículo 72, párrafo tercero: *El Consejo General realizará monitoreos cuantitativos y cualitativos y el seguimiento de notas informativas en medios de comunicación impresos y electrónicos 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 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.*

En el artículo 185 fracciones XI, XIV y XIX se establecen como atribuciones del Consejo General:

XI. Vigilar que las actividades de los partidos políticos se desarrolle con apego a este Código y cumplan con las obligaciones a que están sujetos;

XIV. Vigilar que en lo relativo a las prerrogativas de los partidos políticos se actúe con apego a este Código, pudiendo en todo caso auxiliarse por el personal profesional que sea necesario;

XIX. Supervisar el cumplimiento de las normas aplicables a los partidos políticos y sus prerrogativas.

Artículo 261 párrafo segundo: *Desde el inicio de las campañas electorales y hasta la conclusión de la jornada electoral, las autoridades estatales y municipales, así como los legisladores locales, deberán suspender la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental. Las únicas excepciones a lo anterior, serán las campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a los servicios educativos y de salud o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia.*

Artículo 266: *El Instituto realizará monitoreos de medios de comunicación electrónicos e impresos, públicos y privados, durante el periodo de precampaña y campaña electoral, o antes si así 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. El monitoreo de medios servirá para apoyar la fiscalización de los partidos políticos y para prevenir que se rebasen los topes de campaña. El Instituto podrá auxiliarse de empresas externas para realizar dicho monitoreo.*

El Instituto realizará monitoreos de la propaganda de los partidos políticos colocada en todo tipo de espacio o equipamiento utilizado para difundir mensajes.

El resultado de los monitoreos se harán públicos en los términos que determine el Consejo General.

Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México

Artículo 1.46. *La Comisión tendrá como objeto atender lo relacionado con el acceso del Instituto, de los partidos políticos, y en su caso, de los candidatos independientes, a los medios de comunicación, conforme a las normas establecidas en el Apartado B, de la base III del artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el artículo 12 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México, los artículos 70, 71, 72, 149 y 150 del Código, los acuerdos y demás determinaciones que emita el Instituto Nacional Electoral y lo que disponga el Consejo General; realizar monitoreos de medios de comunicación electrónicos e impresos, públicos y privados, así como de la propaganda colocada en todo tipo de espacio o equipamiento utilizado para difundir mensajes, durante el periodo de precampañas, intercampañas y campañas electorales, o antes si así lo solicita un partido político, con el fin de garantizar la equidad en la difusión de los actos proselitistas, apoyar la fiscalización de los partidos políticos y candidatos independientes y prevenir que se*

rebasan los topes de gastos de precampaña y campaña; supervisar y en su caso actualizar el Plan de Medios del Instituto; así como llevar a cabo la organización de dos debates obligatorios entre los candidatos a Gobernador y procurar la realización de por lo menos un debate entre los candidatos a diputados y candidatos a presidentes municipales en cada distrito o municipio de la Entidad.

Artículo 1.48. *La Comisión tendrá las siguientes atribuciones:*

I. *Vigilar el acceso de los partidos políticos e Instituto, a la radio y televisión, conforme a las normas establecidas en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México, la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, Ley General de Partidos Políticos y el Código Electoral del Estado de México.*

IV. *Realizar, supervisar y vigilar monitoreos a medios de comunicación electrónicos, alternos, impresos, Internet y Cine relativos a la propaganda política y electoral de los partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes, informando periódicamente al Consejo General, 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;*

IX. *Realizar monitoreos, en los medios de comunicación social, respecto de la propaganda gubernamental, tanto de las autoridades federales, estatales, como municipales y cualquier otro ente público; desde el inicio de las campañas electorales y hasta la conclusión de la jornada electoral;*

X. *Aprobar lineamientos y manuales específicos para la realización de monitoreos cuantitativos y cualitativos a los medios de comunicación electrónicos, impresos, Internet, alternos y cine, tanto públicos como privados, debiendo rendir informes quincenales al Consejo General sobre tales monitoreos para coadyuvar con las instancias correspondientes en la revisión de gastos de precampaña y campaña electoral;*

XIV. *Elaborar, actualizar, vigilar y dar cumplimiento a los lineamientos, normatividades y demás ordenamientos de la propia Comisión;*

Lineamientos de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos, Internet, Alternos y Cine del Instituto Electoral del Estado de México.

Artículo 1. *Los presentes lineamientos son disposiciones de orden público que rigen los diversos Monitoreos que realizará el Consejo General y que tienen sustento legal en las disposiciones contenidas en el Código Electoral del Estado de México.*

El monitoreo es el seguimiento especializado, cuantitativo y cualitativo, que realiza el Instituto Electoral del Estado de México a los medios de comunicación electrónicos, impresos, internet, utilizados para difundir propaganda relacionada con los procesos electorales en el Estado de México; así como, el seguimiento a la propaganda difundida por los partidos políticos, coaliciones, aspirantes a candidatos independientes, precandidatos, candidatos registrados, dirigentes políticos, militantes, afiliados o simpatizantes en medios alternos y cine, en el que se identifica, registra,

captura, procesa y presenta la información recopilada.

Artículo 2. Los presentes lineamientos tienen como objeto, desarrollar los procedimientos del monitoreo que coadyuven a garantizar la equidad en la difusión de los actos proselitistas de los partidos políticos, coaliciones, precandidatos y candidatos; supervisar, verificar y vigilar la transmisión de las pautas aprobadas por el Instituto Nacional Electoral, por parte de los concesionarios y permisionarios en radio y televisión; vigilar los medios de comunicación electrónicos, impresos y alternos donde difunden su propaganda política y electoral los partidos políticos, coaliciones, precandidatos y candidatos, lo que servirá para apoyar en la fiscalización de los partidos políticos y coaliciones y evitar que se rebasen los topes de gastos de precampaña y campaña; así como observar que desde el inicio de las campañas electorales y hasta la conclusión de la jornada electoral se suspenda la difusión de toda propaganda gubernamental, de acuerdo a lo establecido en el artículo 71 párrafo cuarto del Código.

Supervisar que los debates públicos que sean transmitidos por los medios de comunicación, se ciñan a la normatividad aplicable en la materia.

De acuerdo a los fines del monitoreo garantizar la equidad en la difusión de los actos proselitistas de los partidos políticos, coaliciones, y candidatos.

Artículo 3. Serán sujetos de monitoreo en los Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos, Internet, Alternos y Cine, los partidos políticos, precandidatos, ciudadanos que aspiren a ser candidatos independientes, coaliciones, candidatos registrados, dirigentes políticos, militantes, afiliados, simpatizantes, autoridades federales, estatales y municipales; durante el periodo de precampaña, intercampaña, campaña, reflexión y jornada electoral.

Artículo 5. La Comisión por instrucción del Consejo General será la responsable de los monitoreos a los Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos, Internet, Alternos y Cine.

Para el caso del Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet, se efectuará a través de la contratación de una empresa o Institución Pública o por quién la Comisión disponga.

...

Dichos Monitoreos se realizarán de acuerdo con lo establecido en el artículo 266 del Código, los presentes Lineamientos y los Manuales de Procedimientos respectivos.

Artículo 13. Para la ejecución de los monitoreos, se tomarán en cuenta las siguientes modalidades de propaganda:

- a) Política.
- b) Electoral.
- c) Gubernamental (Federal, Estatal y Municipal).
- d) De autoridades electorales.

Artículo 14. Para la realización del monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet, el Instituto se podrá auxiliar de empresas e instituciones públicas especializadas y con experiencia en esta actividad, que necesariamente deberán ajustarse a la metodología aprobada por la Comisión para cumplir con el objeto y cláusulas establecidos en el contrato de prestación de servicios, así como de los objetivos y fines de los presentes lineamientos.

Artículo 27. El universo del monitoreo cualitativo abarcará la programación y contenido de los medios de comunicación que tienen cobertura en el Estado de México.

Se realizará el monitoreo de la información noticiosa en radio, televisión, medios impresos e Internet que generen los actores políticos y que emitan declaraciones que produzcan notas informativas, artículos, entrevistas, participación ciudadana, fotografías y caricaturas que hagan referencia al proceso electoral local respectivo.

El monitoreo cualitativo deberá identificar el tratamiento positivo, negativo o neutro de la información que generen, los actores políticos a los que se haga mención, en términos de las expresiones, adjetivos calificativos o expresiones idiomáticas utilizadas.

Artículo 30. El monitoreo a medios de comunicación electrónicos en precampañas, intercampañas, campañas, periodo de reflexión y jornada electoral se realizará con base en el catálogo de medios que determine la Comisión y en la metodología correspondiente que apruebe al seno de la misma y posteriormente por el Consejo General.

Artículo 31. Los monitoreos a la radio y televisión, se efectuarán diariamente en los horarios comprendidos entre las 06:00 y las 24:00 horas, tomando como base las pautas, catálogo de medios y mapas de cobertura aprobados por el INE.

VIII. Actividades preliminares

Seguimiento e informe de los acuerdos del Consejo General del INE, sobre los criterios de asignación y distribución de tiempos en radio y televisión a partidos políticos, candidatos independientes, coaliciones y autoridades electorales.

- 8.1. Obtención de los acuerdos del Comité de Radio y Televisión del INE.
- 8.2. Actualización del Manual de Procedimientos.
- 8.3. Elaboración del cronograma de actividades relativas al monitoreo.
- 8.4. Para el desarrollo del monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet, la Comisión solicitará a la Unidad de Comunicación elabore el Catálogo de Medios, tomando en cuenta el tiraje en medios impresos, la cobertura de las estaciones de radio y canales de televisión, así como la relación de los sitios más visitados de Internet en términos de lo que establecen los artículos 30, 34 y 36 de los Lineamientos. Asimismo, la Comisión podrá, en su momento, determinar monitorear algún otro medio de comunicación que no esté contemplado en dicho Catálogo.

8.5. De la contratación del servicio.

- 8.5.1. La Comisión, a través de la Dirección, solicitará al Comité de Adquisiciones, la contratación del servicio de monitoreo, conforme a lo establecido en la Normatividad y Procedimientos para la Administración de los Recursos del Instituto Electoral del Estado de México.
- 8.5.2. El Comité de Adquisiciones llevará a cabo el procedimiento adquisitivo correspondiente para la contratación de la empresa o institución pública que realizará el monitoreo, seleccionando la propuesta que brinde al Instituto las mejores condiciones disponibles en cuanto a precio, calidad, financiamiento, oportunidad y demás circunstancias pertinentes, bajo los siguientes criterios:
 - a) Monitorear los medios de comunicación: radio, televisión, impresos e Internet. Para el caso de radio y televisión se deberá monitorear la barra programática de las 6:00 a las 24:00 horas, los siete días de la semana.
 - b) Ajustarse a los Lineamientos y Manual de Procedimientos, al Catálogo de Medios, así como a lo que determine la Comisión.
 - c) Contar con sistemas automatizados propios para el procesamiento y almacenamiento de la información generada a partir del monitoreo que se realice a la programación de las estaciones de radio, canales de televisión, las inserciones e información en las páginas electrónicas, además de las inserciones de prensa, notas informativas, con base en lo señalado en el Catálogo de Medios.
 - d) Contar con capacidad técnica y económica para la instalación y operación de plazas alternas en lugares adecuados que garanticen la privacidad y confidencialidad de la información.
 - e) Contar con plantas generadoras de electricidad que garanticen la no interrupción de la actividad del monitoreo.
 - f) Digitalizar el producto generado por la empresa o institución pública.
 - g) Contar con personal suficiente, calificado y con experiencia en el manejo y procesamiento de la información generada en el monitoreo.
 - h) Asignar a un encargado que esté en coordinación permanente con la Dirección y al pendiente de toda la actividad del monitoreo, para detectar posibles necesidades que se pudieran atender por parte de la empresa.
 - i) Contar con el soporte y colaboración conjunta de un especialista acreditado en materia político-electoral para el desarrollo de sus servicios y producción de los insumos que genere.
 - j) Aceptar supervisión directa y continua por parte del personal del Instituto.

- k) Generar una página web exclusiva para la información del monitoreo, donde se puedan consultar, en todo momento y con la debida oportunidad: los testigos (por tipo de medio, partido político o coalición, autoridad electoral y autoridad gubernamental y actor político), los informes quincenales, finales y extraordinarios, así como los reportes a detalle y de la misma forma el comparativo del pautado correspondiente aprobado por el INE con lo realmente transmitido; con el control de acceso, seguridad y confidencialidad establecidos previamente entre la empresa y la Comisión.
- l) Proporcionar los informes ejecutivos y reportes a detalle productos del monitoreo, de acuerdo con las características previstas en este Manual de Procedimientos, almacenados en soporte digital, así como el análisis comparativo entre las pautas aprobadas por el INE y lo transmitido en radio y televisión, además un ejemplo de cada versión del testigo observado durante el periodo correspondiente.
- m) Contar con servidores para el almacenamiento y respaldo de la información producto del monitoreo en todo momento, así como mantener los testigos hasta que lo determine la Comisión.
- n) Definir los costos unitarios tomando como indicadores los tarifarios que aporte la empresa o institución pública contratada, los cuales en ningún caso podrán ser vinculantes. Los resultados de este apartado serán entregados por separado a la Presidencia, la cual los hará del conocimiento de la UTF.
- o) Tener en cuenta, en la propuesta técnica, el Catálogo de Medios aprobado por la Comisión.
- p) Aceptar que la información, los datos y los resultados del monitoreo son propiedad del Instituto.
- q) Respetar la confidencialidad de la información que tenga en su poder, en el entendido de que el incumplimiento de esta obligación será motivo suficiente para exigirle el resarcimiento de los daños y perjuicios que por esta conducta cause.
- r) La forma de pago para el servicio de monitoreo será la siguiente: un primer pago correspondiente al 30% a la firma del contrato; un segundo pago equivalente al 20% a la rendición del informe final de precampañas; un tercer pago equivalente al 20% a la rendición del informe final de intercampañas.
 - i. El pago final del 30% se efectuará una vez rendido el informe final a entera satisfacción de la Comisión, así como del Consejo General.
 - ii. Será obligación de la empresa entregar a la Dirección el informe final y la totalidad de los testigos en soporte digital, conforme a las características previstas en este Manual de Procedimientos.

8.5.3. La elaboración del contrato se realizará de acuerdo con la normatividad y bases para la prestación del servicio.

- 8.5.4. Para efectos de precedentes para la contratación de la empresa o institución pública, la Secretaría Técnica, en coordinación con el Comité de Adquisiciones y la Dirección Jurídico-Consultiva deberá elaborar una ficha técnica, la cual contendrá los siguientes datos:
- 8.5.4.1. No haber sido sancionada administrativamente por este Instituto u otros organismos electorales, ni judicialmente, además de no estar boletinada.
- 8.5.4.2. Acreditar experiencia mediante trabajos de monitoreo a medios electrónicos, impresos e Internet o trabajos similares.
- 8.5.4.3. Acreditar su trayectoria profesional con al menos tres años de haber sido constituida la empresa o erigida la institución pública.
- 8.5.4.4. Acreditar oficinas permanentes; equipos y mobiliario propio.
- 8.5.4.5. Acreditar capacidad económica y financiera.
- 8.5.4.6. Acreditar la capacidad tecnológica y técnica de los equipos y personal ejecutivo, así como operativo.
- 8.6. La Dirección deberá elaborar el catálogo a nivel nacional de las empresas o instituciones públicas susceptibles a ser contratadas para realizar el monitoreo a medios electrónicos, impresos e Internet, mismo que será remitido a la Dirección de Administración del Instituto, como instrumento de apoyo para el procedimiento adquisitivo correspondiente.
- 8.7. La Secretaría Técnica informará a los integrantes de la Comisión, el listado de las empresas o instituciones públicas que adquirieron las bases.
- 8.8. La Comisión realizará visitas a las instalaciones de las empresas o instituciones públicas, una vez que hayan presentado sus propuestas ante el grupo de trabajo del Comité de Adquisiciones, para verificar que cuenten con la infraestructura necesaria y suficiente para realizar el monitoreo.
- 8.9. La Comisión determinará lo conducente en los casos en que deba celebrarse un convenio de colaboración con una institución pública.

IX. Desarrollo o implementación del monitoreo

- 9.1. Recopilación y seguimiento de la información.

- 9.1.1 La empresa o institución pública deberá contar con un servidor de base de datos que permita el almacenamiento (archivo histórico) de toda la información generada durante el monitoreo, y así puedan ser consultados, desde la página web creada para tal fin, todos los testigos del monitoreo; los informes ejecutivos, quincenales, finales y extraordinarios una vez que sean rendidos ante la Comisión, los reportes a detalle

correspondientes; así como el análisis comparativo entre lo pautado con respecto a lo transmitido, por tipo de medio, actor político, partido político o coalición y en su caso candidato independiente, en forma cronológica.

- 9.1.2 El sistema permitirá la impresión y descarga de la información relativa al monitoreo, para tal efecto, la empresa o institución pública entregará con toda oportunidad a la Presidencia las claves de acceso a la página y ésta, a su vez, las distribuirá a los integrantes de la Comisión y a la UTF.
- 9.1.3 Para llevar a cabo el seguimiento de las precampañas, intercampañas, campañas electorales, periodo de reflexión y jornada electoral se monitorean los medios de comunicación contenidos en el catálogo de medios, durante la barra programática de las 6:00 a las 24:00 horas, los siete días de la semana en los siguientes rubros, según corresponda:
 - a) Propaganda política.
 - b) Propaganda electoral.
 - c) Propaganda gubernamental.
 - d) Propaganda de autoridades electorales.
- 9.1.4 Serán susceptibles de monitoreo los promocionales y menciones que hagan alusión a los actores políticos y al respectivo proceso electoral del Estado de México.
- 9.1.5 Se monitoreará cualquier anuncio o mención sobre precampañas, intercampañas, campañas, periodo de reflexión y jornada electoral de los precandidatos, candidatos de cada partido político o coalición y candidatos independientes a puestos de elección popular en el Estado de México, así como cualquier aparición de los mismos en los espacios que difunden noticias, independientemente del tema que traten y la manera en que sean presentados.
- 9.1.6 En caso de notas compartidas donde aparezcan menciones de dos o más actores políticos, la contabilización se hará para todos los que participen en la nota.
- 9.1.7 La Dirección será el canal de comunicación entre el Instituto y la empresa, a fin de que se transmitan los requerimientos, observaciones y dudas de la Comisión de manera correcta.
- 9.1.8 La Comisión, por sí o a través de la Secretaría Técnica, supervisará de manera continua la labor del monitoreo desarrollado por la empresa o institución pública, mediante visitas a sus instalaciones, de las que elaborará una bitácora conforme a las actividades que se consideren oportunas.
- 9.1.9 La Comisión establecerá los términos en los cuales se realizará una serie de visitas de inspección por parte de los integrantes de la Comisión, a las sedes de la empresa con el fin de verificar los trabajos realizados.

9.2. El producto del monitoreo requerido por el Instituto.

- 9.2.1 Los informes deberán ser digitalizados.
- 9.2.2 La integración de los contenidos de los informes deberá ser ejecutiva, además de los reportes a detalle (base de datos).
- 9.2.3 Cualquier cambio deberá ser reportado a la Presidencia y a la Secretaría Técnica a la brevedad, con la finalidad de no sesgar la información.
- 9.2.4 Los informes deberán ser quincenales y finales, ajustándose al calendario previsto en el contrato y, en su caso, los informes extraordinarios, que solicite la UTF.
- 9.2.5 Los informes serán cuantitativos y cualitativos.
- 9.2.6 Los informes deberán presentar tablas y gráficas para apoyar e ilustrar la información; mismos que deberán ser almacenados en soporte digital.
- 9.2.7 El análisis comparativo del pautado aprobado por el INE del proceso electoral local, con relación a lo transmitido en radio y televisión, deberá mostrar las diferencias entre spots pautados, transmitidos, omitidos, fuera de pauta y adicionales.
- 9.2.8 Los informes deberán ser armados tomando en cuenta todas las variables previstas en el presente Manual de Procedimientos.
- 9.2.9 La información que se vaya generando, además de la que se pueda consultar desde la página web, deberá contar con una impresión y resguardo de todo su contenido en general.

9.3. De las características de los informes.

- 9.3.1 La empresa o institución pública deberá presentar informes quincenales, finales, así como extraordinarios, por tipo de medio de comunicación, partido político o coalición y en su caso candidato independiente, autoridad electoral, autoridad gubernamental y actor político.
- 9.3.2 La empresa o institución pública deberá tomar en cuenta, para la elaboración y presentación de los informes ejecutivos, la siguiente estructura: índice, presentación, metodología, monitoreo cualitativo, cuantitativo y conclusiones.
- 9.3.3 Los informes ejecutivos deberán ser analíticos, cuantitativos y cualitativos, claros, concretos y precisos, reflejando la presencia de los actores políticos y autoridades electorales, así como la propaganda gubernamental en los medios de comunicación, presentando tablas de tiempos utilizados por las emisoras de radio y canales de televisión en donde se indiquen: número de impactos, la adjetivación, número de menciones, versión del promocional, tiempo asignado y espacio, presentando gráficas por cada tópico requerido y cuadros comparativos que garanticen la fácil comprensión de la información, mismos que deberán contener una explicación concisa de los elementos registrados; asimismo, se deberá realizar el análisis comparativo entre lo

pautado y lo transmitido en las estaciones de radio y canales de televisión, con base en el catálogo de medios aprobado por el INE.

La empresa deberá realizar un apartado del seguimiento de las precampañas, intercampañas, campañas, periodo de reflexión y jornada electoral, de los partidos políticos, coaliciones y en su caso candidatos independientes, por tipo de medio de comunicación, versión del promocional y número de impactos, presentándolos de manera individual y colectiva.

- 9.3.4 Además, los informes deberán contener reportes a detalle (base de datos) de la información detectada, conforme a los anexos de este Manual de Procedimientos que al efecto sean aprobados por la Comisión.
- 9.3.5 Se deberá verificar y constatar, previo a la entrega de los informes, que los datos y la información contenida en los mismos, sean coherentes y se eviten errores o confusiones.
- 9.3.6 Las conclusiones que presente la empresa o institución pública en los informes respectivos deben contener información sustantiva, estableciendo una jerarquía, de acuerdo con la importancia del tema.
- 9.3.7 Si derivado del monitoreo se desprende alguna inequidad en el actuar de los medios de comunicación electrónicos e impresos durante el proceso electoral local respectivo, la Comisión exhortará de manera inmediata a que mantengan la equidad.

9.4. Informes extraordinarios.

- 9.4.1 A solicitud expresa de los integrantes de la Comisión o de la UTF, la Secretaría Técnica requerirá a la empresa o institución pública por escrito, los informes extraordinarios del monitoreo, debiendo entregarlos dentro de los dos días naturales siguientes al requerimiento.

9.5. Presentación de resultados.

- 9.5.1 Apoyada en la empresa o institución pública, la Comisión informará periódicamente al Consejo General sobre los informes quincenales, finales y extraordinarios del monitoreo.
- 9.5.2 Los informes quincenales y finales deberán contener una valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados, así como las recomendaciones que se estimen conducentes por parte de la Comisión.
- 9.5.3 Los informes quincenales, finales y extraordinarios deberán entregarse en forma impresa y en soporte digital, con informes ejecutivos analíticos, cuantitativos y cualitativos, reportes a detalle de la información, de los cuales deberá hacer dos versiones: la primera que contenga la estimación de costos unitarios y totales de los medios impresos e Internet, la cual será entregada al Presidente de la Comisión en sobre cerrado y sellado; la segunda versión sin la estimación de costos, será

entregada a la Secretaría Técnica en 30 ejemplares para convocar a los integrantes de la Comisión, acompañando cada ejemplar con el soporte digital correspondiente. Ambas versiones se entregarán a través de Oficialía de Partes del Instituto.

- 9.5.4 En caso de que la Comisión detecte errores en los informes presentados por la empresa o institución pública, no se darán por rendidos, procediendo a regresarlos, con escrito de por medio, a efecto de que sean corregidos y presentados nuevamente ante la Comisión. En caso de ser reiterativas las fallas de la empresa o institución pública, la Comisión solicitará se inicie el procedimiento que conforme a derecho corresponda.
- 9.5.5 Una vez concluidos los trabajos de monitoreo, la empresa o institución pública deberá remitir toda la información capturada y segmentada por tipo de medio, partido político o coalición y en su caso candidato independiente, autoridad electoral, autoridad gubernamental y actor político, así como sus testigos debidamente clasificados, todo deberá estar guardado en un disco duro externo.

X. Tipos de monitoreo

10.1. Monitoreo cuantitativo.

- 10.1.1. Este tipo de monitoreo tiene la característica de permitir al Instituto conocer de manera descriptiva la cantidad de impactos, inserciones y notas informativas en los medios de comunicación.
- 10.1.2. Se deberán monitorear tanto los medios de comunicación impresos y electrónicos nacionales y estatales como los escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones en audio y video, proyecciones, publicidad virtual en Internet y las expresiones que, durante la precampaña, intercampaña, campaña, periodo de reflexión y jornada electoral, producen y difunden los actores políticos, autoridades electorales y gubernamentales, de acuerdo con lo siguiente:
 - a) La propaganda gratuita o pagada que los actores políticos, autoridades electorales y gubernamentales difundan en los medios de comunicación.
 - b) La información vertida por los actores políticos que emitan declaraciones en tal carácter y aquella relacionada con el proceso electoral.
 - c) Las noticias generadas por servidores públicos municipales, estatales o federales únicamente cuando el actor directo emita una declaración en el ámbito del proceso electoral estatal y sobre un tema de interés partidista estatal.
 - d) La información de tipo editorial vertida en columnas políticas o editoriales de los medios impresos, así como los diversos géneros periodísticos mediante los cuales es posible manejar la información (entrevista, reportaje, crónica, columna, artículo, noticia, editorial, análisis y ensayo, entre otros).

- e) Fotografías, caricaturas, publicidad virtual en Internet y televisión que hagan referencia directa a los actores políticos, servidores electorales y servidores públicos municipales, estatales o federales, solamente cuando hagan mención del proceso electoral estatal.

10.2. Monitoreo cualitativo.

10.2.1. El monitoreo cualitativo tiene la finalidad de permitir al Instituto contar con un enfoque analítico de la información que difunden los medios de comunicación, al obtener información estratégica para conocer, entre otros elementos, su tendencia, la equidad en la contienda; así como conocer el tiempo y espacio dedicado en los noticiarios o servicios informativos que difundan información relacionada con los actores políticos y el proceso electoral.

10.2.2. En el caso del monitoreo cualitativo, el sistema de la información deberá contar con un análisis de la información reportada, síntesis informativa junto con el testigo, mismo que pueda ser consultado en la página electrónica creada por la empresa para los fines del presente monitoreo. En el monitoreo se atenderá la información que haga referencia explícita a los actores políticos, autoridades gubernamentales y electorales que participan en el proceso electoral en el Estado de México, lo que incluye:

- a) Información sobre acontecimientos y declaraciones de dirigentes partidistas cuando éstos se refieran a temas de precampaña, intercampaña y campaña electoral o cuando el emisor sea el propio partido, coalición, sus precandidatos o candidatos, aun en el caso de que se consideren otros temas.
- b) La empresa o institución pública seleccionará la información que se difunda en las precampañas, intercampañas, campañas, periodo de reflexión y jornada electoral de cada uno de los actores políticos, autoridades electorales, servidores públicos federales, estatales o municipales o sobre el proceso electoral local, en medios electrónicos, impresos e Internet, realizando valoraciones del contenido, clasificándola como positiva, negativa o neutra, teniendo en cuenta los criterios metodológicos que se enuncian a continuación:

Método para evaluar “Valoración de la información”:

1. Se contabilizará el número de piezas de monitoreo que presentaron alguna valoración expresada mediante algún adjetivo calificativo o frase idiomática utilizada como adjetivo explícito hacia el actor político. Se contabilizará también el número de piezas de monitoreo que no tuvieron ninguna adjetivación, las cuales se considerarán como piezas neutras.
2. De la información que presentó alguna adjetivación, implicación o calificación, se deberá distinguir entre aquéllas que fueron negativas y aquéllas que fueron positivas.
3. Adicionalmente, se deberá contabilizar el tiempo que representaron el número de menciones valoradas como positivas, negativas o neutras.

4. Se clasifica como información positiva o negativa aquella que presente verbalmente adjetivos calificativos y/o frases idiomáticas que se utilicen como adjetivos y sean mencionadas por el actor político, conductor o reportero del noticiero o servicio informativo, locutores o cualquier voz en off.
5. En consideración y respeto a los principios de la libertad de expresión, la información clasificada como propia del género “opinión y análisis, así como debate” no será sujeta de monitoreo.
6. Las valoraciones se medirán en relación con los géneros periodísticos, excepto el de opinión y análisis, así como debate. Así, el tiempo total de valoraciones será equivalente al tiempo total de las piezas de monitoreo menos aquellas de opinión y análisis, y debate. En adición, también será contabilizado el tiempo de exposición o dedicado a los actores políticos en todos los géneros para fines del monitoreo.
7. Las valoraciones por partido político o coalición serán diferentes a las menciones por partido o coalición, ya que en una pieza de información pueden mencionarse distintos partidos políticos o coaliciones sin que todos ellos sean valorados, o bien, pueden valorarse partidos o coaliciones más de una vez dentro de la misma pieza.
8. Tipos de valoración. Se clasifican como positivas, negativas o neutras de acuerdo a los siguientes criterios:

Positiva: cuando la mención presente adjetivos o frases idiomáticas que se utilicen como adjetivos y que favorezcan al actor político aludido, se emitan juicios de valor favorables de los mismos o cuando se resalten sus actos por medio de adjetivos positivos.

Negativa: cuando la mención presente adjetivos o frases idiomáticas que se utilicen como adjetivos y que perjudiquen al actor político aludido, se emitan juicios de valor desfavorables a éstos o se resalten sus actos por medio de adjetivos negativos.

Neutra: cuando sólo se presente la información de los hechos de manera objetiva, sin mostrar valoración alguna.

La empresa o institución pública deberá presentar los elementos que tomará en consideración para la clasificación de la valoración.

- c) En el monitoreo cualitativo también será necesario considerar, los siguientes elementos:

Objetividad: el apego fiel a los hechos relacionados con los actores políticos y el proceso electoral en la difusión de la información en los noticiarios o servicios informativos.

Equidad: igualdad en la cantidad de tiempos y espacios que se otorgan a los partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes. También se atenderá el orden de presentación de la información relativa a las precampañas, intercampañas, campañas, periodo de reflexión y jornada electoral, tomando en cuenta el contenido y alcance de la información en los noticiarios o servicios informativos, relacionada con los actores políticos y el proceso electoral, de tal manera que haya una evaluación objetiva para todos los partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes en la jerarquización de la información.

Calidad uniforme en el manejo de la información: verificar si en los noticiarios o servicios informativos, de radio y televisión, así como en los espacios en los medios impresos, se difunden las actividades de los actores políticos, de las precampañas, intercampañas y campañas electorales, atendiendo a los criterios de uniformidad en el formato y en la calidad de los recursos técnicos utilizados por los medios de comunicación.

La empresa o institución pública deberá proporcionar información que sirva de base a la Comisión para realizar una valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados y llevar a cabo el análisis respectivo.

Tiempo de transmisión y espacio publicado: el tiempo y espacio que se destine a la información noticiosa sobre las precampañas, intercampañas y campañas electorales de los actores políticos dentro del noticiario, servicio informativo o medio impreso.

XI. Auditoría al monitoreo

Durante el desarrollo del monitoreo, la Comisión podrá llevar a cabo los procedimientos necesarios para la auditoría al trabajo que realice la empresa o institución pública, con el propósito de observar la correcta aplicación de los Lineamientos y del presente Manual de Procedimientos.

XII. Variables que deberán ser consideradas en los informes del monitoreo cuantitativo

Se deberán identificar y cuantificar los impactos propagandísticos, patrocinios o inserciones en medios electrónicos, medios impresos e Internet sobre los actores políticos y el proceso electoral.

12.1 Medios electrónicos

12.1.1. Radio

- 12.1.1.1. N°. Se otorgará un número consecutivo a cada promocional, de acuerdo con el orden cronológico de aparición.
- 12.1.1.2. Fecha. Fecha de transmisión en formato día, mes y año (dd/mm/aaaa).
- 12.1.1.3. Hora. Hora de transmisión, se asienta el inicio del promocional en el formato de horas, minutos y segundos (00:00:00).
- 12.1.1.4. Tipo de promocional. Tipo de promocional transmitido (independientemente de que la transmisión se realice a través de estaciones de origen o repetidoras).
- a) *Spot.*
 - b) Mención.
- 12.1.1.5. Nombre de la estación. Nombre de la estación donde se presentó el promocional.
- 12.1.1.6. Frecuencia. Número de frecuencia en que se transmite la estación de radio.
- 12.1.1.7. Siglas. Siglas de identificación de la estación.
- 12.1.1.8. Banda. Banda donde transmite la estación.
- 12.1.1.9. Grupo. Grupo radiofónico al que pertenece la estación.
- 12.1.1.10. Localización. La empresa deberá precisar el lugar donde se localiza el medio.
- a) Estado de México.
 - b) Distrito Federal.
 - c) Otra entidad (especificar cuál).
- 12.1.1.11. Plaza. Instalación donde se capta la señal de la estación.
- 12.1.1.12. Cobertura. Cobertura de transmisión de la estación, especificando si es nacional, estatal, local y de otras entidades que por su cobertura influyen al electorado estatal.
- 12.1.1.13. Programa. Nombre del programa o de los programas entre los que se transmitió el *spot*, se realizó la mención o se escuchó la entrevista.
- 12.1.1.14. Nivel de audiencia. Instrumentos o informes reconocidos por la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI), que auxilien a los objetivos de monitoreo.
- 12.1.1.15. Nombre del actor.
- 12.1.1.16. Candidatura. Tipo de candidatura por la que se postula el precandidato, candidato, o candidato independiente.

- a) Gobernador.
- b) Diputado local.
- c) Miembros de ayuntamientos.

12.1.1.17. Distrito. El número de distrito por el que contiene el precandidato o candidato a diputado.

12.1.1.18. Municipio. Nombre del municipio por el que contiene el precandidato o candidato a miembro del ayuntamiento.

12.1.1.19. Partido político, coalición, candidato independiente, autoridad electoral o gubernamental.

12.1.1.20. Identificación de la versión transmitida. Denominación mediante la cual la empresa o institución pública clasifica cada versión de los promocionales.

12.1.1.21. Duración. Tiempo de duración del promocional transmitido en formato de minutos y segundos (00:00).

12.1.1.22. Modalidad de propaganda:

- a) Política.
- b) Electoral.
- c) Gubernamental.
- d) De autoridades electorales.

12.1.1.23. Verificación de la pauta. La empresa o institución pública deberá especificar lo siguiente:

- a) Si cumple: cuando el *spot* se transmite en el horario designado.
- b) Adicional: cuando se detecta que se transmitió un número mayor de *spots* al pautado.
- c) Omitido: cuando se verifica que se transmitió un número menor de *spots* al pautado.
- d) Fuera de pauta: cuando se identifica que un *spot* fue transmitido en el día pautado pero en un horario distinto al designado.

12.1.1.24. Además de las variables que la empresa o institución pública proponga, previa autorización de la Comisión.

12.1.2. Televisión

12.1.2.1. N°. Se otorgará un número consecutivo a cada promocional de acuerdo con el orden cronológico de aparición.

12.1.2.2. Fecha. Fecha de transmisión en formato día, mes y año (dd/mm/aaaa).

12.1.2.3. Hora. Hora de transmisión, se asienta el inicio del promocional en el formato de horas, minutos y segundos (00:00:00).

12.1.2.4. Tipo de promocional. Tipo de promocional transmitido (independientemente de que la transmisión se realice a través de canales de televisión de origen o repetidoras).

- a) *Spot*.
- b) Mención.
- c) Cintillo.
- d) Publicidad virtual.
- e) Publicidad fija de vallas en estadios.
- f) Exposición del emblema del partido político, o coalición o del candidato independiente.

12.1.2.5. Grupo. Grupo televisivo al que pertenece el canal.

12.1.2.6. Nombre del canal. Nombre del canal donde se presentó el promocional.

12.1.2.7. Número de canal. Número del canal donde se presentó el promocional.

12.1.2.8. Siglas. Siglas del canal donde se presentó el promocional.

12.1.2.9. Tipo de señal.

- a) Abierta.
- b) Restringida (televisión por cable o satelital).

12.1.2.10. Localización. La empresa deberá precisar el lugar donde se localiza el medio.

- a) Estado de México.
- b) Distrito Federal.
- c) Otra entidad (especificar cuál).

12.1.2.11. Cobertura. Cobertura de transmisión nacional, local, megaplaza (en un grupo de estados).

12.1.2.12. Plaza. Plaza donde se capta la señal de la emisora.

12.1.2.13. Programa. Nombre del programa o de los programas entre los que se transmitió el promocional.

12.1.2.14. Nivel de audiencia. Instrumentos o informes reconocidos por la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI), que auxilien a los objetivos de monitoreo.

12.1.2.15. Nombre del actor.

12.1.2.16. Candidatura. Tipo de candidatura a la que se postula el precandidato o candidato.

- a) Gobernador.
- b) Diputado local.
- c) Miembros de ayuntamientos.

12.1.2.17. Distrito. El número de distrito por el que contiene el precandidato o candidato a diputado.

12.1.2.18. Municipio. Nombre del municipio por el que contiene el precandidato o candidato a miembro del ayuntamiento.

12.1.2.19. Partido político, coalición, candidato independiente, autoridad electoral o gubernamental.

12.1.2.20. Identificación de la versión transmitida. Nombre con el cual la empresa o institución pública denomina el promocional.

12.1.2.21. Duración. Tiempo de duración del promocional transmitido, en formato de minutos y segundos (00:00).

12.1.2.22. Modalidad de propaganda:

- a) Política.
- b) Electoral.
- c) Gubernamental.
- d) De autoridades electorales.

12.1.2.23. Verificación de la pauta. La empresa o institución pública deberá especificar lo siguiente:

- a) Si cumple: cuando el *spot* se transmite en el horario designado.
- b) Adicional: cuando se detecta que se transmitió un número mayor de *spots* al pautado.
- c) Omitido: cuando se verifica que se transmitió un número menor de *spots* al pautado.
- d) Fueras de pauta: cuando se identifica que un *spot* fue transmitido en el día pautado, pero en un horario distinto al designado.

12.2 Internet y sitios web (de manera referencial)

Se deben de monitorear aquellos sitios web de los medios de comunicación electrónicos e impresos, referidos en el Catálogo de Medios para el proceso electoral respectivo, que comercializan sus espacios en Internet y en aquellos otros sitios web que sean solicitados por los integrantes de la Comisión.

12.2.1. N°. Se otorgará un número consecutivo a cada formato publicitario *online*, de acuerdo con el orden cronológico de aparición.

- 12.2.2. Fecha. Fecha de publicación del promocional en formato día, mes y año (dd/mm/aaaa).
- 12.2.3. Nombre de la página. Nombre de la página web donde se publicó el promocional.
- 12.2.4. Dirección electrónica. Dirección electrónica de la página web donde se ubica el promocional.
- 12.2.5. Ubicación del promocional. Anotar la dirección electrónica completa de la página web donde se encontró el promocional.
- 12.2.6. Clasificación. La empresa deberá especificar el tipo de formato publicitario *online* observado.
- 12.2.7. Nombre del actor.
- 12.2.8. Candidatura. Tipo de candidatura a la que se postula el precandidato, candidato o candidato independiente.
- a) Gobernador.
 - b) Diputado local.
 - c) Miembros de ayuntamientos.
- 12.2.9. Distrito. El número de distrito por el que contiene el precandidato o candidato a diputado.
- 12.2.10. Municipio. Nombre del municipio por el que contiene el precandidato o candidato a miembro del ayuntamiento.
- 12.2.11. Partido político, coalición, candidato independiente, autoridad electoral o gubernamental.
- 12.2.12. Identificación de la versión transmitida. Nombre con el cual la empresa o institución pública denomina a la versión del formato publicitario *online*.
- 12.2.13. Modalidad de propaganda:
- a) Política.
 - b) Electoral.
 - c) Gubernamental.
 - d) De autoridades electorales.
- 12.2.14. Costo unitario. Tomando como meros indicadores los tarifarios que aporte la empresa o institución pública contratada, los cuales serán indicativos y en ningún caso vinculantes.
- 12.2.15. Además de las variables que la empresa o institución pública proponga, previa autorización de la Comisión.

12.3 Medios impresos

El monitoreo cuantitativo a medios de comunicación impresos tiene como fin verificar la propaganda de los actores políticos para identificar y cuantificar los impactos propagandísticos o patrocinios en las inserciones pagadas en medios impresos.

- 12.3.1. N°. Se otorgará un número consecutivo, de acuerdo con el orden cronológico de aparición.
- 12.3.2. Fecha de publicación. Fecha en que se publicó la publicidad en formato día, mes y año dd/mm/aaaa.
- 12.3.3. Tipo de medio impreso.
 - a) Periódico.
 - b) Revista.
- 12.3.4. Nombre del medio. Denominación del medio impreso donde se publicó la publicidad.
- 12.3.5. Grupo editorial. Al que pertenece la publicación.
- 12.3.6. Periodicidad. Periodicidad del medio impreso donde se publicó la inserción.
- 12.3.7. Plaza. Instalación donde se recibe el medio impreso.
- 12.3.8. Circulación (de acuerdo con el Catálogo de Medios aprobado por la Comisión):
 - a) Nacional.
 - b) Regional.
 - c) Local.
- 12.3.9. Tiraje.
- 12.3.10. Nombre del actor.
- 12.3.11. Candidatura. Tipo de candidatura a la que se postula el precandidato o candidato o candidato independiente.
 - a) Gobernador.
 - b) Diputado local.
 - c) Miembros de ayuntamientos.
- 12.3.12. Distrito. El número de distrito por el que contiene el precandidato o candidato a diputado.
- 12.3.13. Municipio. Nombre del municipio por el que contiene el precandidato o candidato a miembro del ayuntamiento.

12.3.14. Partido político, coalición, candidato independiente, autoridad electoral o gubernamental.

12.3.15. Página. Número de la página donde se encontró la inserción o nota.

12.3.16. Ubicación. Ubicación en el medio especificando la sección:

- a) Primera plana.
- b) Página par o impar.
- c) Interiores.
- d) Contraportada.

12.3.17. Tamaño. Una plana, media plana, robaplana, un cuarto, cintillo, etcétera.

12.3.18. Tipo de inserción. Desplegado o inserción pagada.

12.3.19. Elementos de la inserción. La empresa deberá identificar los diferentes elementos que contenga la inserción, ejemplo: texto, foto B/N, foto color, emblema, cintillo, caricatura, entre otros.

12.3.20. Modalidad de propaganda:

- a) Política.
- b) Electoral.
- c) Gubernamental.
- d) De autoridades electorales.

12.3.21. Costo unitario. Tomando como meros indicadores los tarifarios que aporte la empresa o institución pública contratada, los cuales serán indicativos y en ningún caso vinculantes.

12.3.22. Además de las variables que la empresa o institución pública proponga, previa autorización de la Comisión.

XIII. Variables que se deberán considerar en los informes del monitoreo cualitativo

El monitoreo cualitativo a medios de comunicación consistirá en analizar el tratamiento de la información generada en los medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet sobre los actores políticos y el proceso electoral.

13.1 Medios electrónicos

13.1.1. Radio

13.1.1.1. N°. Se otorgará un número consecutivo de acuerdo con el orden cronológico de aparición.

13.1.1.2. Fecha. Fecha de transmisión en formato día, mes y año (dd/mm/aaaa).

- 13.1.1.3. Hora. Hora de transmisión, se asienta el inicio de la mención en el formato de horas, minutos y segundos (00:00:00).
- 13.1.1.4. Nombre de la estación. Nombre de la estación donde se presentó la mención.
- 13.1.1.5. Frecuencia. Número de frecuencia en que se transmite la estación de radio.
- 13.1.1.6. Siglas. Siglas de identificación de la estación.
- 13.1.1.7. Banda. Banda donde se transmite la estación.
- 13.1.1.8. Grupo. Grupo radiofónico al que pertenece la estación.
- 13.1.1.9. Localización. La empresa deberá precisar el lugar donde se localiza el medio.
- a) Estado de México.
 - b) Distrito Federal.
 - c) Otra entidad (especificar cuál).
- 13.1.1.10. Nombre del noticiero. Nombre del servicio informativo en que se realizó la mención.
- 13.1.1.11. Locutor. Nombre del titular del noticiero o servicio informativo.
- 13.1.1.12. Plaza. Instalación dónde se capta la señal de la estación de radio.
- 13.1.1.13. Tipo de información. Nota informativa, nota periodística, entrevista y reportaje.
- 13.1.1.14. Ubicación de la mención o la nota informativa.
- a) Al inicio.
 - b) En el desarrollo.
 - c) Al final.
- 13.1.1.15. Cobertura.
- a) Nacional.
 - b) Regional.
 - c) Local.
- 13.1.1.16. Nivel de audiencia. Instrumentos o informes reconocidos por la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI), que auxilien a los objetivos de monitoreo.
- 13.1.1.17. Nombre del actor.
- 13.1.1.18. Candidatura. Tipo de candidatura a la que se postula el precandidato o candidato, o candidato independiente.

- a) Gobernador.
- b) Diputado local.
- c) Miembros de ayuntamientos.

13.1.1.19. Distrito. El número de distrito por el que contiene el precandidato o candidato a diputado.

13.1.1.20. Municipio. Nombre del municipio por el que contiene el precandidato o candidato a miembro del ayuntamiento.

13.1.1.21. Partido político, coalición, candidato independiente, autoridad electoral o gubernamental.

13.1.1.22. Modalidad de propaganda:

- a) Política.
- b) Electoral.
- c) Gubernamental.
- d) De autoridades electorales.

13.1.1.23. Tiempo de transmisión. Tiempo que cada noticiario o servicio informativo dedica a los actores políticos contendientes en el proceso electoral local.

13.1.1.24. Valoración de la información o mención.

- a) Positiva.
- b) Negativa.
- c) Neutra.

13.1.1.25. Resumen.

13.1.1.26. Criterios de evaluación.

- a) Presentación directa: en voz del propio precandidato, candidato o dirigente del partido político o coalición, o en su caso del candidato independiente.
- b) Cita y voz: presentación de la información por el conductor, con o sin reportero, pero con la voz del precandidato, candidato o dirigente del partido político o coalición o, en su caso, el candidato independiente.
- c) Cita y audio: presentación de la información por el conductor, con reportero, pero sin la voz del precandidato, candidato o dirigente del partido político o coalición, o en su caso del candidato independiente.
- d) Sólo voz: Información en vivo o llamadas telefónicas de los precandidatos, candidatos o dirigentes del partido político o coalición, o en su caso del candidato independiente.

- e) Sólo cita: únicamente lectura de la información por parte del conductor, sin ningún tipo de apoyo.
- f) Voz de ciudadanos opinando sobre el precandidato, candidato o dirigente del partido político o coalición, o en su caso del candidato independiente.

13.1.2. Televisión

- 13.1.2.1. N°. Se otorgará un número consecutivo a cada mención, de acuerdo con el orden cronológico de aparición.
- 13.1.2.2. Fecha. Fecha de transmisión en formato día, mes y año (dd/mm/aaaa).
- 13.1.2.3. Hora. Hora de transmisión, se asienta el inicio de la mención en el formato de horas, minutos y segundos (00:00:00).
- 13.1.2.4. Nombre de la televisora.
- 13.1.2.5. Nombre del canal. Nombre del canal donde se presentó la mención.
- 13.1.2.6. Siglas. Siglas del canal donde se presentó la mención.
- 13.1.2.7. Número de canal. Número del canal donde se presentó la mención.
- 13.1.2.8. Localización. La empresa deberá precisar el lugar donde se localiza el medio.
 - a) Estado de México.
 - b) Distrito Federal.
 - c) Otra entidad (especificar cuál).
- 13.1.2.9. Plaza. Plaza donde se capta la señal de la emisora.
- 13.1.2.10. Nombre del noticiero. Nombre del servicio informativo en que se realizó la mención.
- 13.1.2.11. Conductor. Nombre del titular del noticiero o servicio informativo.
- 13.1.2.12. Cobertura. Cobertura de transmisión nacional, local, megaplaza (en un grupo de estados).
- 13.1.2.13. Nombre del actor.
- 13.1.2.14. Candidatura. Tipo de candidatura a la que se postula el precandidato o candidato, o candidato independiente.
 - a) Gobernador.
 - b) Diputado local.

c) Miembros de ayuntamientos.

13.1.2.15. Distrito. El número de distrito por el que contiene el precandidato o candidato a diputado.

13.1.2.16. Municipio. Nombre del municipio por el que contiene el precandidato o candidato a miembro del ayuntamiento.

13.1.2.17. Partido político, coalición, candidato independiente, autoridad electoral o gubernamental.

13.1.2.18. Modalidad de propaganda:

- a) Política.
- b) Electoral.
- c) Gubernamental.
- d) De autoridades electorales.

13.1.2.19. Tiempo de transmisión. Tiempo que cada noticario o servicio informativo dedica a los precandidatos, candidatos, candidatos independientes, partidos políticos o coaliciones contendientes en el proceso electoral local.

13.1.2.20. Tipo de información. Nota informativa, nota periodística, entrevista, reportaje, caricatura política.

13.1.2.21. Ubicación de la mención o nota informativa.

- a) Al inicio.
- b) En el desarrollo.
- c) Al final.

13.1.2.22. Tipo de señal.

- a) Abierta.
- b) Restringida (televisión por cable o satelital).

13.1.2.23. Nivel de audiencia. Instrumentos o informes reconocidos por la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI), que auxilien a los objetivos de monitoreo.

13.1.2.24. Valoración de la información o nota.

- a) Positiva.
- b) Negativa.
- c) Neutra.

13.1.2.25. Resumen.

13.1.2.26. Criterios de evaluación.

- a) Imagen de transmisión directa: presentación de la información por el conductor o reportero, con la imagen y el audio del precandidato, candidato o dirigente del partido político o coalición de que se trate, o en su caso de candidatos independientes. En este aspecto se incluirán las entrevistas realizadas en directo.
- b) Imagen grabada en el momento del suceso: presentación o no de la información por el conductor pero con cobertura de reportero y con la imagen del precandidato, candidato o dirigente del partido político o coalición, o en su caso del candidato independiente, pero sin el audio directo.
- c) Imagen de archivo: reporte de la información por el conductor con imagen de apoyo de archivo, fija o en vivo.
- d) Sólo cita: lectura de la información del precandidato, candidato, partido político o coalición, o en su caso del candidato independiente, por parte del conductor sin ningún tipo de apoyo técnico.
- e) Sólo voz: presencia del precandidato, candidato o dirigente del partido político o coalición, o en su caso del candidato independiente, en el noticario o servicio informativo, por vía telefónica.
- f) Ciudadanos opinando sobre el precandidato, candidato, partido político o coalición, o en su caso del candidato independiente.

13.2 Internet y sitios web (de manera referencial)

- 13.2.1. N°. Se otorgará un número consecutivo a cada mención, de acuerdo con el orden cronológico de aparición.
- 13.2.2. Fecha. Fecha de reporte en que se identificó la publicación en formato día, mes y año (dd/mm/aaaa).
- 13.2.3. Nombre de la página. Nombre de la página web donde se publicó la mención.
- 13.2.4. Dirección electrónica. Dirección electrónica completa de la página web donde se encontró la mención.
- 13.2.5. Nombre del actor.
- 13.2.6. Candidatura. Tipo de candidatura a la que se postula el precandidato o candidato.
 - a) Gobernador.
 - b) Diputado local.
 - c) Miembros de ayuntamientos.

13.2.7. Distrito. El número de distrito por el que contiene el precandidato o candidato a diputado.

13.2.8. Municipio. Nombre del municipio por el que contiene el precandidato o candidato a miembro del ayuntamiento.

13.2.9. Partido político, coalición, candidato independiente, autoridad electoral o gubernamental.

13.2.10. Modalidad de propaganda:

- a) Política.
- b) Electoral.
- c) Gubernamental.
- d) De autoridades electorales.

13.2.11. Valoración.

- a) Positiva.
- b) Negativa.
- c) Neutra.

13.2.12. Resumen.

13.2.13. Criterios de evaluación.

- Objetividad.
- Manejo de información o tipo de mensaje.
 - a) A favor.
 - b) Descalificativo.
 - c) Crítica.
 - d) Imparcial.
- Formato.
 - a) Mensaje.
 - b) De entrevista.
 - c) Informativo-narrativo.

13.3 Medios impresos

En el monitoreo cualitativo se analizará el tratamiento de la información generada en los medios de comunicación impresos que tienen cobertura en la mayor parte del Estado de México, de acuerdo con el tiraje, cuya base se encuentra estipulada en el Código, en sus artículos 72 y 266.

13.3.1. N°. Se otorgará un número consecutivo de acuerdo con el orden cronológico de aparición.

13.3.2. Fecha de publicación. De la nota en formato día, mes y año dd/mm/aaaa.

13.3.3. Nombre del medio. Denominación del medio impreso donde se publicó la nota.

13.3.4. Grupo editorial. Al que pertenece la publicación.

13.3.5. Periodicidad. Diaria, semanal, quincenal o mensual.

13.3.6. Tiraje.

13.3.7. Circulación:

- a) Nacional.
- b) Regional.
- c) Local.

13.3.8. Nombre del actor.

13.3.9. Candidatura. Tipo de candidatura a la que se postula el precandidato o candidato.

- a) Gobernador.
- b) Diputado local.
- c) Miembros de ayuntamientos.

13.3.10. Distrito. El número de distrito por el que contiene el precandidato o candidato a diputado.

13.3.11. Municipio. Nombre del municipio por el que contiene el precandidato o candidato a miembro del ayuntamiento.

13.3.12. Partido político, coalición, candidato independiente, autoridad electoral o gubernamental.

13.3.13. Modalidad de propaganda:

- a) Política.
- b) Electoral.
- c) Gubernamental.
- d) De autoridades electorales.

13.3.14. Ubicación. Ubicación en el medio especificando la sección:

- a) Primera plana.
- b) Página par o impar.

- c) Interiores.
- d) Contraportada.

13.3.15. Espacio otorgado. (1/8, 1/4, 1/2, 3/4, una plana, cintillo, robaplana, etcétera).

13.3.16. Página. Número de la página donde se localizó la información.

13.3.17. Tipo de información. Columna, entrevista, nota informativa, reportaje, fotografía y caricatura política.

13.3.18. Valoración.

- a) Positiva.
- b) Negativa.
- c) Neutra.

13.3.19. Resumen. Del texto informativo.

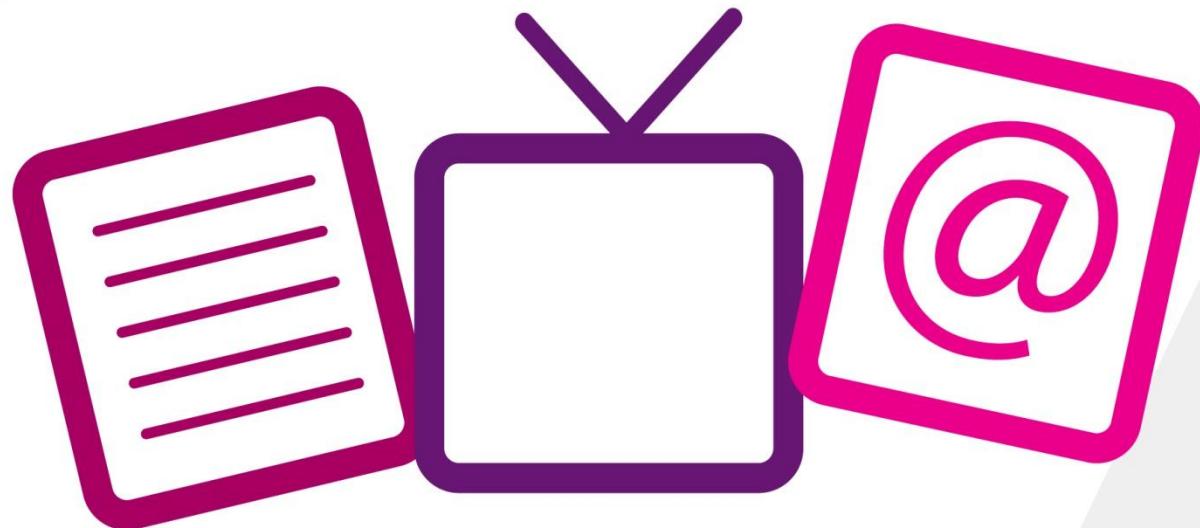
13.3.20. Criterios de evaluación:

- a) Fotografía en blanco y negro, acompañando las notas, entrevistas, reportajes, columnas políticas, artículos y editoriales.
- b) Fotografía a color, acompañando las notas, entrevistas, reportajes, columnas políticas, artículos y editoriales.
- c) Caricatura en relación con las notas, entrevistas, reportajes, columnas políticas, artículos y editoriales.
- d) Emblema del partido político, coalición o candidato independiente, ilustrando o distinguiendo las notas, entrevistas, reportajes, columnas políticas, artículos, fotografías, ilustraciones o caricaturas y editoriales.
- e) Gráficos en torno a las notas, entrevistas, reportajes, columnas políticas, artículos, fotografías y editoriales.

XIV. Anexos

14.1. Catálogo de Medios.

14.2. Bitácoras de seguimiento.



Catálogo de medios impresos, electrónicos e internet

Unidad de Comunicación Social



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

MEDIOS IMPRESOS



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA NACIONAL

No.	MEDIO	TIRAJE	PERIODICIDAD
1	El Universal	Lunes y domingo 180,00 ejemplares Martes a Sábado 120,00 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
2	La Jornada	107,659 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
3	La Prensa	315,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
4	Milenio	101,211 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
5	Crónica de Hoy	76,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
6	Diario de México	38,550 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
7	El Financiero	91,923 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
8	Excélsior	90,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
9	Reforma	146,309 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA NACIONAL

No.	MEDIO	TIRAJE	PERIODICIDAD
10	Ovaciones	156,173 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
11	El Economista	27,329 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
12	El Sol de México	67,190 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
13	Uno Más Uno	125,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
14	Este País	10,000 ejemplares	Revista Mensual
15	Voz y Voto	6,000 ejemplares	Revista Mensual
16	Nexos	20,000 ejemplares	Revista Mensual
17	Proceso	98,194 ejemplares	Revista Semanal
18	Vértigo	30,000 ejemplares	Revista Semanal



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA NACIONAL

No.	MEDIO	TIRAJE	PERIODICIDAD
19	Récord	Lunes a Sábado 105,339 Ejemplares Domingo 87,677 Ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
20	El Gráfico	Lunes a Sábado 138,291 Domingo 40,911	Periódico Lunes a Domingo
21	Congresistas	11,495 Ejemplares	Periódico Quincenal
22	La Razón	35,514 Ejemplares	Periódico Lunes a Sábado
23	Puntual México	60, 000 Ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
24	Etcétera	5,000 Ejemplares	Revista Mensual
25	Zócalo	10,000 Ejemplares	Revista Mensual
26	Revista AZ	9,900 Ejemplares	Revista Mensual
27	TV y Novelas	204,180 Ejemplares	Revista Semanal



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA NACIONAL

No.	MEDIO	TIRAJE	PERIODICIDAD
28	Buzos	12,000 Ejemplares	Revista Semanal
29	Letras Libres	21,756 Ejemplares	Revista Mensual
30	TV Notas	624,770 Ejemplares	Revista Semanal
31	Metro	146,531 Ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
32	El Día	68,000 Ejemplares	Periódico Lunes a Viernes

Total de medios impresos nacionales: **32**



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA ESTATAL

No.	MEDIO	TIRAJE	PERIODICIDAD
1	8 Columnas	5,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
2	El Sol de Toluca	Domingo 45,500 ejemplares Lunes 46,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
3	Milenio Estado de México	36,495 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
4	Heraldo Estado de México	23,037 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
5	Diario Amanecer	26,083 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
6	Impulso Estado de México	6,425 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
7	Puntual	60,000 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
8	Portal	5,000 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
9	El Informante	72,000 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA ESTATAL

No.	MEDIO	TIRAJE	PERIODICIDAD
10	El Valle	7,000 ejemplares	Periódico Lunes a Sábado
11	Capital Toluca	Sin Datos	Periódico Lunes a Viernes
12	Cambio Estado de México	19,982 ejemplares	Revista Mensual
13	Expresso Metropolitano	25,000 ejemplares	Revista Mensual

Total de medios impresos estatales: **13**



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA REGIONAL (VALLE DE TOLUCA)

No.	MEDIO	TIRAJE	PERIODICIDAD
1	La Tribuna	5,000 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
2	Adelante en la Noticia	5,165 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
3	La Calle	10,000 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
4	Edomex al Día	20,000 ejemplares	Periódico Lunes a Sábado
5	Tres P.M.	5,000 Ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
6	ABC	17,477 Ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
7	La Voz del Nevado	5,820 Ejemplares	Periódico Quincenal
8	Nuestro Mundo	6,000 Ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
9	Pódium	6,000 Ejemplares	Periódico Semanal



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA REGIONAL (VALLE DE TOLUCA)

No.	MEDIO	TIRAJE	PERIODICIDAD
10	El Espectador	4,000 Ejemplares	Periódico Semanal
11	La Noticia Día por Día	5,000 Ejemplares	Periódico Semanal
12	Nivel Uno	10,000 Ejemplares	Revista Mensual
13	Nuevo Enlace Estado de México	3,000 Ejemplares	Periódico Quincenal
14	Tintes Políticos	3,000 Ejemplares	Revista Mensual
15	Escaparate	11,000 Ejemplares	Revista Mensual
16	Diablolomanía	10,000 ejemplares	Revista que se distribuye en el Estadio “Nemesio Diez” en cada juego del Club Deportivo Toluca.
17	Ganando Espacios	8,000 Ejemplares	Revista Quincenal
18	Tresmil 400	12,000 Ejemplares	Revista Mensual



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA REGIONAL (VALLE DE TOLUCA)

No.	MEDIO	TIRAJE	PERIODICIDAD
19	Data Toluca	5,000 Ejemplares	Revista Mensual
20	El Pulso del Estado de México	3,000 Ejemplares	Periódico Decenal
21	Acontecer del Rumbo	99,000 Ejemplares	Periódico Semanal
22	Chic Magazine	46,495 Ejemplares	Revista Quincenal
23	Metro Toluca	20,766 Ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
24	Fuerza del Estado de México	3,000 Ejemplares	Periódico Semanal
25	Mi Ciudad	20,000 Ejemplares	Periódico Semanal



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA REGIONAL (VALLE DE MÉXICO)

No.	MEDIO	TIRAJE	PERIODICIDAD
1	Semanario 24	15,000 Ejemplares	Periódico Catorcenal
2	Periferia 21	17,042 Ejemplares	Periódico Semanal
3	Letra por Letra	10,000 Ejemplares	Periódico Semanal
4	Oiga	10,000 Ejemplares	Periódico Semanal
5	Reporte Mexiquense	10,000 Ejemplares	Periódico Quincenal
6	Hablemos Claro	20,000 Ejemplares	Periódico Quincenal
7	Zona Norte	35,000 Ejemplares	Periódico Quincenal
8	Acontecer	5,000 Ejemplares	Periódico Semanal
9	Perfil Urbano	5,000 Ejemplares	Periódico Quincenal



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA REGIONAL (VALLE DE MÉXICO)

No.	MEDIO	TIRAJE	PERIODICIDAD
10	Propuesta	7,000 Ejemplares	Periódico Quincenal
11	Sucesos Mexiquenses	10,000 Ejemplares	Periódico Quincenal
12	Izcallense	20,000 Ejemplares	Periódico Semanal
13	Comunigrafic	4,000 Ejemplares	Periódico Quincenal
14	Informador Analítico	4,816 Ejemplares	Periódico Mensual
15	Mi Ambiente	15,000 Ejemplares	Periódico Semanal
16	Trinar	15,000 Ejemplares	Periódico Quincenal
17	Metrópolis	10,000 Ejemplares	Periódico Quincenal
18	Foro 10/25	22,000 Ejemplares	Revista Quincenal



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA REGIONAL (VALLE DE MÉXICO)

No.	MEDIO	TIRAJE	PERIODICIDAD
19	Barrio	25,000 Ejemplares	Revista Quincenal
20	Región MX	5,000 Ejemplares	Revista Quincenal
21	Ecos	100,000 Ejemplares	Periódico Miércoles y Sábados
22	Diario Imagen México	19,800 Ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
23	Emeequis	11,885 Ejemplares	Revista Catorcenal
24	Publimetro	150,000 Ejemplares	Periódico Lunes a Viernes



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA REGIONAL (ZONA ORIENTE)

No.	MEDIO	TIRAJE	PERIODICIDAD
1	Las Noticias de Última Hora	5,800 ejemplares	Periódico Semanal
2	¿Por qué?	7,000 ejemplares	Periódico Catorcenal
3	Entre Valles	10,000 ejemplares	Periódico Quincenal
4	Entidades	5,793 ejemplares	Periódico Catorcenal
5	Amaqueme	7,000 ejemplares	Periódico Semanario



MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA REGIONAL (ZONA SUR)

No.	MEDIO	TIRAJE	PERIODICIDAD
1	Despertar del Sur	11,000 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
2	El Nativo	5,000 ejemplares	Periódico Lunes a Sábado
3	Monitor de Tejupilco	2,500 ejemplares	Periódico Semanal
4	Primero Editores	8,000 ejemplares	Periódico Quincenal
5	Paralelo Vallesano	7,300 ejemplares	Periódico Semanal
6	Grito Político	3,000 ejemplares	Periódico Semanal
7	Trinoticias	5,000 ejemplares	Periódico Semanal
8	La Opinión	15,000 ejemplares	Periódico Semanal



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA REGIONAL (ZONA NORTE)

No.	MEDIO	TIRAJE	PERIODICIDAD
1	Jyasú	3,000 ejemplares	Periódico Semanal
2	Punto de Expresión	5,000 ejemplares	Periódico Semanal
3	Contexto	3,000 Ejemplares	Periódico Semanal
4	El Centro	3,000 Ejemplares	Periódico Quincenal
5	Corredor Norte	3,000 Ejemplares	Periódico Quincenal
6	Nuestra Comunidad	3,000 Ejemplares	Periódico Quincenal

Total de medios impresos regionales: **68**

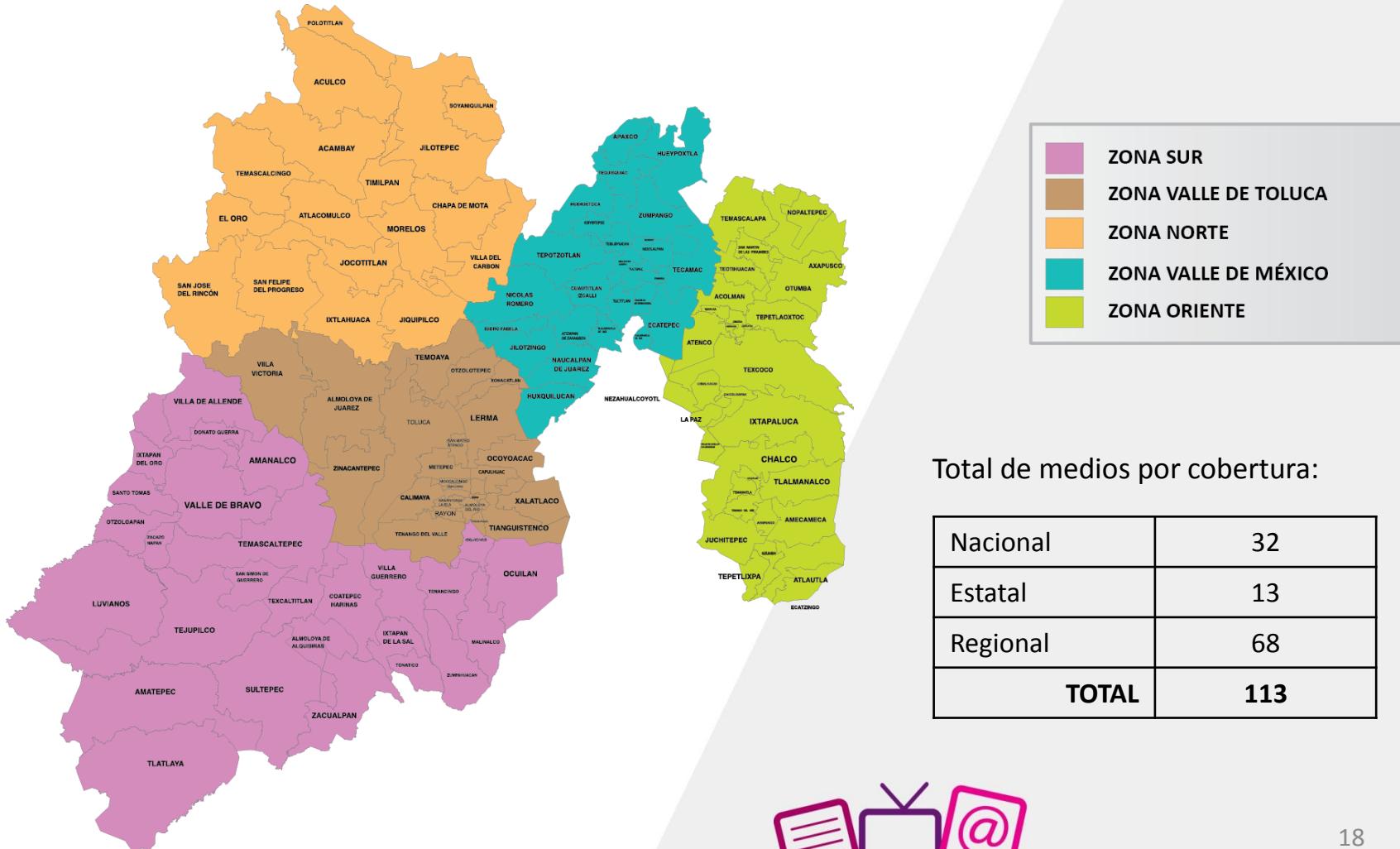


Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

REGIONALIZACIÓN PARA MEDIOS IMPRESOS DE COMUNICACIÓN



Unidad de Comunicación Social



Catálogo de medios impresos, electrónicos e internet



Proceso Electoral de Diputados Locales y Ayuntamientos 2014-2015

MEDIOS ELECTRÓNICOS



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

ESTACIONES DE RADIO CUYA SEÑAL SE ORIGINA EN EL DISTRITO FEDERAL, CON BASE EN EL CATÁLOGO DE MEDIOS 2014 APROBADO POR EL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

Nº	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE LA ESTACIÓN	UBICACIÓN	MEDIO	RÉGIMEN
1	XEAI-AM	1470 KHz.	Radio AI	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
2	XEARZ-AM	1650 KHz.	ZER Radio 1650	Ciudad de México	Radio	Permisionaria
3	XEB-AM	1220 KHz.	La B Grande de México	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
4	XEBS-AM	1410 KHz.	La Más Perrona	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
5	XECO-AM	1380 KHz.	Romántica 1380	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
6	XEDA-AM	1290 KHz.	Radio Trece	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
7	XEDA-FM	90.5 Mhz.	Imagen	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
8	XEDF-AM	1500 KHz.	Radio Uno AM 1500	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
9	XEDF-FM	104.1 Mhz.	FM Radio Uno FM	Ciudad de México	Radio	Concesionaria



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

Nº	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE LA ESTACIÓN	UBICACIÓN	MEDIO	RÉGIMEN
10	XEDTL-AM	660 KHz.	Radio Ciudadana	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
11	XEEP-AM	1060 KHz.	Radio Educación	Ciudad de México	Radio	Permisionaria
12	XEEST-AM	1440 KHz.	Cambio 14.40	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
13	XEFR-AM	1180 KHz.	Radio Felicidad	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
14	XEITE-AM	830 KHz.	Radio Capital	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
15	XEJP-AM	1150 KHz.	El Fonógrafo	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
16	XEJP-FM	93.7 Mhz.	Stereo Joya	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
17	XEMP-AM	710 KHz.	Interferencia 7 Diez	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
18	XEN-AM	690 KHz.	La 69	Ciudad de México	Radio	Concesionaria



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

Nº	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE LA ESTACIÓN	UBICACIÓN	MEDIO	RÉGIMEN
19	XENET-AM	1320 Khz.	S/D	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
20	XEOC-AM	560 Khz.	Radio Chapultepec	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
21	XEOY-AM	1000 Khz.	Radio Mil	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
22	XEOYE-FM	89.7 Mhz.	Oye 89.7 FM	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
23	XEPH-AM	590 Khz.	Sabrosita 590	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
24	XEQ-AM	940 Khz.	Bésame Radio 940	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
25	XEQ-FM	92.9 Mhz.	Ke Buena 92.9 FM	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
26	XEQK-AM	1350 Khz.	Tropicalísima	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
27	XEQR-AM	1030 Khz.	Radio Centro	Ciudad de México	Radio	Concesionaria



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

Nº	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE LA ESTACIÓN	UBICACIÓN	MEDIO	RÉGIMEN
28	XEQR-FM	107.3 Mhz.	La Z	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
29	XERC-AM	790 KHz.	Formato 21	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
30	XERC-FM	97.7 Mhz.	Stereo 97.7 FM	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
31	XERFR-AM	970 KHz.	Radio Fórmula AM	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
32	XERFR-FM	103.3 Mhz.	Radio Fórmula FM	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
33	XEUN-AM	860 KHz.	Radio UNAM	Ciudad de México	Radio	Permisionaria
34	XEUN-FM	96.1 Mhz.	Radio UNAM	Ciudad de México	Radio	Permisionaria
35	XEUR-AM	1530 KHz.	Colorín Colorradio 1530	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
36	XEW-AM	900 KHz.	W Radio...Escucha lo que pasa	Ciudad de México	Radio	Concesionaria



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

Nº	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE LA ESTACIÓN	UBICACIÓN	MEDIO	RÉGIMEN
37	XEW-FM	96.9 Mhz.	W Radio 96.9 FM	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
38	XEX-AM	730 KHz.	Estadio W 730 AM	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
39	XEX-FM	101.7 Mhz.	Los 40 Principales 101.7 FM	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
40	XHDFM-FM	106.5 Mhz.	Mix 106.5 Mucho Ritmo	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
41	XHDL-FM	98.5 Mhz.	Reporte 98.5	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
42	XHEXA-FM	104.9 Mhz.	Exa FM	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
43	XHFAJ-FM	91.3 Mhz.	Alfa Radio	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
44	XHFO-FM	92.1 Mhz.	Universal Stereo	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
45	XHIMER-FM	94.5 Mhz.	Opus 94	Ciudad de México	Radio	Permisionaria



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

Nº	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE LA ESTACIÓN	UBICACIÓN	MEDIO	RÉGIMEN
46	XHIMR-FM	107.9 Mhz.	Horizonte 108	Ciudad de México	Radio	Permisionaria
47	XHM-FM	88.9 Mhz.	88.9 Noticias Información que sirve	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
48	XHMM-FM	100.1 Mhz.	Stereo Cien	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
49	XHMVS-FM	102.5 Mhz.	La Mejor	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
50	XHOF-FM	105.7 Mhz.	Reactor 105	Ciudad de México	Radio	Permisionaria
51	XHPOP-FM	99.3 Mhz.	Digital 99.3 Sólo Éxitos	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
52	XHRED-FM	88.1 Mhz.	Radio Red FM	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
53	XHSH-FM	95.3 Mhz.	Amor 95.3 Sólo Música Romántica	Ciudad de México	Radio	Concesionaria
54	XHSON-FM	100.9 Mhz.	Beat 100.9 FM	Ciudad de México	Radio	Concesionaria



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

Nº	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE LA ESTACIÓN	UBICACIÓN	MEDIO	RÉGIMEN
55	XHUAMA-FM	94.1 Mhz.	UAM Radio	Ciudad de México	Radio	Permisionaria
56	XHUAMC-FM	94.1 Mhz.	UAM Radio	Ciudad de México	Radio	Permisionaria
57	XHUAMI-FM	94.1 Mhz.	UAM Radio	Ciudad de México	Radio	Permisionaria
58	XHUAMR-FM	94.1 Mhz.	UAM Radio	Ciudad de México	Radio	Permisionaria
59	XHUAMX-FM	94.1 Mhz.	UAM Radio	Ciudad de México	Radio	Permisionaria
60	XHUIA-FM	90.9 Mhz.	Radio Ibero 90.9	Ciudad de México	Radio	Permisionaria
61	XHUPC-FM	95.7 Mhz.	El Politécnico en Radio	Ciudad de México	Radio	Permisionaria

Total de medios: **61**



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

CANALES DE TELEVISIÓN CUYA SEÑAL SE ORIGINA EN EL DISTRITO FEDERAL, CON BASE EN EL CATÁLOGO DE MEDIOS 2014 APROBADO POR EL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

Nº	SIGLAS	CANAL	NOMBRE DEL CANAL	UBICACIÓN	MEDIO	RÉGIMEN
1	XEIMT-TV XEIMT-TDT	22 23	Canal 22 La Cultura también TV	Ciudad de México	Televisión	Concesionaria
2	XEIPN-TV XEIPN-TDT	11 33	Once TV	Ciudad de México	Televisión	Permisionaria
3	XEQ-TV XEQ-TDT	9 44	Galavisión	Ciudad de México	Televisión	Concesionaria
4	XEW-TV XEW-TDT	2 48	Canal de las Estrellas	Ciudad de México	Televisión	Concesionaria
5	XHCDM-TDT	21	Capital 21	Ciudad de México	Televisión	Permisionaria
6	XHDF-TV XHDF-TDT	13 25	Azteca 13	Ciudad de México	Televisión	Concesionaria
7	XHGC-TV XHGC-TDT	5 50	Canal 5	Ciudad de México	Televisión	Concesionaria



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

Nº	SIGLAS	CANAL	NOMBRE DEL CANAL	UBICACIÓN	MEDIO	RÉGIMEN
8	XHHCU-TDT	45	Canal del Congreso	Ciudad de México	Televisión	Permisionaria
9	XHIMT-TV XHIMT-TDT	7 24	Azteca 7	Ciudad de México	Televisión	Concesionaria
10	XHOPMA-TDT	30	S/D	Ciudad de México	Televisión	Permisionaria
11	XHTRES-TV XHTRES-TDT	28 27	Cadena Tres	Ciudad de México	Televisión	Concesionaria
12	XHTVM-TV XHTVM-TDT	40 26	Televisora del Valle de México	Ciudad de México	Televisión	Concesionaria
13	XHTV-TV XHTV-TDT	4 49	Foro TV	Ciudad de México	Televisión	Concesionaria
14		Según cablera	Milenio Televisión			
15		Según cablera	CNN en Español			

Total de medios: **15**



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

ESTACIONES DE RADIO CUYA SEÑAL SE ORIGINA EN EL ESTADO DE MÉXICO, CON BASE EN EL CATÁLOGO DE MEDIOS 2014 APROBADO POR EL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

Nº	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE LA ESTACIÓN	UBICACIÓN	MEDIO	RÉGIMEN
1	XHECA-FM	97.3 Mhz.	La Voladora Radio	México	Radio	Permisionaria
2	XHMEC-FM XEATL-AM XHATL-FM XEGEM-AM XETEJ-AM XHGEM-FM XETUL-AM XHVAL-FM XHZUM-FM	91.7 Mhz. 1520 Khz. 105.5 Mhz. 1600 Khz. 1250 Khz. 91.7 Mhz. 1080 Khz. 104.5 Mhz. 88.5 Mhz.	Radio Mexiquense	México	Radio	Permisionaria
3	XERLK-AM XHRLK-FM	1170 Khz. 104.7 Mhz.	Super Stereo Miled Atlacuamulco	México	Radio	Concesionaria
4	XECH-AM	1040 Khz.	Radio Capital	México	Radio	Concesionaria
5	XEQY-AM	1200 Khz.	QY Noticias, Información que sirve	México	Radio	Concesionaria
6	XEUACH-AM	1610 Khz.	Radio Chapingo	México	Radio	Permisionaria



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

Nº	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE LA ESTACIÓN	UBICACIÓN	MEDIO	RÉGIMEN
7	XEANAH-AM	1670 KHz.	Radio Anáhuac	México	Radio	Permisionaria
8	XEXI-AM	1400 KHz.	La "I" de Ixtapan (Capital Máxima)	México	Radio	Concesionaria
9	XETOL-AM XHTOL-FM	1130 KHz. 102.9 Mhz.	Radio Lobo	México	Radio	Concesionaria
10	XEL-AM	1260 KHz.	La 12-60	México	Radio	Concesionaria
11	XEVOZ-AM	1590 KHz.	Luz 15.90	México	Radio	Concesionaria
12	XHMLO-FM	104.9 Mhz.	Crystal 104.9	México	Radio	Concesionaria
13	XHCME-FM	103.7 Mhz.	Crystal Estado de México	México	Radio	Concesionaria
14	XHEN0-FM	90.1 Mhz.	Mix FM	México	Radio	Concesionaria



Nº	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE LA ESTACIÓN	UBICACIÓN	MEDIO	RÉGIMEN
15	XHARO-FM	104.5 Mhz.	Relax 104.5	México	Radio	Permisionaria
16	XHVFC-FM	102.1 Mhz.	Voz Flor y Canto	México	Radio	Permisionaria
17	XENK-AM	620 KHz.	Radio 6.20 AM Stereo	México	Radio	Concesionaria
18	XEABC-AM	760 KHz.	ABC Radio	México	Radio	Concesionaria
19	XHTEJ-FM	88.3 Mhz.	S/D	México	Radio	Permisionaria
20	XHOEX-FM	89.3 Mhz.	Omega Experimental	México	Radio	Permisionaria
21	XEWF-AM	540 KHz.	Ke Buena AM 540 - La Poderosa del Oriente	México	Radio	Concesionaria
22	XEINFO-AM	1560 KHz.	S/D	México	Radio	Concesionaria



Nº	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE LA ESTACIÓN	UBICACIÓN	MEDIO	RÉGIMEN
23	XERED-AM	1110 KHz.	Radio Red AM	México	Radio	Concesionaria
24	XHEDT-FM	93.3 Mhz.	Crystal 93.3	México	Radio	Concesionaria
25	XHNX-FM	98.9 Mhz.	Super Stereo Miled Toluca	México	Radio	Concesionaria
26	XHTOM-FM	102.1 Mhz.	Neurótica FM (Más Radio)	México	Radio	Concesionaria
27	XHUAX-FM	99.7 Mhz.	Uni Radio	México	Radio	Permisionaria
28	XHZA-FM	101.3 Mhz.	Ultra 101.3 FM	México	Radio	Concesionaria
29	XHRJ-FM	92.5 Mhz.	Digital	México	Radio	Concesionaria
30	XEVAB-AM XHEVAB-FM	1580 KHz. 93.5 Mhz.	Super Stereo Miled Valle de Bravo	México	Radio	Concesionaria

Total de medios: **30**



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

CANALES DE TELEVISIÓN CUYA SEÑAL SE ORIGINA EN EL ESTADO DE MÉXICO, CON BASE EN EL CATÁLOGO DE MEDIOS 2014 APROBADO POR EL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

Nº	SIGLAS	CANAL	NOMBRE DEL CANAL	UBICACIÓN	MEDIO	RÉGIMEN
1	XEX-TV XEX-TDT	8 42	Canal 8 local	México	Televisión	Concesión
2	XHATZ-TV XHATZ-TDT	32 47	Galavisión	México	Televisión	Concesión
3	XHTM-TV XHTM-TDT	10 36	Canal 10 local	México	Televisión	Concesión
4	XHPTP-TV XHPTP-TDT XHGEM-TV XHGEM-TDT XHTEJ-TV	34 41 12 51 12	Televisión Mexiquense	México	Televisión	Permiso



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

Nº	SIGLAS	CANAL	NOMBRE DEL CANAL	UBICACIÓN	MEDIO	RÉGIMEN
5	XHLUC-TV XHLUC-TDT	19 35	Azteca 7 México	México	Televisión	Concesión
6	XHTOK-TV XHTOK-TDT	31 43	Canal 5	México	Televisión	Concesión
7	XHTOL-TV XHTOL-TDT	10 39	Canal 10 local	México	Televisión	Concesión
8	XHXEM-TV XHXEM-TDT	6 27	Azteca 13 México	México	Televisión	Concesión
9	XHOPEM-TDT	30	S/D	México	Televisión	Permiso
10	XHVBM-TV	7	Once TV	México	Televisión	Permiso

Total de medios: **10**



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

INTERNET



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

MOTORES DE BÚSQUEDA (Enlaces patrocinados y espacios publicitarios)

Google México

Yahoo!

Live (MSN)

Bing

Ask

CORREO ELECTRÓNICO (Espacios publicitarios)

Hotmail

Yahoo

Gmail



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

PORTALES (Espacios publicitarios)

Facebook
You Tube (Ads by Google)
Yahoo!
Prodigy MSN
Mercado Libre
Taringa
Segunda Mano
Televisa



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



PORTALES (Espacios publicitarios)

Medio Tiempo

Esmas.com

monografias.com

ESPN

Softonic



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

SITIOS DE NOTICIAS (espacios publicitarios)

El Universal

La Jornada

Milenio

El Financiero

Reforma

Excélsior

Organización Editorial Mexicana (OEM)

SDPnoticias

Uno noticias



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

SITIOS DE NOTICIAS (espacios publicitarios)

Aristegui Noticias
La Crónica de Hoy
Revista Proceso
Sin Embargo
Quadratin Estado de México
Agencia de Noticias del Estado Mexicano NOTIMEX
Agencia MVT
La Silla Rota



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

SITIOS DE NOTICIAS (espacios publicitarios)

Agenda Mexiquense
Alfa Diario
El Informante
Expediente Noticias
3 PM
Imagen Política de México y del Mundo
Puntual
Heraldo Estado de México



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



SITIOS DE NOTICIAS (espacios publicitarios)

Fuerza Estado de México
Ultra 101.3 FM
www.amnoticias.com.mx
El Valle
Así Sucede
Congresistas
Comunicación XXI



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

PORTALES DE RADIODIFUSORAS Y TELEVISORAS (espacios publicitarios)

Televisa Noticias (<http://noticierostelevisa.esmas.com>)

Azteca Noticias (<http://www.aztecanoticias.com.mx>)

Grupo Fórmula (www.radioformula.com.mx)

Grupo Radio Centro (www.radiocentro.com.mx)

Grupo Imagen (www.imagen.com.mx)

Cadena Rasa (www.rasa.com.mx)

Milenio Televisión (www.milenio.com/portal/tv_live.htm)

CNN México (<http://mexico.cnn.com/>)

CNN Expansión (<http://www.cnnexpansion.com>)

Univisión



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



43

Páginas oficiales de los Partidos Políticos

Partido Acción Nacional
Partido Revolucionario Institucional
Partido de la Revolución Democrática
Partido Verde Ecologista de México
Partido del Trabajo
Partido Nueva Alianza
Movimiento Ciudadano
Morena
Partido Humanista
Partido Encuentro Social
Partido Futuro Democrático



Catálogo de medios impresos,
electrónicos e internet



44



MONITOREO CUANTITATIVO radio



MONITOREO CUANTITATIVO televisión



MONITOREO CUANTITATIVO internet y sitios web



MONITOREO CUANTITATIVO impresos



MONITOREO CUALITATIVO radio



MONITOREO CUALITATIVO televisión



MONITOREO CUALITATIVO internet y sitios web



MONITOREO CUALITATIVO impresos