

La Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión del Instituto Electoral del Estado de México, en su Décimo Novena Sesión Ordinaria celebrada el veintinueve de agosto de dos mil dieciséis, aprobó el siguiente:

ACUERDO NÚM. 11

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

ANTECEDENTES

I. Que en Sesión Extraordinaria de fecha quince de octubre del año dos mil catorce, el Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, aprobó el Acuerdo Número IEEM/CG/63/2014, por el que se nombró a los integrantes de sus Comisiones, estableciendo en el inciso c) del punto de acuerdo primero, la actual integración para la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión.

II. Que en Sesión Extraordinaria de fecha veintiuno de enero del año dos mil quince, el Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, aprobó el Acuerdo Número IEEM/CG/07/2015, por el que expidió el *"Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del Instituto Electoral del Estado de México"*.

III. El ocho de abril del año dos mil dieciséis, el Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, en Sesión Ordinaria, aprobó el Acuerdo IEEM/CG/50/2016, por el que se crea la Comisión Especial para la revisión y actualización de la Normatividad del Instituto Electoral del Estado de México.

En el referido acuerdo, en su considerando XVI, en el apartado de "Objetivos", inciso a), se determinó que la Comisión referida revisaría los Instrumentos normativos del Instituto Electoral del Estado de México, cuyo estudio no compete reglamentariamente a otra Comisión.

IV. El veintiséis de mayo de dos mil dieciséis, la Comisión de Acceso a Medios Propaganda y Difusión, en su Décimo Sexta Sesión Ordinaria, aprobó el método de trabajo y el cronograma de actividades para la actualización de la normatividad que atañe a la Comisión citada.

V. El quince de julio del año en curso, se llevó a cabo la Décimo Octava Sesión Ordinaria de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, en la cual se aprobaron los *“Lineamientos de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos, Internet, Alternos y Cine del Instituto Electoral del Estado de México”*.

VI. En fechas cinco y ocho de agosto de dos mil dieciséis, se hizo del conocimiento a los integrantes de la Comisión aludida, la propuesta de modificación al *“Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del Instituto Electoral del Estado de México”*, elaborada por la Secretaría Técnica de la propia Comisión.

VII. En observancia al método y cronograma de trabajo que fueron aprobados, la Dirección Jurídico Consultiva, la Consejera Natalia Pérez Hernández, la Unidad de Comunicación Social y la Consejera María Guadalupe González Jordan, en fechas 9, 10 y 11 de agosto de dos mil dieciséis, respectivamente, presentaron sus propuestas de modificación al Manual de Procedimientos señalado.

VIII. El quince de agosto del dos mil dieciséis, el Presidente junto con el Secretario Técnico de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, convocaron a los integrantes de la misma, para el desahogo de la Séptima Reunión Ordinaria de Trabajo, a fin de analizar y discutir las propuestas de modificación al Manual precitado.

Tal reunión tuvo verificativo el siguiente diecisiete de agosto del mismo año, y en virtud de no agotarse los asuntos a tratar en el orden del día se declaró un receso, reanudándose la reunión el veintitrés de agosto de dos mil dieciséis, la cual concluyó ese mismo día.

IX. El veinticinco de agosto del dos mil dieciséis, el Presidente junto con el Secretario Técnico de la Comisión, convocaron a sus integrantes para llevar a cabo la Décimo Novena Sesión Ordinaria a fin de analizar, discutir y, en su caso, aprobar las reformas al Manual precitado.

X. El veintinueve de agosto del mismo año, se realizó la Décimo Novena Sesión Ordinaria de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, en la cual, después del análisis y discusión de las propuestas de modificación al *“Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del Instituto Electoral del Estado de México”*, expedido por el Consejo General mediante Acuerdo Número IEEM/CG/07/2015,



los Consejeros presentes en dicha sesión, con el consenso de los representantes de los partidos políticos presentes, determinaron modificar y actualizar ciertos aspectos del mismo, a fin de armonizar su contenido con el de los Lineamientos de Monitoreo señalados en el Antecedente V.

Lo anterior, en virtud de que el Manual citado no es motivo de abrogación, ya que es intemporal, circunstancia por la cual el nombre del mismo no fue materia de modificación y su contenido responde al de los Lineamientos de Monitoreo aprobados por la Comisión el pasado quince de julio del año en curso.

XI. La Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión del Instituto Electoral del Estado de México, en términos de los artículos 1.3, último párrafo y 1.48 fracción XIV del Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, propone al Órgano Superior de Dirección de este Instituto reformar el *"Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del Instituto Electoral del Estado de México"*, expedido por el Consejo General mediante Acuerdo Número IEEM/CG/07/2015.

CONSIDERANDOS

I. De conformidad con lo establecido en el artículo 116, Base IV, incisos b) y c) de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el ejercicio de la función electoral a cargo de las autoridades electorales se regirá por los principios de certeza, imparcialidad, independencia, legalidad, máxima publicidad y objetividad; a su vez, dichas autoridades al tener a su cargo la organización de las elecciones gozarán de autonomía en su funcionamiento e independencia en sus decisiones.

II. La Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México, en su artículo 11, párrafo primero, prevé que la organización, desarrollo y vigilancia de los procesos electorales para las elecciones de Gobernador, Diputados a la Legislatura del Estado y miembros de Ayuntamientos es una función 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, se regirá por los principios rectores.

III. El artículo 72, párrafo tercero, del Código Electoral del Estado de México, 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.

IV. El artículo 169, párrafo primero, del Código Electoral del Estado de México, señala que el Instituto Electoral local se regirá para su organización, funcionamiento y control por las disposiciones constitucionales relativas, aquellas que emita el Instituto Nacional Electoral, las que le resulten aplicables y las del mencionado Código.

V. El artículo 183, párrafos primero al cuarto, del Código Electoral del Estado de México, indica que el Consejo General de este Instituto, integrará las comisiones que considere necesarias para el desempeño de sus atribuciones; con tres consejeros designados por el propio Consejo General con voz y voto, los representantes de los partidos y coaliciones con voz y un secretario técnico que será designado por el Consejo General en función de la Comisión de que se trate.

Asimismo, determina que la aprobación de todos los acuerdos y dictámenes deberá ser con el voto de al menos dos de los consejeros integrantes, y preferentemente con el consenso de los partidos y coaliciones, y para que tengan obligatoriedad las circulares, proyectos de acuerdo o de dictámenes que emitan, deberán ser aprobadas por el Consejo General.

De igual manera, en su 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.

VI. El artículo 184 del Código en comento, menciona que el Consejo General del Instituto ordenará la publicación de los acuerdos y resoluciones de carácter general que pronuncie y de aquellos que así lo determine en el periódico oficial "Gaceta del Gobierno".

VII. El Código Electoral del Estado de México, en su artículo 185, fracción I, otorga, entre otras atribuciones al Consejo General, la de expedir los reglamentos interiores, programas, lineamientos y demás disposiciones que sean necesarios para el buen funcionamiento del Instituto.

VIII. El artículo 266, en sus párrafos primero y segundo, del Código Electoral del Estado de México, señala que 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 toques 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.

IX. El último párrafo del artículo 1.3 del Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, menciona que las Comisiones podrán proponer al Consejo General, reformas, adiciones, modificaciones, derogaciones y abrogaciones al marco normativo del Instituto relacionado con las materias de su competencia y, de ser el caso, aprobarlas y publicarlas.

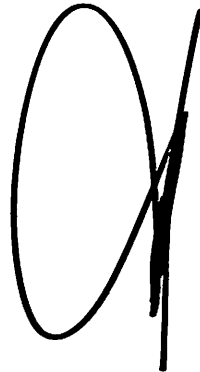
X. El artículo 1.46 del Reglamento señalado, determina que la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, tendrá como objeto, entre otros, realizar monitoreos de medios de comunicación electrónicos e impresos, públicos y privados, así como de la propaganda colocada en todo tipo de espacio o equipamiento 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.

XI. Las fracciones X y XIV, del artículo 1.48 del Reglamento referido, establecen como atribuciones 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; asimismo, la de elaborar, actualizar, vigilar y dar cumplimiento a los lineamientos, normatividades y demás ordenamientos de la propia Comisión.

XII. Que una vez que fueron analizadas y discutidas las propuestas de modificación al *"Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del Instituto Electoral del Estado de México"*, expedido mediante Acuerdo Número IEEM/CG/07/2015, que

hicieron llegar la Dirección Jurídico Consultiva, la Consejera Natalia Pérez Hernández, la Unidad de Comunicación Social y la Consejera María Guadalupe González Jordan, se determinó modificar y actualizar ciertos aspectos del mismo como ya se mencionó en el Antecedente X.

Sobre esa base, fueron aprobadas por unanimidad de los consejeros presentes en la sesión, con el consenso de los partidos políticos, las propuestas de modificación al Manual señalado, por lo que esta Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión del Instituto Electoral del Estado de México, considera conveniente **reformarlo** con los anexos que lo integran, para quedar en los términos precisados en el documento adjunto, dando con ello cumplimiento a las actividades que legalmente tiene encomendadas, en términos de lo dispuesto en los artículos 1.3, último párrafo y 1.48, fracción XIV del Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México.



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

ACUERDO

PRIMERO. Se **reforma** el *“Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del Instituto Electoral del Estado de México”* y sus anexos, expedido por el Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, en sesión extraordinaria de fecha veintiuno de enero del año dos mil quince, mediante Acuerdo Número IEEM/CG/07/2015, para quedar en los términos precisados en el documento adjunto al presente Acuerdo, que forma parte del mismo.



SEGUNDO. Tórnese el presente Acuerdo junto con sus anexos a la Secretaría Ejecutiva, con la finalidad de que se someta a la consideración del Consejo General el Manual señalado en el Punto de Acuerdo Primero, para su análisis, discusión y, en su caso, aprobación.

Así lo resolvieron, por Unanimidad de votos los Consejeros Electorales presentes en la sesión, con el consenso de los representantes de los partidos políticos presentes: Partido Acción Nacional, Partido Revolucionario Institucional, Partido del Trabajo, Partido Verde Ecologista de México, Movimiento Ciudadano, Nueva Alianza, MORENA y Encuentro Social.



Toluca, México, veintinueve de agosto de dos mil dieciséis.

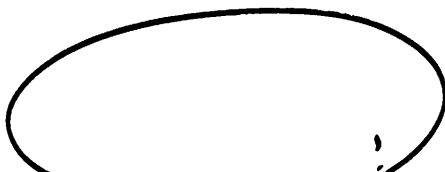
**"TÚ HACES LA MEJOR ELECCIÓN"
A T E N T A M E N T E**



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



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



**DR. FRANCISCO JAVIER JIMÉNEZ JURADO
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 Décimo Novena Sesión Ordinaria, celebrada el veintinueve de agosto de dos mil dieciséis, por el que se aprueba la reforma al "Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del Instituto Electoral del Estado de México" y sus anexos.

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 establecer el procedimiento del monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet, bajo una estructura metodológica y temática de la información.

El Manual está integrado por los siguientes apartados:

- 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: actualización, en su caso, de la normatividad que regula el monitoreo; elaboración del cronograma de actividades relativas al monitoreo; aprobación del catálogo de medios electrónicos, impresos e Internet; e implementación del procedimiento respectivo para la contratación de la empresa, selección de la institución pública educativa de nivel superior, o designación del área que, en su caso, realice el monitoreo.
- c) Desarrollo: comprende el monitoreo cuantitativo y cualitativo a radio, televisión, impresos e Internet; la presentación de informes y, en su caso, la auditoría al monitoreo, las variables que deberán ser consideradas.
- d) Anexos: toda aquella documentación complementaria para llevar a cabo el monitoreo, tales como: el catálogo de medios y las bitácoras de registro.

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

- 1) Ejecución directa a cargo del Instituto.
- 2) Ejecución indirecta, a través de la contratación de una empresa especializada en monitoreo.
- 3) Ejecución indirecta a través de una institución pública educativa de nivel superior.

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

II. Fundamento legal

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

Artículo 41, Base III, Apartado B.

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales

Artículo 160, numeral 1.

Ley General de Partidos Políticos
Artículo 49, numeral 1.

Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral
Artículo 7, numeral 3.

Código Electoral del Estado de México
Artículos 71, párrafo cuarto; 72, párrafo tercero; 185 primer párrafo, fracciones XI, XIV y XIX; 261, párrafo segundo y 266.

Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México
Artículos 1.46 y 1.48 párrafo primero, fracciones I, II, IV, V, VI, IX, X, XIV.

Lineamientos de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos, Internet, Alternos y Cine del Instituto Electoral del Estado de México.
Artículos 1; 3; 4; 5; 12; 13; 26; 29; y 30.

III. Glosario

Para los efectos del presente Manual, se entenderán por:

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

Las autoridades y los servidores públicos: las autoridades y los 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.

Campañas electorales: conjunto de actividades llevadas a cabo por los actores políticos, 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 y 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, susceptibles de monitoreo.

Código: Código Electoral del Estado de México.

Comisión: Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión del Consejo General 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.

Concesionario: Persona física o moral, titular de una concesión para usar, aprovechar y explotar bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico, prevista en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

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.

Empresa: proveedor especializado que al efecto contrate el Instituto Electoral del Estado de México para la realización del monitoreo de la propaganda de los actores políticos difundida a través de los medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet, desde el inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral.

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.

Institución educativa: institución pública educativa de nivel superior con la que el Instituto firme convenio de colaboración para la realización del monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet de la propaganda de los actores políticos.

Instituto: Instituto Electoral del Estado de México.

Intercampañas: periodo que transcurre entre el día siguiente al de la conclusión de las precampañas, y el 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: Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del Instituto Electoral del Estado de México.

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

Medios electrónicos: 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: para los efectos del presente manual, es el seguimiento especializado, cuantitativo y cualitativo, por medio del cual se identifica, registra, captura, procesa y presenta la información recopilada de los medios de comunicación electrónicos, impresos e internet, en los que se detecte la difusión de la propaganda relacionada con los procesos electorales en el Estado de México.

Monitoreo cualitativo: análisis sobre el trato que los medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet 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; identificando si el tratamiento de la información noticiosa que generen los actores políticos a quienes se mencione es: positivo, negativo o neutro, en términos de las manifestaciones, adjetivos calificativos o expresiones idiomáticas utilizadas; vigilar la equidad en la cobertura informativa; además de identificar la participación directa o indirecta de los actores a valorar dentro de la información.

Monitoreo cuantitativo: análisis que mide la cantidad de mensajes promocionales, propagandísticos e informativos que difunden los actores políticos y las autoridades electorales en los medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet, que 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 páginas 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 en radio y televisión, convertido a número de mensajes, que corresponde a los partidos políticos, candidaturas independientes y a las autoridades electorales en un periodo determinado, dentro del cual se precisa la estación de radio o el canal de televisión, la hora o el rango en que debe transmitirse cada mensaje y el partido político, candidatura independiente 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 noticiario o el servicio informativo. En la nomenclatura de este Manual, pieza de monitoreo equivale a mención, promocional o nota informativa.

Plazas alternas: las instalaciones que determine la empresa o la institución educativa 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 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 Consejo General 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: el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones, que durante las precampañas o las campañas electorales producen y difunden los partidos políticos, coaliciones, candidaturas comunes, los aspirantes a candidatos independientes, los candidatos y sus simpatizantes, para obtener el voto en los procesos internos de selección a cargos de elección popular en el primero de los supuestos y, con el propósito de presentar ante la ciudadanía las candidaturas registradas para la obtención del voto en el segundo de los supuestos.

Propaganda de autoridades electorales: la que emiten los órganos electorales, tanto administrativos como jurisdiccionales, en el territorio estatal, de acuerdo a los tiempos que le son otorgados en radio y televisión por el INE.

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

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

Dispositivo de almacenamiento digital externo: disco compacto (CD), disco versátil digital (DVD), disco duro externo, unidad *flash* USB, 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.

UCS: 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 noticiario o servicio informativo. En el caso de que la nota informativa o mención no contenga alguna adjetivación, se considerará como neutra.

IV. Objetivo general

Desarrollar los procedimientos que permitan implementar el monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet que coadyuven a garantizar la equidad en la difusión de los actos proselitistas de los actores políticos durante los procesos electorales del Estado de México; verificar la transmisión de las pautas aprobadas por el INE, por parte de los concesionarios en radio y televisión; apoyar, en su caso la fiscalización de los partidos políticos, coaliciones, candidaturas comunes, aspirantes a candidatos independientes, candidaturas independientes, precandidatos y candidatos; y prevenir 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 con lo establecido en el párrafo segundo del artículo 261 del Código.

V. Objetivos específicos

1. Establecer los procedimientos para llevar a cabo el monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet.
2. Establecer la metodología para el monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet.
3. Determinar las características que deberán contener los informes quincenales, finales, y en su caso, extraordinarios.

VI. Justificación

El presente Manual establece los procedimientos que permitirán llevar a cabo las actividades de monitoreo a la propaganda de los actores políticos difundida en medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet, que servirán para coadyuvar a garantizar la equidad en la difusión de los actos proselitistas durante los procesos electorales en el Estado de México; verificar la transmisión en radio y televisión, de las pautas aprobadas por el INE; apoyar, en su caso en la fiscalización de partidos políticos, coaliciones, candidaturas comunes, aspirantes a candidatos independientes, candidaturas independientes, precandidatos y candidatos; y 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 con lo establecido en los artículos 71 párrafo cuarto, y 261 párrafo segundo del Código, salvo las excepciones previamente establecidas.

VII. 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.

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, candidaturas 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 UCS elabore el Catálogo de Medios, en el que se tomará en cuenta el tiraje en medios impresos, la cobertura de las estaciones de radio y canales de televisión, así como la relación de las páginas *web* más visitadas de Internet en términos de lo que establecen los artículos 29, 33 y 35 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 o suscripción de convenio.

A más tardar 90 días antes del inicio de las precampañas, la Comisión determinará sobre la contratación de una empresa o la suscripción del convenio con alguna institución educativa para la realización de los monitoreos cuantitativos y cualitativos en radio, televisión, impresos e internet.

8.5.1. De la contratación de una empresa.

La Comisión, a través de la Dirección, solicitará al Comité de Adquisiciones, la contratación del servicio de monitoreo, conforme a lo establecido en los Lineamientos para la Administración de Recursos del Instituto Electoral del Estado de México.

8.5.1.1. El Comité de Adquisiciones llevará a cabo el procedimiento correspondiente para la contratación de la empresa que realizará el monitoreo, mediante la selección de 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, al presente Manual, 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) Digitalización de los testigos.
- 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 atender las solicitudes o requerimientos planteados por la Comisión a la empresa que realice el monitoreo.
- 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, actor político, autoridad gubernamental o electoral), los informes quincenales, finales y en su caso, extraordinarios, así como los reportes a detalle y de la misma forma el comparativo del pauta 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 resultado del monitoreo, de acuerdo con las características previstas en este Manual, en dispositivo de almacenamiento digital externo, 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 conforme a los indicadores tarifarios que aporte la empresa 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 exclusiva 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) Será obligación de la empresa entregar a la Dirección el informe final y la totalidad de los testigos en disco duro externo, conforme a las características previstas en este Manual.
- s) La forma de pago para el servicio de monitoreo será la siguiente: un primer pago correspondiente al 25% a la firma del contrato; un segundo pago equivalente al 15% una vez que se tenga por rendido ante la Comisión el informe final de precampañas; un tercer pago equivalente al 15% una vez que se tenga por rendido ante la Comisión el informe final de intercampañas. El pago final del 45% se efectuará una vez que se tenga por rendido el informe final acumulado a entera satisfacción de la Comisión, así como del Consejo General.

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

8.5.1.3. Para efectos de precedentes para la contratación de la empresa, 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:

- a) No haber sido sancionada administrativamente por el Instituto u otros organismos electorales, ni judicialmente, además de no estar boletinada.
- b) Acreditar experiencia mediante trabajos de monitoreo a medios electrónicos, impresos e Internet o trabajos similares.
- c) Acreditar su trayectoria profesional con al menos tres años de haber sido constituida la empresa.

- d) Acreditar oficinas permanentes; equipos y mobiliario propio.
 - e) Acreditar capacidad económica y financiera.
 - f) Acreditar la capacidad tecnológica y técnica de los equipos, así como del personal ejecutivo y operativo que se hará cargo de los trabajos de monitoreo.
- 8.5.1.4. La Dirección deberá elaborar el catálogo a nivel nacional de las empresas susceptibles de ser contratadas para realizar el monitoreo a medios electrónicos, impresos e Internet, dicho catálogo será remitido, en su momento, a la Dirección de Administración del Instituto, como instrumento de apoyo para el procedimiento adquisitivo correspondiente.
- 8.5.1.5. La Secretaría Técnica informará a los integrantes de la Comisión, el listado de las empresas que adquirieron las bases.
- 8.5.1.6. La Comisión organizará y efectuará una visita a cada una de las empresas, una vez que se hayan presentado sus propuestas ante el grupo de trabajo del Comité de Adquisiciones, a efecto de verificar que sus instalaciones cuenten con la infraestructura necesaria y suficiente para realizar el monitoreo.

8.5.2. Del convenio de colaboración con institución educativa

En el caso de que la Comisión opte por celebrar convenio con alguna institución educativa, éste se sujetará a lo dispuesto por los artículos 190, fracción II del Código; 30, párrafo segundo de los Lineamientos y al presente Manual.

Para el efecto, la Comisión instruirá al Secretario Técnico consulte a la(s) institución(es) educativa(s) que la propia Comisión determine, para saber si cuenta(n) con la capacidad técnica, humana y material para realizar el monitoreo tanto cuantitativo como cualitativo a radio y televisión, incluyendo la verificación de las pautas aprobadas por el INE, en términos de lo que previene el artículo 30, párrafo segundo, inciso a) de los Lineamientos.

En caso de manifestar su interés en realizar el monitoreo y acreditar que cuenta(n) con la capacidad técnica, humana y material para llevarlo a cabo, la Secretaría Técnica lo informará a la Comisión.

Hecho lo anterior, la Comisión instruirá al Secretario Técnico para que realice los trámites necesarios ante las instancias correspondientes del propio Instituto, para la elaboración del convenio respectivo.

En caso de que la institución educativa manifieste que no cuenta con la capacidad técnica, pero sí con la humana y la material, y que tiene el interés para realizar el monitoreo, se estará a lo dispuesto en el artículo 30, párrafo segundo, inciso b), de los lineamientos.

Lo anterior, se dará a conocer a la Comisión, a efecto de instruir al Secretario Técnico para que realice los trámites ante las instancias correspondientes del propio Instituto, para la celebración del convenio de colaboración a firmarse con la institución educativa, en

términos de la normatividad aplicable. Una vez celebrado el convenio, y a efecto de que sea llevado de manera adecuada y puntual el monitoreo, el personal de la Dirección se reunirá con el personal designado por la institución educativa con la finalidad de llevar a cabo pláticas relacionadas con el monitoreo.

Asimismo, el Instituto deberá contemplar el acercamiento con el INE para efecto de prever dentro del anexo técnico del convenio de colaboración con dicha Institución, lo relativo a su acompañamiento en el monitoreo que realizará la institución educativa, en términos de lo previsto en el artículo 30, párrafo segundo, inciso b), de los Lineamientos.

En el desarrollo del monitoreo la institución educativa atenderá lo previsto en los Lineamientos y en los procedimientos contenidos en el presente Manual.

8.5.3. Del monitoreo que, en su caso, ejecute directamente el Instituto.

El Instituto podrá ejecutar directamente el monitoreo, con el auxilio de las áreas y personal que se consideren necesarios, conforme a lo establecido en los artículos 5, párrafos segundo y tercero; 15; 30, párrafo segundo, inciso b); 33; 34 y 35 de los Lineamientos y a los procedimientos del monitoreo aplicables a la institución educativa, contenidos en el presente Manual.

En ese sentido, el monitoreo cualitativo a radio y televisión, se realizará con base en las grabaciones proporcionadas por el INE a este Instituto, relativas a los espacios noticiosos, así como de los programas de espectáculos que difundan noticias con cobertura local.

En cuanto al monitoreo cuantitativo a radio y televisión, se estará a los reportes ejecutivos y a detalle del cumplimiento de la pauta de transmisión de los *spots* y a los informes estatales del monitoreo que deberá de remitir el INE.

Para lo anterior, el Instituto deberá contemplar el acercamiento con el INE para efecto de prever dentro del anexo técnico del convenio de colaboración con dicha Institución, lo relativo a su acompañamiento en el monitoreo que realizará el Instituto.

En el desarrollo del monitoreo a cargo del Instituto se atenderá a lo previsto en los Lineamientos y en los procedimientos contenidos en el presente Manual.

IX. Desarrollo o implementación del monitoreo

9.1. Recopilación y seguimiento de la información.

- 9.1.1 La empresa o institución educativa 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 en su caso 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, coalición, candidatura común, y en su caso, candidatura 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 educativa 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 efectuará el monitoreo a 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, coalición, candidaturas comunes y candidaturas 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 o institución educativa, a fin de que se transmitan los requerimientos, observaciones y dudas de la Comisión de manera correcta.
- 9.1.8. La Dirección remitirá a la empresa o institución educativa, por el medio que considere más oportuno y a la brevedad posible, las listas de candidatos de los partidos políticos, coaliciones, candidaturas comunes y candidaturas independientes aprobadas por el Consejo General del Instituto, así como de las sustituciones que se realicen a los mismos, a fin de que dicha información sea considerada en el desarrollo de las labores de monitoreo.
- 9.1.9. La Comisión, por sí o a través de la Secretaría Técnica, supervisará de manera continua la labor del monitoreo desarrollado por la empresa o la institución educativa, mediante las visitas que estime necesarias a sus respectivas instalaciones, para lo cual, llevará una bitácora que contenga las actividades que se consideren oportunas.
- 9.1.10. La Comisión establecerá los términos en los cuales se realizarán visitas de inspección por parte de los integrantes de la Comisión, a las sedes de la empresa o institución educativa, 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 un dispositivo de almacenamiento digital externo.
- 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 según las variables previstas en el presente Manual.
- 9.2.9. La información generada y la que se pueda consultar desde la página *web*, deberá contar con resguardo digital de todo contenido.

9.3. De las características de los informes.

- 9.3.1. Los informes quincenales, finales, y en su caso, extraordinarios, presentarán la información organizada por tipo de medio de comunicación, partido político, coalición, candidatura común y en su caso candidatura independiente, autoridad electoral, autoridad gubernamental y actor político.
- 9.3.2. Para la elaboración y presentación de los informes ejecutivos, se deberá tener en cuenta 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, en el que se reflejarán la presencia de los actores políticos y autoridades electorales, así como la propaganda gubernamental en los medios de comunicación, por medio de gráficos o 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, y tiempo asignado, visualización de 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, candidaturas comunes y en su caso, de candidaturas 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 La empresa o institución educativa deberá verificar y constatar, previo a la entrega de los informes, que los datos y la información contenida en los mismos, sean claros, coherentes y se eviten errores o confusiones.
- 9.3.6 Las conclusiones que presente la empresa o institución educativa en los informes respectivos deben contener información sustantiva, en el que se establecerá 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 los exhortará de manera inmediata para 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 por escrito a la empresa o institución educativa, informes extraordinarios del monitoreo, que serán entregados dentro de los dos días naturales siguientes al requerimiento.

9.5. Presentación de resultados.

- 9.5.1 Apoyada en la empresa o institución educativa, la Comisión informará periódicamente al Consejo General sobre los informes quincenales, finales y en su caso, extraordinarios del monitoreo.
- 9.5.2 Los informes quincenales, finales y en su caso, extraordinarios 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 en su caso, extraordinarios, deberán entregarse en forma impresa y en dispositivo de almacenamiento digital externo, con informes ejecutivos analíticos, cuantitativos y cualitativos, acompañados de los 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, acompañada 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 u omisiones en los informes presentados por la empresa o institución educativa, siempre y cuando estos sean atribuibles a la institución, no se tendrán por rendidos, para lo cual, se le solicitará sean corregidos y presentados nuevamente ante la Comisión, en el plazo que ella misma determine. Los informes respectivos deberán rendirse en términos de la metodología establecida en los Lineamientos y en el presente Manual.

En caso de que la empresa reincida en errores u omisiones en la presentación del informe correspondiente, la Comisión determinará, en su momento, la aplicación de las penalizaciones correspondientes que el contrato de prestación de servicios señale.

En caso de que la institución educativa reincida en errores u omisiones en la presentación del informe correspondiente, se estará a lo establecido en el convenio respectivo.

En caso de ser reiteradas y constantes las fallas de la empresa, la Comisión solicitará se inicie el procedimiento para la rescisión del contrato.

- 9.5.5 Una vez concluidos los trabajos de monitoreo, la empresa o institución educativa deberá remitir toda la información capturada y segmentada por tipo de medio, partido político, coalición, candidatura común y en su caso, candidatura independiente, autoridad electoral, autoridad gubernamental y actor político, así como sus testigos debidamente clasificados, todo ello capturado 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 generadas por los actores políticos 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 información deberá contar por cada uno de los registros, con un análisis de la información reportada, síntesis informativa junto con el testigo para su consulta en la plataforma o página electrónica que disponga la empresa o la institución educativa, para tales fines. 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, candidatura común, sus precandidatos o candidatos, o en su caso, candidatos independientes; aun en el caso de que se consideren otros temas.
- b) La empresa o institución educativa 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, con el propósito de realizar la valoración del contenido, ya sea positiva, negativa o neutra, conforme a los criterios metodológicos que se enuncian a continuación:

Método para la “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 aquellas que fueron negativas y aquellas 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 se exprese verbalmente mediante 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. 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, coalición o candidatura común, serán diferentes a las menciones de estos, ya que en una pieza de información pueden mencionarse distintos partidos políticos, coaliciones o candidaturas comunes sin que todos ellos sean valorados, o bien, pueden valorarse partidos políticos, coaliciones o candidaturas comunes 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 que le beneficien.

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 que le afecten.

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

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

9. Tipo de participación. Permite distinguir el grado de intervención (directa o indirecta) de un actor político en la generación de la nota informativa a valorar, de acuerdo a los siguientes criterios:

Declarante: Es el actor emisor que tiene una intervención directa en la nota (declara, manifiesta, expone, comenta o expresa su punto de vista sobre un hecho).

Referente: Cuando el medio o algún tercero dentro de la nota, hace mención directa del actor a valorar ya sea positiva, neutra o negativamente.

Circunstancial: Cuando el medio informa directamente sobre el actor a valorar, sin que exista una declaración del mismo, ni alguna referencia directa de un tercero en torno a éste. Es decir, el actor a valorar aparece de manera casual en la nota informativa.

- 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, candidaturas comunes y candidaturas independientes. También se atenderá el orden de presentación de la información relativa a las precampañas, intercampañas, campañas, periodo de reflexión y jornada electoral en armonía con 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, candidaturas comunes y candidaturas 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, de acuerdo 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 educativa 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 educativa, 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. Nº. Se otorgará un número consecutivo a cada promocional, de acuerdo con el orden cronológico de aparición.
- 12.1.1.2. Fecha. Momento de la transmisión en formato día, mes y año (dd/mm/aaaa).
- 12.1.1.3. Hora. Horario de transmisión, que permite asentar el inicio del promocional en el formato de horas, minutos y segundos (00:00:00).
- 12.1.1.4. Tipo de promocional. Aquel que se emita independientemente de que la transmisión se realice a través de estaciones de origen o repetidoras, y que puede ser:
 - a) Spot.
 - b) Mención.
- 12.1.1.5. Nombre de la estación. Aquella 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. Conjunto de letras que identifican a la estación.
- 12.1.1.8. Banda. Banda donde transmite la estación.
- 12.1.1.9. Grupo. El grupo radiofónico al que pertenece la estación.

- 12.1.1.10. Localización. Lugar donde se ubica el medio y que la empresa deberá precisar, el cual puede ser en:
- a) El Estado de México;
 - b) La Ciudad de México; u
 - c) Otra entidad (especificar cuál).
- 12.1.1.11. Cobertura de transmisión. En la que se especifica si es de tipo nacional, estatal, local o de otras entidades que por su alcance pueda influir en el electorado estatal.
- 12.1.1.12. Plaza. Instalación donde se capta la señal de la estación.
- 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 al precandidato, candidato, o candidato independiente a cualquiera de los siguientes cargos de elección popular:
- 1. Gobernador.
 - 2. Diputado local.
 - 3. 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, candidatura común, candidatura independiente, autoridad electoral o gubernamental.
- 12.1.1.20. Modalidad de propaganda:
- a) Política.
 - b) Electoral.
 - c) Gubernamental.
 - d) De autoridades electorales.
- 12.1.1.21. Identificación de la versión transmitida. Denominación mediante la cual la empresa o institución educativa clasifica cada versión de los promocionales.
- 12.1.1.22. Duración. Tiempo de duración del promocional transmitido, en formato de minutos y segundos (00:00).

- 12.1.1.23. Verificación de la pauta. La empresa o institución educativa 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 educativa 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. Momento de la transmisión en formato día, mes y año (dd/mm/aaaa).
- 12.1.2.3. Hora. Horario de transmisión, que permite asentar el inicio del promocional en el formato de horas, minutos y segundos (00:00:00).
- 12.1.2.4. Tipo de promocional. Aquel que se emite independientemente de que la transmisión se realice a través de canales de televisión de origen o repetidoras, que pueden ser:
- a) *Spot*.
 - b) Mención.
 - c) Cintillo.
 - d) Publicidad virtual.
 - e) Publicidad fija de vallas en estadios.
 - f) Exposición del emblema del partido político, coalición, candidatura común o candidatura independiente.
- 12.1.2.5. Nombre del canal. Denominación distintiva donde se presentó el promocional.
- 12.1.2.6. Número de canal. Aquel donde se presentó el promocional.
- 12.1.2.7. Siglas. Conjunto de letras que identifican al canal donde se presentó el promocional.
- 12.1.2.8. Grupo. El grupo televisivo al que pertenece el canal.
- 12.1.2.9. Tipo de señal.
- a) Abierta.
 - b) Restringida (televisión por cable o satelital).
- 12.1.2.10. Localización. Lugar donde se ubica el medio, el cual puede ser en:
- a) El Estado de México;

- b) La Ciudad de México; u
 - c) Otra entidad (especificar cuál).
- 12.1.2.11. Cobertura de transmisión. En la que se especifica si es de tipo nacional, local, megaplaza (en un grupo de estados).
- 12.1.2.12. Plaza. Aquella 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 por la que se postula al precandidato, candidato, o candidato independiente a cualquiera de los siguientes cargos de elección popular:
- 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, candidatura común, candidatura independiente, autoridad electoral o gubernamental.
- 12.1.2.20. Modalidad de propaganda:
- a) Política.
 - b) Electoral.
 - c) Gubernamental.
 - d) De autoridades electorales.
- 12.1.2.21. Identificación de la versión transmitida. Nombre con el cual la empresa o institución educativa denomina el promocional.
- 12.1.2.22. Duración. Tiempo de duración del promocional transmitido, en formato de minutos y segundos (00:00).
- 12.1.2.23. Verificación de la pauta. La empresa o institución educativa 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.

12.2. Internet y páginas *web* (de manera referencial)

Se deben de monitorear las páginas *web* de los medios de comunicación electrónicos e impresos, referidas 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. Momento de publicación del promocional en formato día, mes y año (dd/mm/aaaa).
- 12.2.3. Nombre de la página. Denominación de la página *web* donde se publicó el promocional.
- 12.2.4. Dirección electrónica. Secuencia de caracteres que permiten ingresar a 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 cualquiera de los siguientes cargos de elección popular:
 - 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, candidatura común, candidatura independiente, autoridad electoral o gubernamental.

- 12.2.12. Modalidad de propaganda:
 - a) Política.
 - b) Electoral.
 - c) Gubernamental.
 - d) De autoridades electorales.
- 12.2.13. Identificación de la versión transmitida. Nombre con el cual la empresa o institución educativa denomina a la versión del formato publicitario online.
- 12.2.14. Costo unitario. En el que se considere como meros indicadores los tarifarios que aporte la empresa o institución educativa, los cuales serán indicativos y en ningún caso vinculantes.
- 12.2.15. Además de las variables que la empresa o institución educativa 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. Momento en que se publicó la propaganda 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. Circulación (de acuerdo con el Catálogo de Medios aprobado por la Comisión):
 - a) Nacional.
 - b) Regional.
 - c) Local.
- 12.3.8. Tiraje.
- 12.3.9. Plaza. Instalación donde se recibe el medio impreso.

- 12.3.10. Nombre del actor.
- 12.3.11. Candidatura. Tipo de candidatura por la que se postula el precandidato, candidato o candidato independiente a cualquiera de los siguientes cargos de elección popular:
- 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, candidatura común, candidatura independiente, autoridad electoral o gubernamental.
- 12.3.15. Modalidad de propaganda:
- a) Política.
 - b) Electoral.
 - c) Gubernamental.
 - d) De autoridades electorales.
- 12.3.16. Tipo de inserción. Desplegado o inserción pagada.
- 12.3.17. Página. Número de la página donde se encontró la inserción o nota.
- 12.3.18. Ubicación. Lugar dentro del medio, en el que se especifiquen las siguientes secciones:
- a) Primera plana.
 - b) Página par o impar.
 - c) Interiores.
 - d) Contraportada.
- 12.3.19. Tamaño. Una plana, media plana, robaplana, un cuarto, cintillo, etcétera.
- 12.3.20. 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.
- 12.3.21. Costo unitario. En el que se considere como meros indicadores los tarifarios que aporte la empresa o institución educativa, los cuales serán indicativos y en ningún caso vinculantes.
- 12.3.22. Además de las variables que la empresa o institución educativa 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. Momento de transmisión en formato día, mes y año (dd/mm/aaaa).
- 13.1.1.3. Hora. Horario de transmisión, que permite asentar el inicio de la mención en el formato de horas, minutos y segundos (00:00:00).
- 13.1.1.4. Nombre de la estación. Denominación 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. Conjunto de letras que identifican a la estación.
- 13.1.1.7. Banda. Banda donde se transmite la estación.
- 13.1.1.8. Grupo. El grupo radiofónico al que pertenece la estación.
- 13.1.1.9. Localización. Lugar donde se ubica el medio, el cual puede ser en:
 - a) El Estado de México;
 - b) La Ciudad de México; u
 - c) Otra entidad (especificar cuál).
- 13.1.1.10. Cobertura.
 - a) Nacional.
 - b) Regional.
 - c) Local.
- 13.1.1.11. Plaza. Instalación donde se capta la señal de la estación de radio.
- 13.1.1.12. Nombre del noticiario. Denominación del espacio informativo en que se realizó la mención.
- 13.1.1.13. Locutor. Nombre del titular del noticiario o servicio informativo.
- 13.1.1.14. Tipo de información. Nota informativa, nota periodística, entrevista y reportaje.

- 13.1.1.15. Ubicación de la mención o nota informativa.
 - a) Al inicio.
 - b) En el desarrollo.
 - c) Al final.
- 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 por la que se postula el precandidato, candidato o candidatura independiente a cualquiera de los siguientes cargos de elección popular:
 - 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, candidatura común, candidatura 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. Espacio 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. Participación. En función de la intervención, directa o indirecta, del actor a valorar dentro de la información.
 - a) Declarante
 - b) Referente
 - c) Circunstancial
- 13.1.1.26. Resumen.

13.1.1.27. Criterios de evaluación.

- a) Presentación directa: en voz del propio precandidato, candidato o dirigente del partido político o coalición, candidatura común, o en su caso candidatura 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, candidatura común o, en su caso, candidatura 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, candidatura común, o en su caso candidatura independiente.
- d) Sólo voz: Información en vivo o llamadas telefónicas de los precandidatos, candidatos o dirigentes del partido político o coalición, candidatura común, o en su caso candidatura independiente.
- e) Sólo cita: únicamente lectura de la información por parte del conductor, sin ningún tipo de apoyo.
- f) Voz de ciudadanos que emiten su opinión sobre el precandidato, candidato o dirigente del partido político o coalición, candidatura común, o en su caso candidatura 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. Momento de la transmisión en formato día, mes y año (dd/mm/aaaa).
- 13.1.2.3. Hora. Horario de la transmisión, que permite asentar el inicio de la mención en el formato de horas, minutos y segundos (00:00:00).
- 13.1.2.4. Nombre del canal. Denominación del canal donde se presentó la mención.
- 13.1.2.5. Número de canal. Número del canal donde se presentó la mención.
- 13.1.2.6. Siglas. Conjunto de letras que identifican al canal donde se presentó la mención.
- 13.1.2.7. Nombre de la televisora.
- 13.1.2.8. Localización. Lugar donde se ubica el medio, el cual puede ser en:
 - a) El Estado de México;
 - b) La Ciudad de México; u

- c) Otra entidad (especificar cuál).
- 13.1.2.9. Cobertura. Cobertura de transmisión nacional, local, megaplaza (en un grupo de estados).
- 13.1.2.10. Plaza. Plaza donde se capta la señal de la emisora.
- 13.1.2.11. Nombre del noticiario. Denominación del espacio informativo en que se realizó la mención.
- 13.1.2.12. Conductor. Nombre del titular del noticiario o servicio informativo.
- 13.1.2.13. Tipo de información. Nota informativa, nota periodística, entrevista, reportaje, caricatura política.
- 13.1.2.14. Ubicación de la mención o nota informativa.
 - a) Al inicio.
 - b) En el desarrollo.
 - c) Al final.
- 13.1.2.15. 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.
- 13.1.2.16. Nombre del actor.
- 13.1.2.17. Candidatura. Tipo de candidatura por la que se postula el precandidato o candidato, o candidato independiente a cualquiera de los siguientes cargos de elección popular:
 - a) Gobernador.
 - b) Diputado local.
 - c) Miembros de ayuntamientos.
- 13.1.2.18. Distrito. El número de distrito por el que contiene el precandidato o candidato a diputado.
- 13.1.2.19. Municipio. Nombre del municipio por el que contiene el precandidato o candidato a miembro del ayuntamiento.
- 13.1.2.20. Partido político, coalición, candidatura común, candidatura independiente, autoridad electoral o gubernamental.
- 13.1.2.21. Modalidad de propaganda:
 - a) Política.
 - b) Electoral.
 - c) Gubernamental.
 - d) De autoridades electorales.

- 13.1.2.22. Tiempo de transmisión. Espacio que cada noticiario o servicio informativo dedica a los precandidatos, candidatos, candidatos independientes, partidos políticos, coaliciones o candidatura común contendientes en el proceso electoral local.
- 13.1.2.23. Tipo de señal.
- a) Abierta.
 - b) Restringida (televisión por cable o satelital).
- 13.1.2.24. Valoración de la información o nota.
- a) Positiva.
 - b) Negativa.
 - c) Neutra.
- 13.1.2.25. Participación. En función de la intervención, directa o indirecta, del actor a valorar dentro de la información:
- a) Declarante
 - b) Referente
 - c) Circunstancial
- 13.1.2.26. Resumen.
- 13.1.2.27. 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, candidatura común, o en su caso de candidaturas 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, dirigente del partido político, coalición, candidatura común, o en su caso candidatura 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, candidatura común, o en su caso candidatura 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, candidatura común, o en su caso candidatura independiente, en el noticiario o servicio informativo, por vía telefónica.
 - f) Ciudadanos opinando sobre el precandidato, candidato, partido político o coalición, candidatura común, o en su caso candidatura independiente.

13.2. Internet y páginas *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. Momento del reporte en que se identificó la publicación en formato día, mes y año (dd/mm/aaaa).
- 13.2.3. Nombre de la página. Denominación de la página *web* donde se publicó la mención.
- 13.2.4. Dirección electrónica. Secuencia de caracteres que permiten ingresar a 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, candidato o candidato independiente.
 - 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, candidatura común, candidatura 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. Participación. En función de la intervención, directa o indirecta, del actor a valorar dentro de la información:
 - a) Declarante
 - b) Referente
 - c) Circunstancial
- 13.2.13. Resumen.

- 13.2.14. 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. Tipo de medio impreso.
 - a) Periódico.
 - b) Revista.
- 13.3.4. Nombre del medio. Denominación del medio impreso donde se publicó la nota.
- 13.3.5. Grupo editorial. Al que pertenece la publicación.
- 13.3.6. Periodicidad. Diaria, semanal, quincenal o mensual.
- 13.3.7. Circulación:
 - a) Nacional.
 - b) Regional.
 - c) Local.
- 13.3.8. Tiraje.
- 13.3.9. Plaza. Instalación donde se recibe el medio impreso.
- 13.3.10. Nombre del actor.
- 13.3.11. Candidatura. Tipo de candidatura por la que se postula el precandidato, candidato o candidato independiente, a cualquiera de los siguientes cargos de elección popular:

- a) Gobernador.
 - b) Diputado local.
 - c) Miembros de ayuntamientos.
- 13.3.12. Distrito. El número de distrito por el que contiene el precandidato o candidato a diputado.
- 13.3.13. Municipio. Nombre del municipio por el que contiene el precandidato o candidato a miembro del ayuntamiento.
- 13.3.14. Partido político, coalición, candidatura común, candidatura independiente, autoridad electoral o gubernamental.
- 13.3.15. Modalidad de propaganda:
 - a) Política.
 - b) Electoral.
 - c) Gubernamental.
 - d) De autoridades electorales.
- 13.3.16. Tipo de información. Entrevista, nota informativa, reportaje, fotografía y caricatura política.
- 13.3.17. Página. Número de la página donde se localizó la información.
- 13.3.18. Ubicación. Especificar en el medio, las siguientes secciones:
 - a) Primera plana.
 - b) Página par o impar.
 - c) Interiores.
 - d) Contraportada.
- 13.3.19. Tamaño. (1/8, 1/4, 1/2, 3/4, una plana, cintillo, robaplana, etcétera).
- 13.3.20. Valoración.
 - a) Positiva.
 - b) Negativa.
 - c) Neutra.
- 13.3.21. Participación. En función de la intervención, directa o indirecta, del actor a valorar dentro de la información:
 - a) Declarante
 - b) Referente
 - c) Circunstancial
- 13.3.22. Resumen. Del texto informativo.
- 13.3.23. Elementos adicionales a considerar en la bitácora de registro:
 - a) Fotografía en blanco y negro. Que acompaña las notas, entrevistas y reportajes.

- b) Fotografía a color. Integrada a las notas, entrevistas y reportajes.
- c) Caricatura. En relación con las notas, entrevistas y reportajes.
- d) Emblema. Del partido político, coalición o candidatura independiente, que ilustre o distinga las notas, entrevistas, reportajes, fotografías, ilustraciones o caricaturas.
- e) Gráficos. En torno a las notas, entrevistas, reportajes y fotografías.

XIV. Anexos

14.1. Bitácoras de registro.

Anexos