

informe final
DE MONITOREO
A MEDIOS ELECTRÓNICOS
DE COMUNICACIÓN E INTERNET
DEL 11 DE FEBRERO AL 13 DE MARZO





ÍNDICE

Presentación	3
Metodología	5
Monitoreo cualitativo a radiodifusoras	14
Monitoreo cuantitativo a radiodifusoras	19
Monitoreo cualitativo a televisoras	27
Monitoreo cuantitativo a televisoras	32
Monitoreo cuantitativo a internet	40
Conclusiones	47



PRESENTACIÓN

Con la finalidad de dar cumplimiento al acuerdo número **IEEM/CG/16/2016**, por el que se ratifican los procedimientos y ordenamientos normativos utilizados en el Proceso Electoral Ordinario 2014-2015, para que sean aplicados en la elección extraordinaria del Ayuntamiento de Chiautla 2016 e IEEM/CG/08/2016, por el que se aprueba el Calendario Electoral de la Elección Extraordinaria del Ayuntamiento de Chiautla 2016, en lo relativo al monitoreo a los medios de comunicación; la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión presentó el documento denominado: **Estrategia para llevar a cabo el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos, Internet y Alternos para la elección extraordinaria del Ayuntamiento de Chiautla 2016.**



INFORME FINAL DE MONITOREO A MEDIOS ELECTRÓNICOS DE COMUNICACIÓN E INTERNET
DEL 11 DE FEBRERO AL 13 DE MARZO DE 2016
UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Con base en lo anterior, la Unidad de Comunicación Social fue la encargada de realizar el monitoreo a medios de comunicación electrónicos (radio y televisión) e Internet de manera indicativa, debido a que no se cuenta con la infraestructura técnica y humana para realizar el monitoreo de la totalidad de las estaciones de radio y canales de televisión incluidas en el Catálogo de Medios aprobado por el Instituto Nacional Electoral para la elección extraordinaria del municipio de Chiautla.



METODOLOGÍA

Del 11 de febrero al 13 de marzo del año en curso (32 días), la Unidad de Comunicación Social realizó el monitoreo a los noticiarios que fueron incluidos en el catálogo de medios aprobado por la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión.

Catálogo de medios electrónicos monitoreados

NOTICIARIOS EN RADIODIFUSORAS	
“Mexiquense Noticias” con Acela Contreras.	Lunes a Viernes de 08:00 a 08:45 Horas.
“Mexiquense Noticias” con Eugenio Zetina Galán.	Lunes a Viernes de 14:00 a 15:00 Horas.
“Mexiquense Noticias” con Citlalli Hinojosa.	Lunes a Viernes de 19:30 a 20:00 Horas.
“Noticiero en Contacto” con Federico Vale.	Lunes a Viernes de 7:00 a 9:00 Horas.
“Noticiero 2 x 3 las Noticias” con Francisco Fortuño.	Lunes a Viernes de 14:00 a 15:00 Horas.
“Noticiero por la Tarde” con Raymundo Cruz.	Lunes a Viernes de 17:00 a 18:00 Horas.



Catálogo de medios electrónicos

NOTICARIOS EN RADIODIFUSORAS

“En la Noticia” con Carlos Ramos Padilla.	Lunes a Viernes de 7:05 a 8:55 Horas.
“En la Noticia” con Miguel Ángel López Farías.	Lunes a Viernes de 14:05 a 15:05 Horas.
“Así lo dice Lamont” con Federico Lamont.	Lunes a Viernes de 19:05 a 20:05 Horas.
“La Red de Radio Red” con Sergio Sarmiento y Guadalupe Juárez.	Lunes a Viernes de 5:45 a 10:00 Horas.
“De 1 a 3” con Juan Francisco Castañeda.	Lunes a Viernes de 13:00 a 15:00 Horas.
“La Red de Radio Red” con Jesús Martín Mendoza.	Lunes a Viernes de 17:00 a 20:00 Horas.
	Lunes a Viernes de 8:00 a 11:00 Horas
Radio Chapingo “Programación General”	Lunes a Viernes de 14:00 a 16:00 Horas
	Lunes a Viernes de 18:00 a 20:00 Horas



Catálogo de medios electrónicos

NOTICIARIOS EN TELEVISORAS

“1° Noticias” con Carlos Loret de Mola.	Lunes a Viernes de 05:50 a 09:00 Horas.
“Noticieros Televisa” con Lolita Ayala.	Lunes a Viernes de 15:00 a 15:30 Horas.
“Noticiero con Joaquín López Dóriga” con Joaquín López Dóriga.	Lunes a Viernes de 22:30 a 23:30 Horas.
“Hechos AM” con Jorge Zarza.	Lunes a Viernes de 05:50 a 09:00 Horas.
“Hechos Meridiano” con Alejandro Villalvazo.	Lunes a Viernes de 14:00 a 14:30 Horas.
“Hechos Meridiano Estado de México”	Lunes a Viernes de 14:30 a 15:00 Horas.
“Hechos Noche” con Javier Alatorre.	Lunes a Viernes de 22:00 a 22:50 Horas.
“Hechos Noche Estado de México” con Germán Zepeda.	Lunes a Viernes de 22:50 a 23:00 Horas.



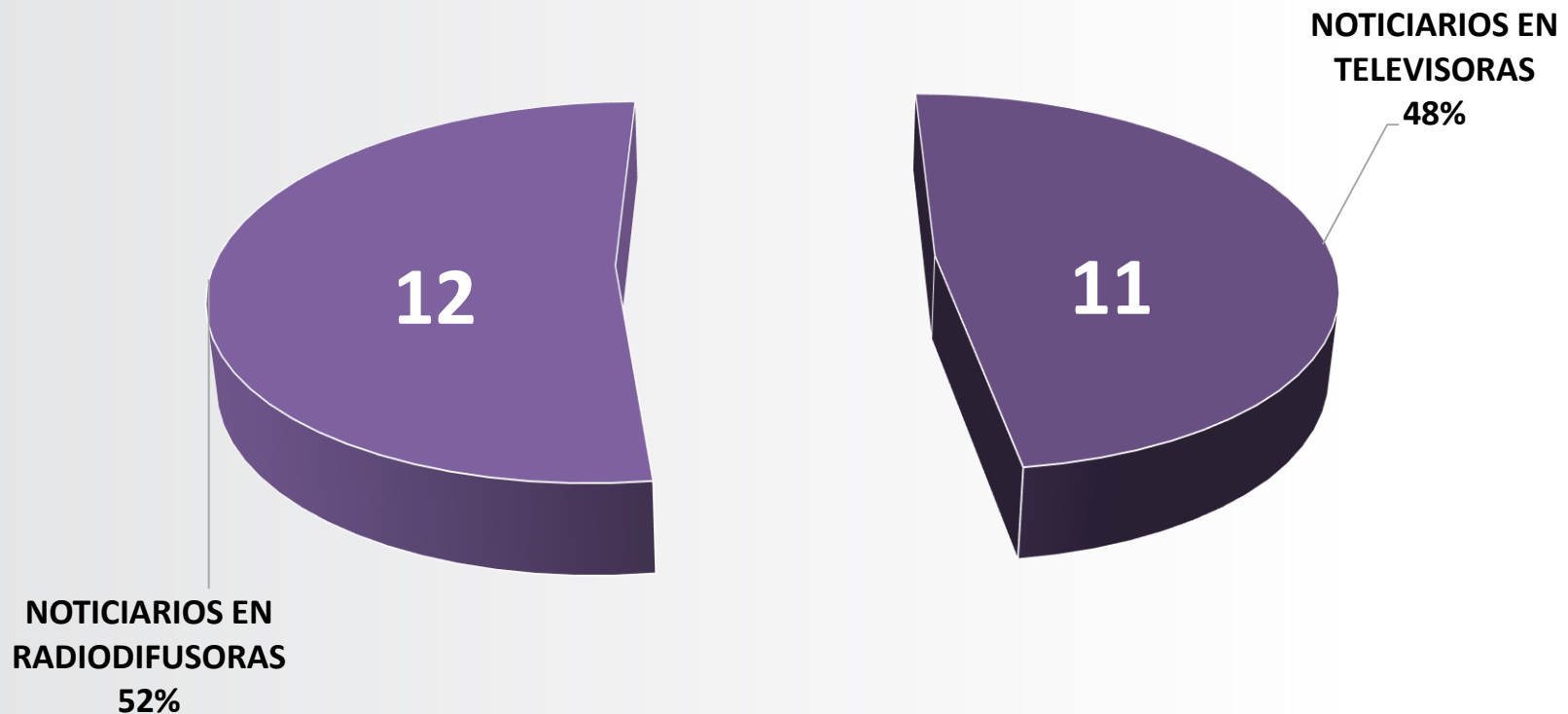
Catálogo de medios electrónicos

NOTICIARIOS EN TELEVISORAS

“MXQ Noticias” con Guillermo Blanco y Gabriela Tlaseca.	Lunes a Viernes de 06:30 a 08:30 Horas.
“MXQ Noticias” con Gina Serrano.	Lunes a Viernes de 15:00 a 15:30 Horas.
“MXQ Noticias” con Carlos González.	Lunes a Viernes de 21:00 a 22:00 Horas.



Los noticiarios establecidos en el catálogo de medios electrónicos se clasificaron de la siguiente manera:



Total de noticiarios monitoreados: 23



En cuanto a los reportes cualitativos, toda la información se analizó y valoró bajo los siguientes criterios:

Positiva.- Cuando la mención presenta 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 presentó la información de los hechos de manera objetiva, sin mostrar valoración alguna.



Se incluyó la variable de “**Participación**” para una mejor comprensión del conteo de las menciones:

Declarante: El actor 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, 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.



PERSONAL DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL QUE PARTICIPÓ EN EL MONITOREO

Radio

- Fabiola Bueno Cardiel
- Marisela Márquez Durán
- Sofía Ascencio Torres
- Rosa Elba López Hurtado

Internet

- Azael Delgado Espino
- Mariano Zorrilla Gallardo
- Aarón Sánchez Garatachía
- Salvador Suárez Sánchez

Televisión

- Concepción de Montserrat Dzib Sánchez
- Julio Valdés García

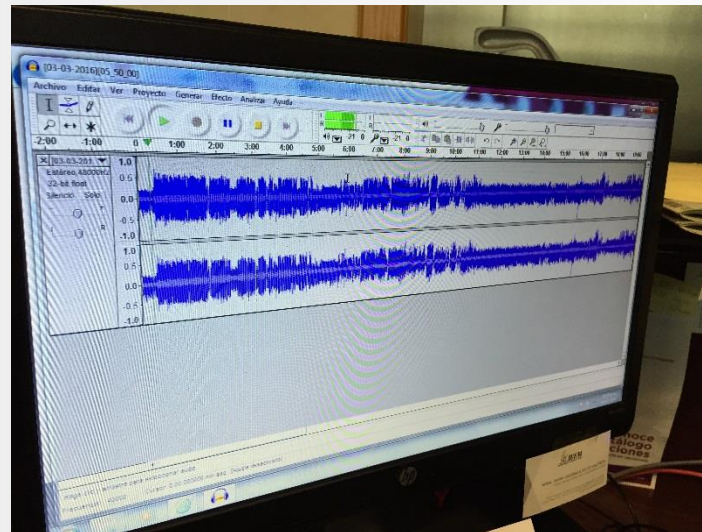
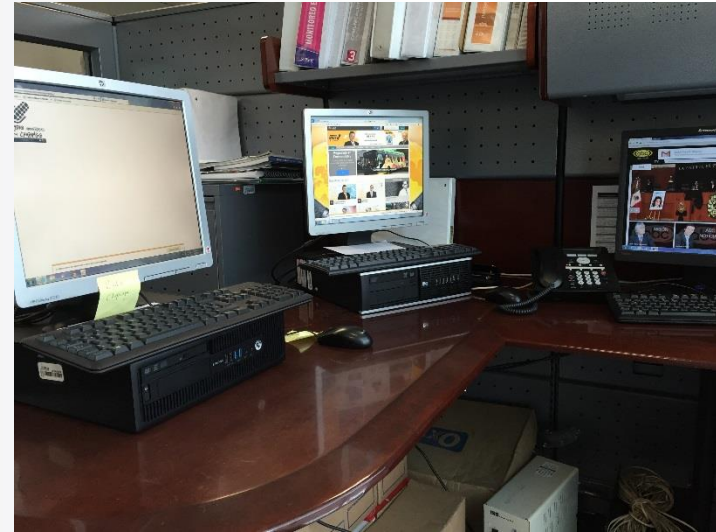
Compilación y elaboración de Informes

- Verónica Veloz Valencia
- Fernando Muñoz Espinosa

El 57% del personal que labora en la Unidad de Comunicación Social, participó en las labores del monitoreo a medios electrónicos de comunicación e internet.



INFORME FINAL DE MONITOREO A MEDIOS ELECTRÓNICOS DE COMUNICACIÓN E INTERNET
DEL 11 DE FEBRERO AL 13 DE MARZO DE 2016
UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL





INFORME FINAL DE MONITOREO A MEDIOS ELECTRÓNICOS DE COMUNICACIÓN E INTERNET
DEL 11 DE FEBRERO AL 13 DE MARZO DE 2016
UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MONITOREO CUALITATIVO EN RADIODIFUSORAS

(11 de febrero al 13 de marzo de 2016)



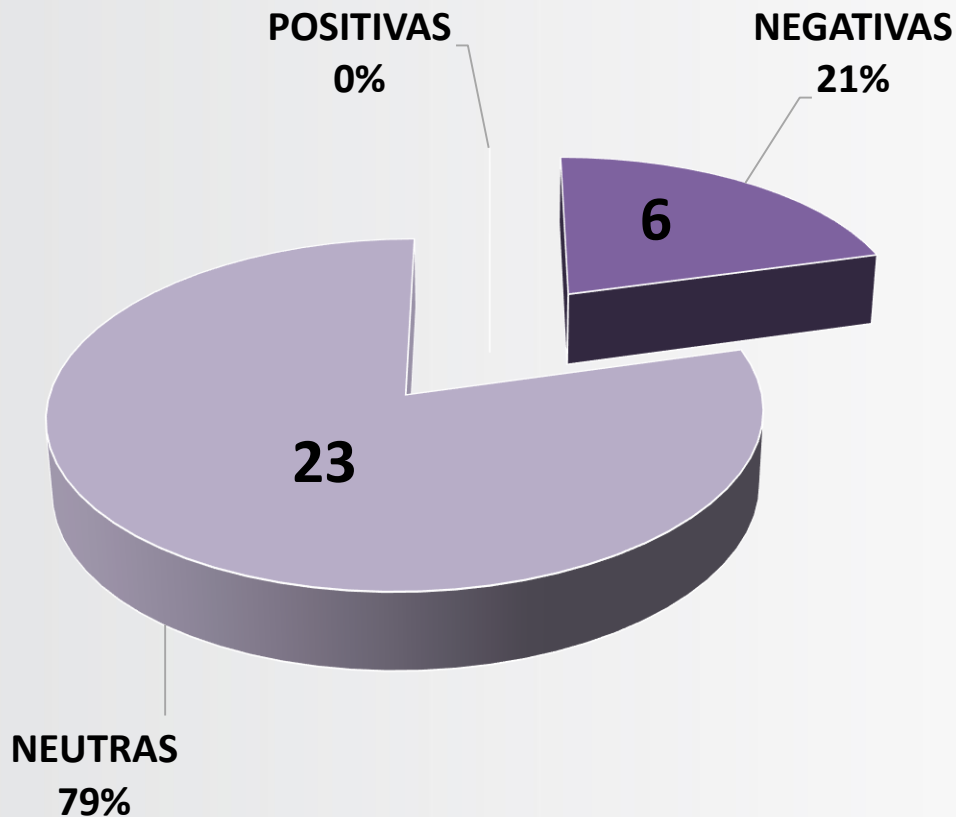
Valoración de las menciones detectadas en noticiarios de radiodifusoras por cada uno de los periodos monitoreados

(11 de febrero al 13 de marzo de 2016)

VALORACIÓN	PRECAMPAÑAS	INTERCAMPAÑAS	CAMPAÑAS	REFLEXIÓN	JORNADA ELECTORAL
POSITIVA	0	0	0	0	0
NEGATIVA	0	0	6	0	0
NEUTRA	3	11	9	0	0
TOTAL	3	11	15	0	0



Valoración total de las menciones detectadas en noticiarios de radiodifusoras (11 de febrero al 13 de marzo de 2016)



VALORACIÓN	CANTIDAD
POSITIVA	0
NEGATIVA	6
NEUTRA	23
TOTAL	29



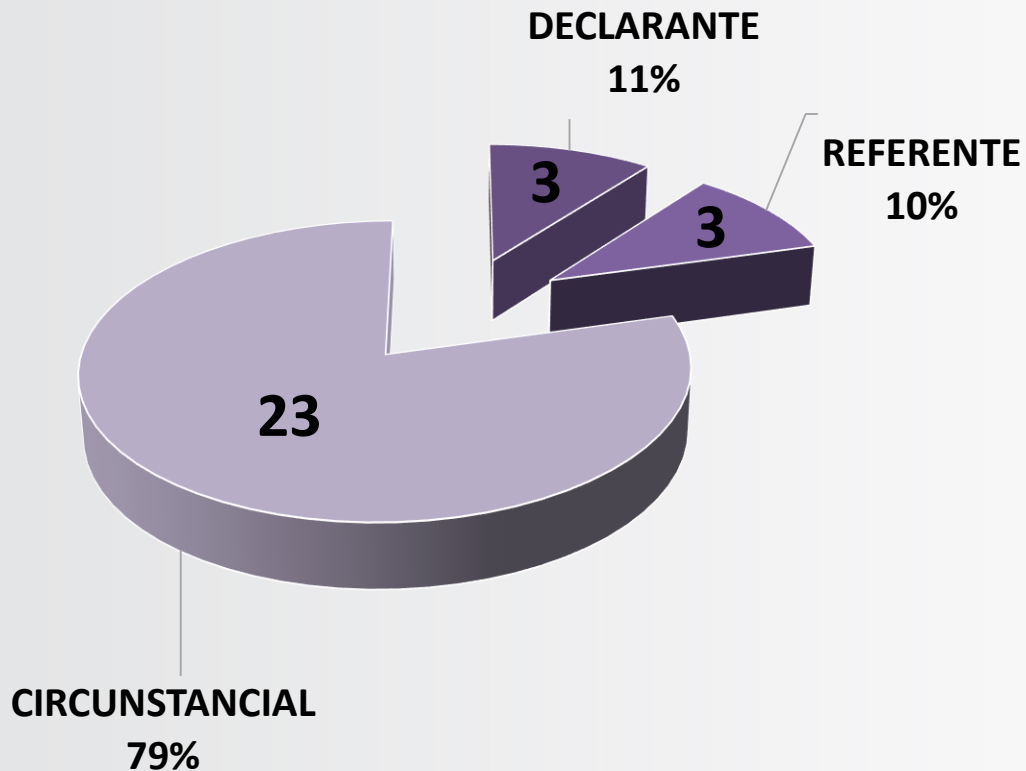
Participación de las menciones detectadas en noticiarios de radiodifusoras por cada uno de los periodos monitoreados

(11 de febrero al 13 de marzo de 2016)

VALORACIÓN	PRECAMPAÑAS	INTERCAMPAÑAS	CAMPAÑAS	REFLEXIÓN	JORNADA ELECTORAL
DECLARANTE	0	0	3	0	0
REFERENTE	0	0	3	0	0
CIRCUNSTANCIAL	3	11	9	0	0
TOTAL	3	11	15	0	0



Participación total de las menciones detectadas en noticiarios de radiodifusoras (11 de febrero al 13 de marzo de 2016)



PARTICIPACIÓN	CANTIDAD
DECLARANTE	3
REFERENTE	3
CIRCUNSTANCIAL	23
TOTAL	29



INFORME FINAL DE MONITOREO A MEDIOS ELECTRÓNICOS DE COMUNICACIÓN E INTERNET
DEL 11 DE FEBRERO AL 13 DE MARZO DE 2016
UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MONITOREO CUANTITATIVO EN RADIODIFUSORAS

(11 de febrero al 13 de marzo de 2016)



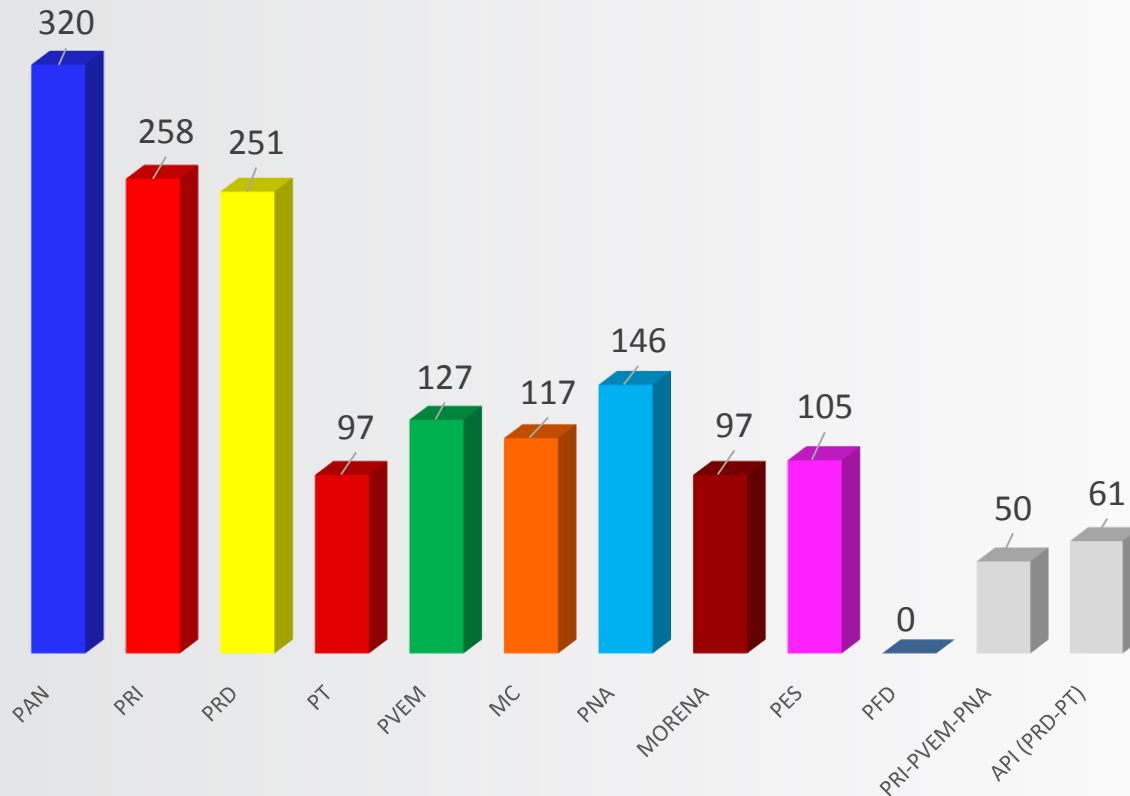
Spots detectados por partidos político en radiodifusoras por cada uno de los periodos monitoreados

(11 de febrero al 13 de marzo de 2016)

PARTIDO POLÍTICO	PRECAMPAÑA	INTERCAMPAÑA	CAMPAÑAS	REFLEXIÓN	JORNADA ELECTORAL
PAN	36	32	252	0	0
PRI	37	37	184	0	0
PRD	34	32	185	0	0
PT	6	44	47	0	0
PVEM	12	33	82	0	0
MC	8	31	78	0	0
PNA	18	37	91	0	0
MORENA	7	32	58	0	0
PES	9	37	59	0	0
PFD	0	0	0	0	0
PRI-PVEM-PNA	0	0	50	0	0
API (PRD-PT)	0	0	61	0	0
TOTAL	167	315	1,147	0	0



Total de spots detectados por partidos político en radiodifusoras
 (11 de febrero al 13 de marzo de 2016)



PAN	320
PRI	258
PRD	251
PT	97
PVEM	127
MC	117
NA	146
MORENA	97
PES	105
PFD	0
PRI-PVEM-NA	50
API	61
TOTAL	1,629



Versiones transmitidas por cada partido político y coalición

Partidos Políticos	Versión
PAN	<ul style="list-style-type: none"> Caminando México
PRI	<ul style="list-style-type: none"> Ya bajó el teléfono A Ya bajó el teléfono B
PRD	<ul style="list-style-type: none"> No me alcanza
PT	<ul style="list-style-type: none"> Atrévete El PT más vivo que nunca
PVEM	<ul style="list-style-type: none"> Bosques Genérico campaña 2015
MC	<ul style="list-style-type: none"> Movimiento naranja Basta
NA	<ul style="list-style-type: none"> Turquesa maestros 2
PES	<ul style="list-style-type: none"> Mamá Papá
MORENA	<ul style="list-style-type: none"> Avión MORENA la esperanza de México
PFD	SIN SPOT

Coalición	Versión
PRI-PVEM-NA	<ul style="list-style-type: none"> Ya bajó el teléfono A Genérico campaña 2015 Turquesa maestros 2
Avancemos por la Izquierda (PRD-PT)	<ul style="list-style-type: none"> No me alcanza El PT más vivo que nunca



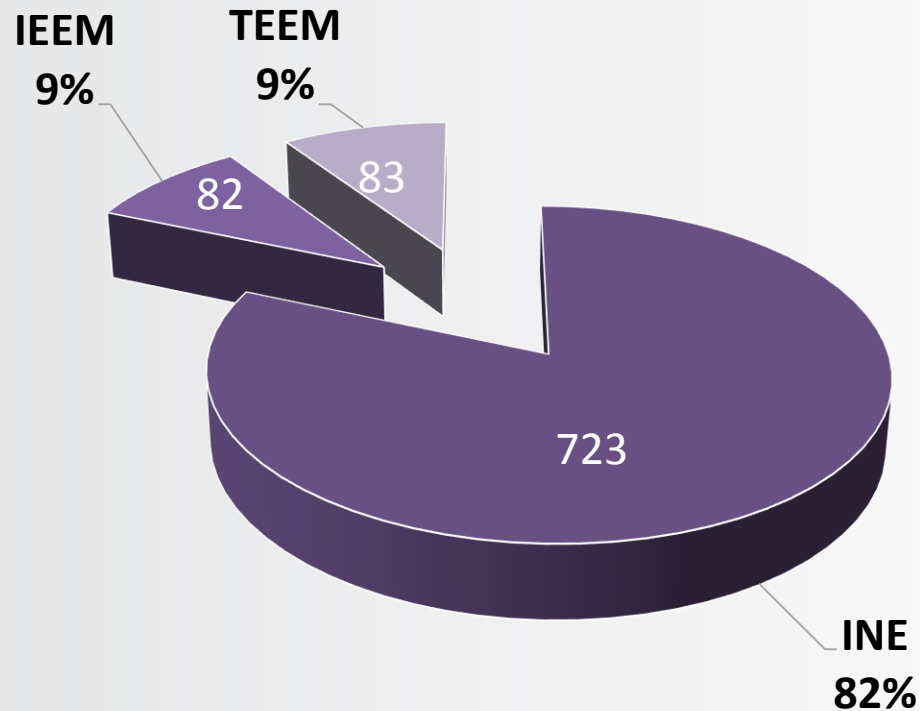
Spots detectados por autoridad electoral en radiodifusoras por cada uno de los periodos monitoreados

(11 de febrero al 13 de marzo de 2016)

AUTORIDAD ELECTORAL	PRECAMPAÑA	INTERCAMPAÑA	CAMPAÑAS	REFLEXIÓN
INE	80	271	189	183
IEEM	14	37	10	21
TEEM	10	45	8	20
TOTAL	104	353	207	224



Total de spots detectados por autoridad electoral en radiodifusoras (11 de febrero al 13 de marzo de 2016)



INE	723
IEEM	82
TEEM	83
TOTAL	888

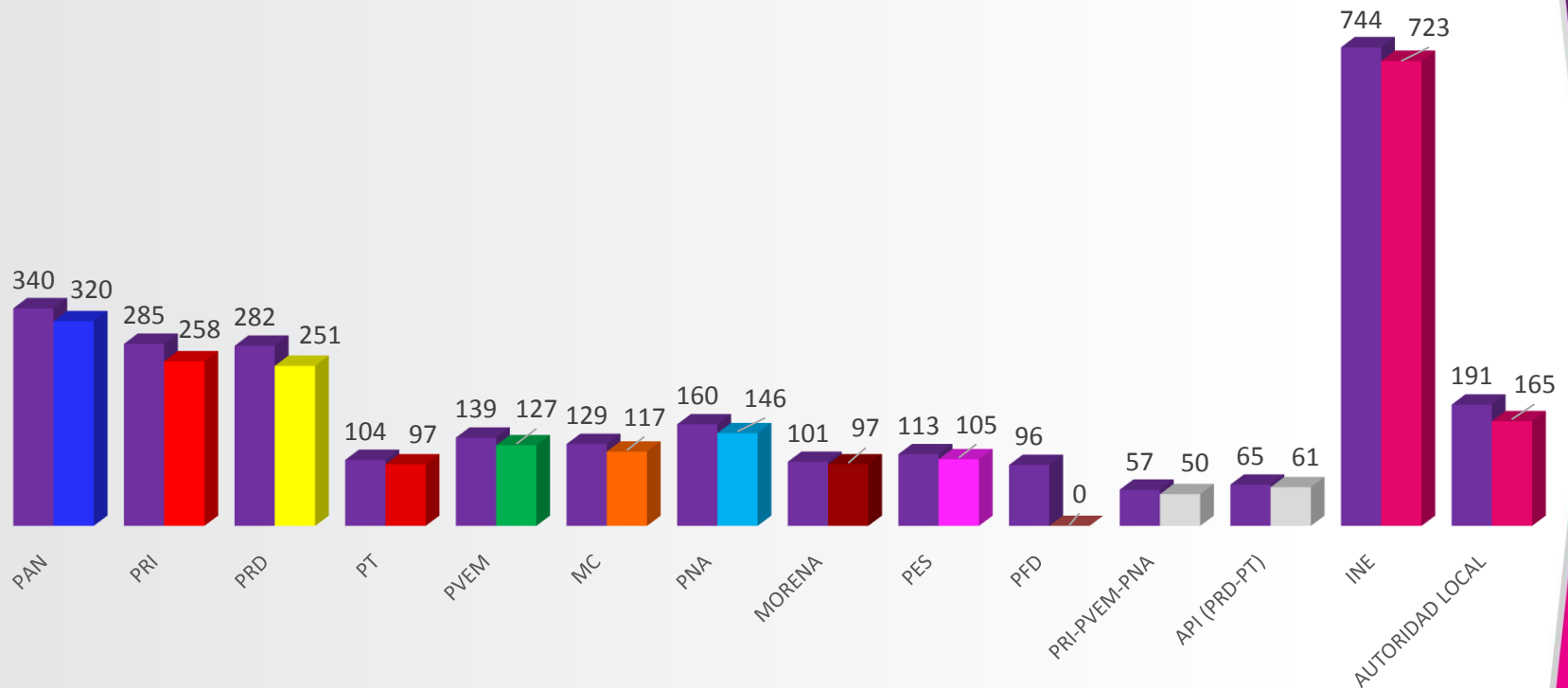


Versiones transmitidas por las Autoridades Electorales

Partidos Políticos	Versión
INE	<ul style="list-style-type: none">• Suelo• Aeropuerto (familiares y amigos)• Delitos electorales 1 - Edo. Mex• Ser funcionario de casilla - Edo. Mex.• Votar se siente - Edo. Mex.
IEEM	<ul style="list-style-type: none">• Elección Extraordinaria Chiautla
TEEM	<ul style="list-style-type: none">• Única



Comparativo de la pauta aprobada (Horarios establecidos en el catálogo) Vs Spots transmitidos en las estaciones de radio



Total de spots monitoreados de partidos políticos y autoridades electorales: 2,517

- La primera barra representa la pauta aprobada por el INE en las franjas horarias que abarcan los noticieros.
- La segunda barra representa los spots que fueron transmitidos por cada uno de los partidos políticos en cada una de las franjas horarias que abarcan los noticieros.



INFORME FINAL DE MONITOREO A MEDIOS ELECTRÓNICOS DE COMUNICACIÓN E INTERNET
DEL 11 DE FEBRERO AL 13 DE MARZO DE 2016
UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MONITOREO CUALITATIVO EN TELEVISORAS

(11 de febrero al 13 de marzo de 2016)

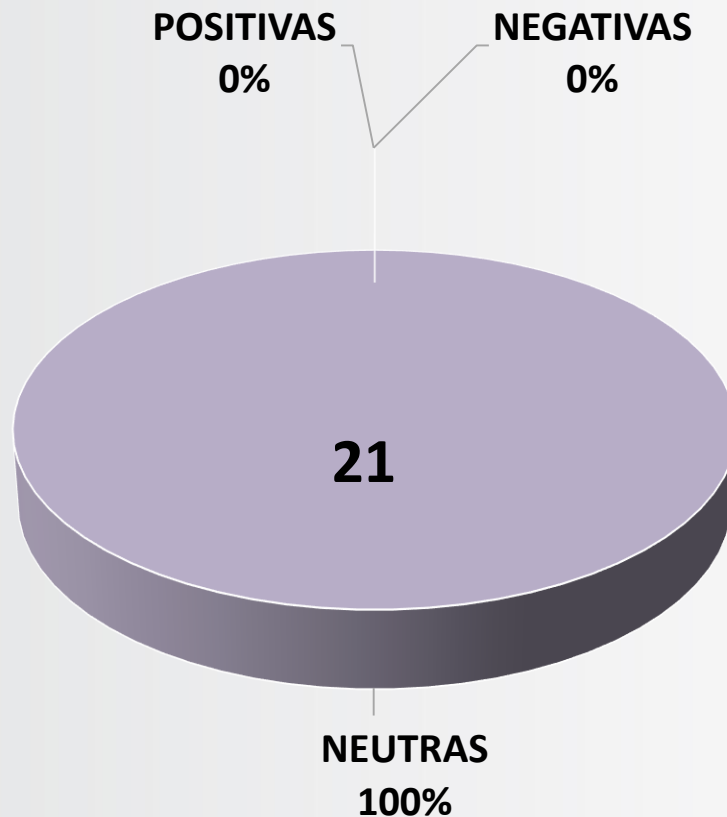


Valoración de las menciones detectadas en noticiarios de televisión por cada uno de los periodos monitoreados
(11 de febrero al 13 de marzo de 2016)

VALORACIÓN	PRECAMPAÑAS	INTERCAMPAÑAS	CAMPAÑAS	REFLEXIÓN	JORNADA ELECTORAL
POSITIVA	0	0	0	0	0
NEGATIVA	0	0	0	0	0
NEUTRA	3	6	10	2	0
TOTAL	3	6	10	2	0



Valoración total de las menciones detectadas en noticiarios de televisión (11 de febrero al 13 de marzo de 2016)



VALORACIÓN	CANTIDAD
POSITIVA	0
NEGATIVA	0
NEUTRA	21
TOTAL	21

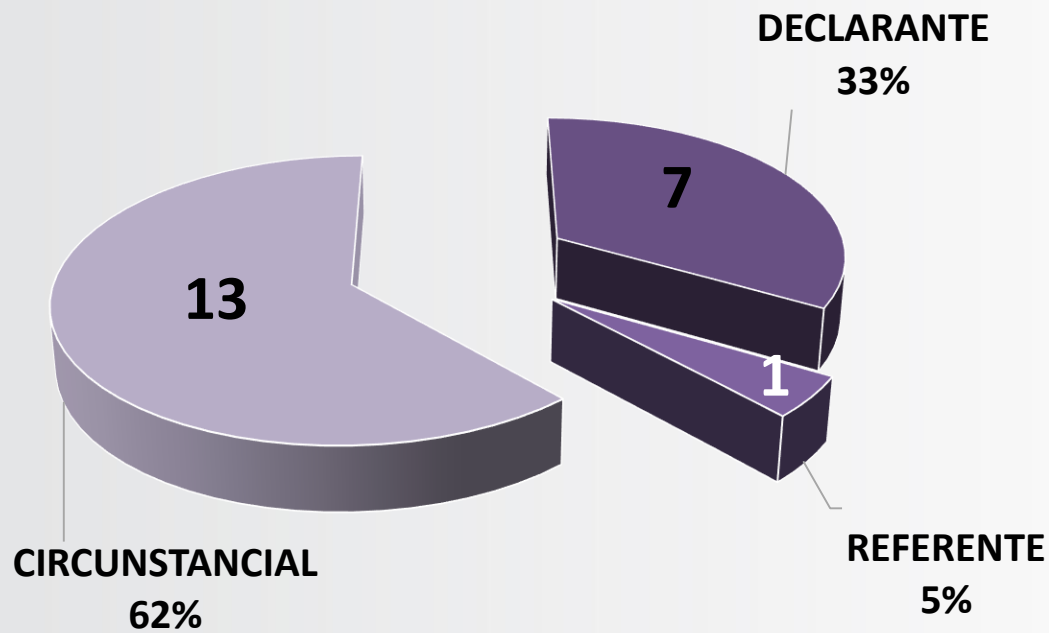


Participación de las menciones detectadas en noticiarios de televisión por cada uno de los periodos monitoreados
(11 de febrero al 13 de marzo de 2016)

VALORACIÓN	PRECAMPAÑAS	INTERCAMPAÑAS	CAMPAÑAS	REFLEXIÓN	JORNADA ELECTORAL
DECLARANTE	0	0	7	0	0
REFERENTE	0	0	1	0	0
CIRCUNSTANCIAL	3	6	2	2	0
TOTAL	3	6	10	2	0



Participación total de las menciones detectadas en noticiarios de televisión (11 de febrero al 13 de marzo de 2016)



PARTICIPACIÓN	CANTIDAD
DECLARANTE	7
REFERENTE	1
CIRCUNSTANCIAL	13
TOTAL	21



INFORME FINAL DE MONITOREO A MEDIOS ELECTRÓNICOS DE COMUNICACIÓN E INTERNET
DEL 11 DE FEBRERO AL 13 DE MARZO DE 2016
UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MONITOREO CUANTITATIVO EN TELEVISORAS

(11 de febrero al 13 de marzo de 2016)

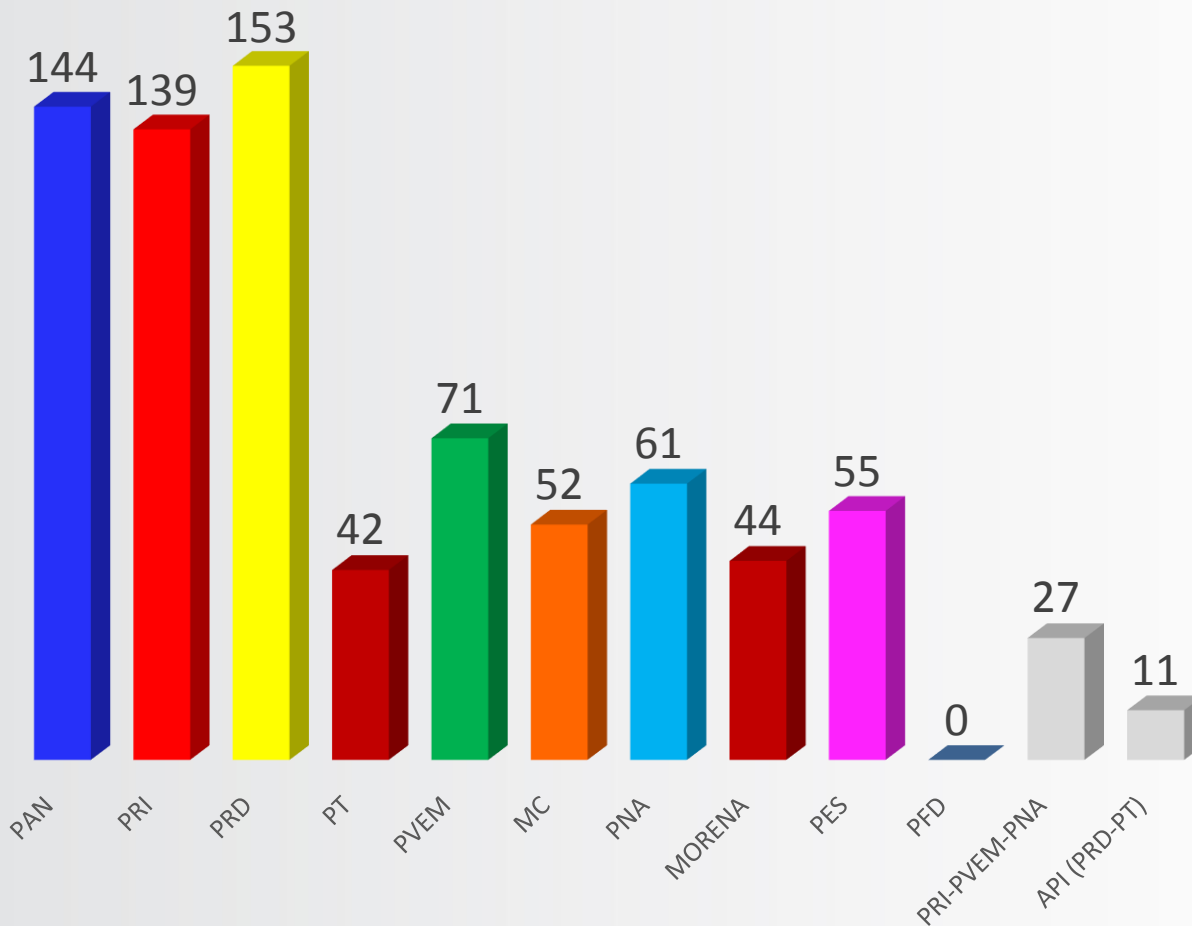


Spots detectados por partidos político en televisoras por cada uno de los periodos monitoreados (11 de febrero al 13 de marzo de 2016)

PARTIDO POLÍTICO	PRECAMPAÑA	INTERCAMPAÑA	CAMPAÑAS	REFLEXIÓN	JORNADA ELECTORAL
PAN	10	17	117	0	0
PRI	20	16	103	0	0
PRD	10	20	123	0	0
PT	4	18	20	0	0
PVEM	6	17	48	0	0
MC	6	13	33	0	0
PNA	8	15	38	0	0
MORENA	6	15	23	0	0
PES	5	15	35	0	0
PFD	0	0	0	0	0
PRI-PVEM-PNA	0	0	27	0	0
API (PRD-PT)	0	0	11	0	0
TOTAL	75	146	578	0	0



Total de spots detectados por partidos político en televisoras
 (11 de febrero al 13 de marzo de 2016)



PAN	144
PRI	139
PRD	153
PT	42
PVEM	71
MC	52
NA	61
MORENA	44
PES	55
PFD	0
PRI-PVEM-NA	27
API	11
TOTAL	799



Versiones transmitidas por cada partido político y coalición

Partidos Políticos	Versión
PAN	<ul style="list-style-type: none"> Caminando México
PRI	<ul style="list-style-type: none"> Ya bajó el teléfono A Ya bajó el teléfono B
PRD	<ul style="list-style-type: none"> No me alcanza
PT	<ul style="list-style-type: none"> Atrévete El PT más vivo que nunca
PVEM	<ul style="list-style-type: none"> Bosques Genérico campaña 2015
MC	<ul style="list-style-type: none"> Movimiento naranja Basta
NA	<ul style="list-style-type: none"> Turquesa maestros 2
PES	<ul style="list-style-type: none"> Familias que no llegan Mamá Papá
MORENA	<ul style="list-style-type: none"> Avión MORENA la esperanza de México
PFD	SIN SPOT

Coalición	Versión
PRI-PVEM-NA	<ul style="list-style-type: none"> Ya bajó el teléfono A Genérico campaña 2015 Turquesa maestros 2
Avancemos por la Izquierda (PRD-PT)	<ul style="list-style-type: none"> No me alcanza El PT más vivo que nunca



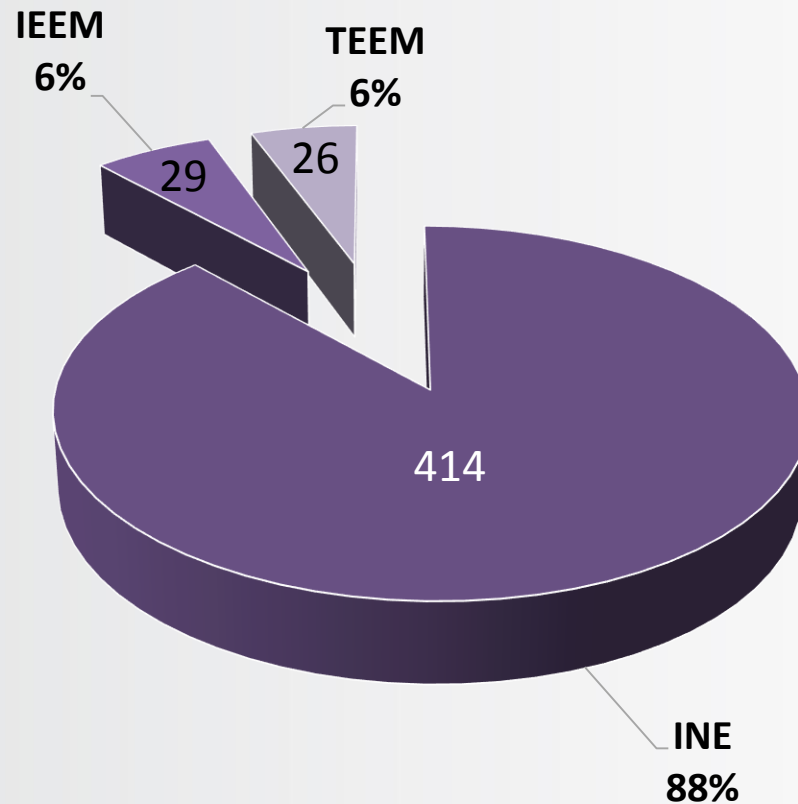
Spots detectados por autoridad electoral en televisoras por cada uno de los periodos monitoreados

(11 de febrero al 13 de marzo de 2016)

AUTORIDAD ELECTORAL	PRECAMPAÑA	INTERCAMPAÑA	CAMPAÑAS	REFLEXIÓN
INE	60	165	87	10
IEEM	3	16	0	10
TEEM	1	13	1	11
TOTAL	64	194	88	123



Total de spots detectados por autoridad electoral en televisoras (11 de febrero al 13 de marzo de 2016)



INE	414
IEEM	29
TEEM	26
TOTAL	469

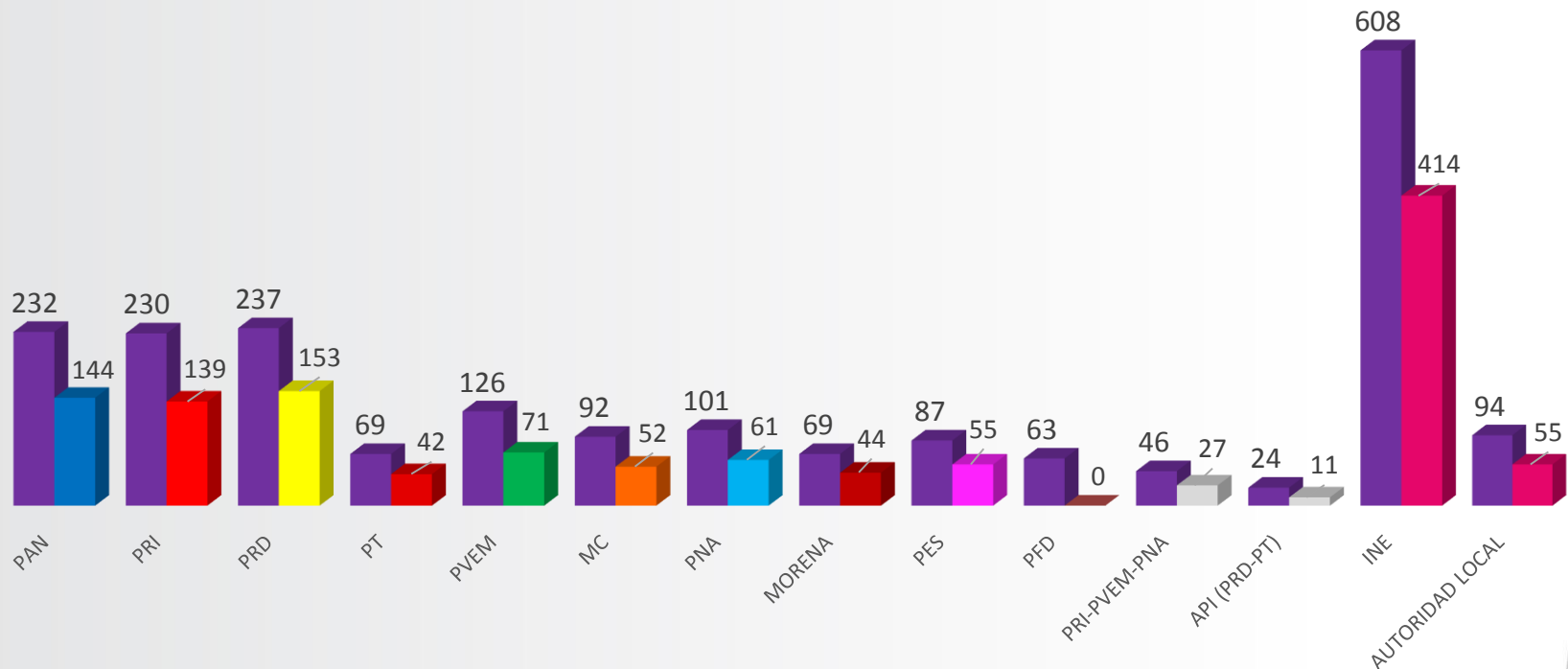


Versiones transmitidas por las Autoridades Electorales

Partidos Políticos	Versión
INE	<ul style="list-style-type: none">• Suelo• Aeropuerto (familiares y amigos)• Delitos electorales 1 - Edo. Mex• Ser funcionario de casilla - Edo. Mex.• Votar se siente - Edo. Mex.
IEEM	<ul style="list-style-type: none">• Elección Extraordinaria Chiautla
TEEM	<ul style="list-style-type: none">• Única



Comparativo de la pauta aprobada (Horarios establecidos en el catálogo) Vs Spots transmitidos en los canales de televisión



Total de spots monitoreados de partidos políticos y autoridades electorales: 1,268

- La primera barra representa la pauta aprobada por el INE en las franjas horarias que abarcan los noticiarios.
- La segunda barra representa los spots que fueron transmitidos por cada uno de los partidos políticos en cada una las franjas horarias que abarcan los noticiarios.

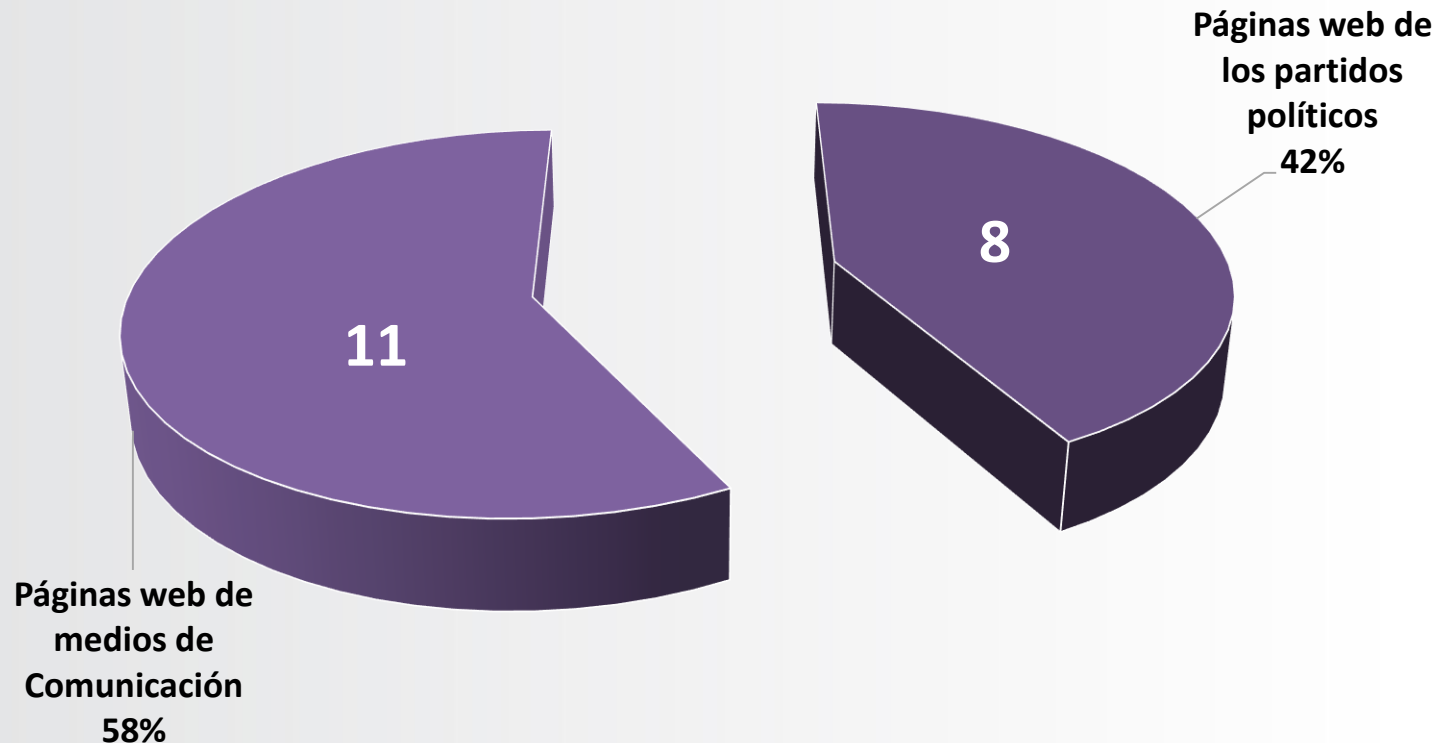


MONITOREO CUANTITATIVO EN INTERNET (BANNERS)

(11 de febrero al 13 de marzo de 2016)



Las páginas web a monitorear, establecidas en el catálogo de medios impresos, electrónicos y digitales, se clasificaron de la siguiente manera:



En total 19 páginas web son monitoreadas.



BANNERS PUBLICITARIOS DETECTADOS

BANNER	PÁGINA WEB
Gobierno del Estado de México <ul style="list-style-type: none">• Nuevo Sistema Límite Seguro• Paga tu impuesto predial 2016• Grandes Obras para los Mexiquenses	Impulso Estado de México (Del 11 de febrero al 13 de marzo de 2016)
	La Prensa (Del 11 al 29 de Febrero de 2016)
	8 Columnas (Del 11 de febrero al 13 de marzo de 2016)
	Diario Puntual (Del 11 de febrero al 13 de marzo de 2016)



BANNER

Instituto Electoral del Estado de México

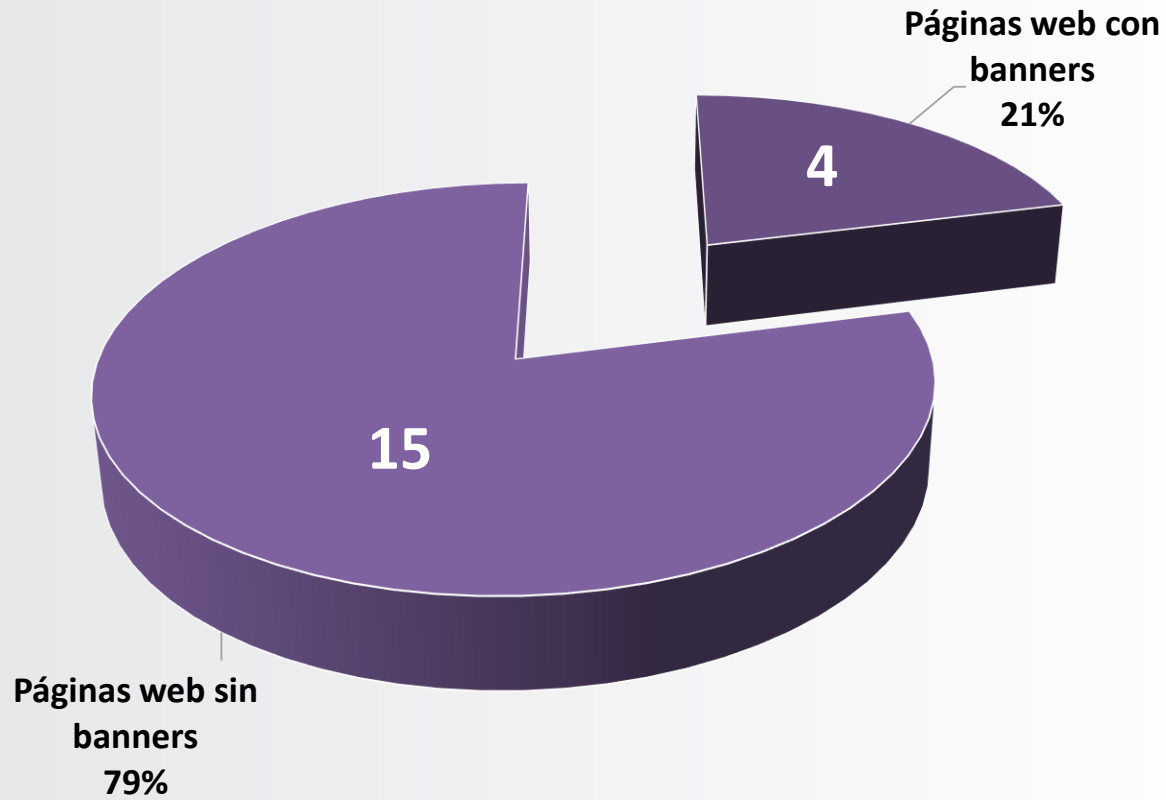
- Síguenos - Redes sociales

PÁGINA WEB

8 Columnas (Del 11 de febrero al 13 de marzo de 2016)



INFORME FINAL DE MONITOREO A MEDIOS ELECTRÓNICOS DE COMUNICACIÓN E INTERNET
DEL 11 DE FEBRERO AL 13 DE MARZO DE 2016
UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL





INFORME FINAL DE MONITOREO A MEDIOS ELECTRÓNICOS DE COMUNICACIÓN E INTERNET DEL 11 DE FEBRERO AL 13 DE MARZO DE 2016 UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Ejemplos de banners en páginas web

The screenshot shows the website www.oem.com.mx/laprensa/. At the top, there are navigation links and a search bar. Below the navigation, there are several banners and news articles. A prominent banner in the center reads "Paga tu IMPUESTO PREDIAL 2016" with the text "3 mil lugares para realizar tu pago." and "Mexiquenses con más y mejores servicios". To the right of this banner, there is a video player and another banner for "PARA LA TENENCIA OLVIDAR, AL CORRIENTE HAY QUE ESTAR!". Below the main banner, there are several news articles with headlines such as "¡SIN RETORNO! Destrozó su camioneta...", "¡SE DESBARRANCÓ! Un autobús que transportaba pasajeros...", and "¡IMPACTO MORTAL! Una mujer falleció y tres personas más resultaron lesionadas...".



Ejemplos de banners en páginas web

The screenshot shows the website **impulsoedomex.com.mx** with the following elements:

- Flash Informativo:** Instalan Consejo de Seguridad - Lunes, 29 Febrero 2016 03:00
- Logo:** **IMPULSO** - ESTADO DE MÉXICO
- Navigation Menu:** INICIO, EDOMEX, NACIONAL, INTERNACIONAL, DEPORTES, CULTURA Y TEC, ECONOMÍA, ESPERANZAS, ACCIDENTES, OPINIÓN
- Main Content:**
 - Video player: "Respira veneno el Valle" (IMPULSO/Redacción Toluca, Segunda parte. El estudio elaborado en 1997 y firmado por los investigadores Pedro Díaz Ramírez, Irma García Sosa — especialista en química ambiental que se desempeña en Mas Información ...)
 - Section: **EDOMEX**
 - Image: A group of people walking.
 - Section: **Obras en Toluca para 15 mil ...**
 - List of news items:
 - Lista elección en Chiautla (01/03/2016)
 - Se gradúan médicos residentes en ... (01/03/2016)
 - Gabino Cué nuevo presidente de la ... (01/03/2016)
 - Alistan tema para ómbudsman ... (01/03/2016)
 - DIF Naucalpan apoya a menores con ... (01/03/2016)
 - Capacitación al personal TAOD de ... (01/03/2016)
 - En el PRI, la unidad es tarea de ... (01/03/2016)
 - Contaminación por escasa ... (01/03/2016)
 - ASUA entrega hogares a familias (01/03/2016)
 - FZM exhorta a dar lo mejor por ... (29/02/2016)
 - Gobernabilidad y paz social en ... (29/02/2016)
 - Anuncian Plan de Acción Climática (29/02/2016)
 - UAEM entrega plan de movilidad al ... (29/02/2016)
 - EAV exhorta a combatir corrupción (29/02/2016)
- Right Sidebar:**
 - Section: **CLASICOS DE LOS 70'S 80'S 90'S** (Video player: "rarradio" by rarcom)
 - Section: **EDICION IMPRESA** (Image: Newspaper printing)
 - Section: **EDICIONES ANTERIORES** (Image: "AÑOS TRANSFORMANDO")
 - Section: **GRANDES OBRAS PARA LOS MEXIQUENSES** (Video player: "MEXICABLE" by JWPLAYER)



CONCLUSIONES

En total durante el periodo que abarcó el monitoreo a medios electrónicos de comunicación, se monitorearon cerca de **566 horas de transmisión en radio y 286 horas de transmisión en televisión**, es decir se monitorearon alrededor de **852 horas de transmisión en radio y televisión**.

En total se detectó la siguiente cantidad de spots

TOTAL DE SPOTS	RADIO	TELEVISIÓN
Partidos Políticos y Coaliciones	1,629	799
Autoridades Electorales	888	469
TOTAL DE SPOTS MONITOREADOS	3,785	



Con base en el monitoreo cualitativo en total se detectaron **50 menciones en radio y televisión** que se dividen de la siguiente manera:

VALORACIÓN	TOTAL
POSITIVA	0
NEGATIVA	6
NEUTRA	44
TOTAL	50

PARTICIPACIÓN	TOTAL
DECLARANTE	10
REFERENTE	4
CIRCUNSTANCIAL	36
TOTAL	50

Esto quiere decir que el 88% de las notas detectadas fueron neutras y el 12% tuvieron una valoración negativa. Por lo que respecta a la participación el 72% fueron circunstanciales, el 20% declarantes y el 8% referentes.



La radiodifusora “Radio Chapingo” y la televisora “Televisa”, fueron los medios en los que se tuvo una mayor diferencia entre la pauta aprobada por el INE y los spots que fueron detectados por la Unidad de Comunicación Social.

Es importante destacar que al ser un monitoreo indicativo no se pudo determinar si en otra franja horaria fueron emitidos dichos spots por cada uno de los medios de comunicación.



Del total de medios monitoreados entre radio y televisión, cabe destacar que el Sistema de Radio y Televisión Mexiquense, fue el que presentó una mayor cantidad de menciones relativas a la organización de la elección extraordinaria del municipio de Chiautla, teniendo una tendencia neutra.

Informe final



MONITOREO

a medios de comunicación impresos

- INFORME FINAL
del 11 de febrero al 13 de marzo

CONTENIDO

I.	Introducción	3
II.	Fundamento Legal	4
III.	Objetivo	4
IV.	Marco de referencia	5
V.	Metodología para el procesamiento de la información	6
VI.	Monitoreo cuantitativo	9
VII.	Monitoreo cualitativo	14
VIII.	Conclusiones	17
IX.	Equipo de monitoreo	18

MONITOREO 

**a medios
de comunicación
impresos**



I. INTRODUCCIÓN

Con motivo del proceso electoral extraordinario en el municipio de Chiautla 2016 a efectuarse en el Estado de México, el Instituto Electoral del Estado de México (IEEM), en su carácter de organismo responsable de la organización, desarrollo y vigilancia de las elecciones en la entidad, elabora estrategias y proyectos para garantizar su transparencia. En este sentido, el Centro de Formación y Documentación Electoral (CFDE) es el área que coadyuva en la realización del Monitoreo a Medios de Comunicación Impresos durante las precampañas, inter campañas, campañas, periodo de reflexión y jornada electoral, actividad que está fundamentada en los lineamientos expresos y aprobados en el Acuerdo IEEM/CG/16/2016.

Este monitoreo se rige por los principios rectores de certeza, imparcialidad, independencia, legalidad, objetividad y máxima publicidad; por tanto, se realiza con estándares de profesionalismo, secrecía y confidencialidad por parte de los servidores públicos electorales encargados de esta actividad.

El presente informe cubre del 11 de febrero al 13 de marzo, contiene datos cuantitativos y cualitativos sobre menciones periodísticas registradas y catalogadas con valores positivos, negativos o neutros, conforme a lo establecido en la metodología del Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del Instituto Electoral del Estado de México.

MONITOREO 

a medios de comunicación impresos

II. FUNDAMENTO LEGAL

El monitoreo a medios de comunicación impresos, tiene su fundamento legal en lo dispuesto en el Acuerdo IEEM/CG/16/2016 que en su considerando número XV señala “Que el párrafo tercero, del artículo 72, del Código Electoral del Estado de México, determina 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 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 estimen conducentes”.

De igual forma, dicho Acuerdo en su considerando XXV establece “que el párrafo primero del artículo 266 del Código electoral en cita, estipula 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 topes de campaña...”.

III. OBJETIVO

Identificar, registrar, sistematizar y analizar la información contenida en los periódicos y revistas, nacionales, estatales y regionales, del Catálogo de Medios Impresos propuesto por la Unidad de Comunicación Social, donde se haga referencia a los actores políticos en el municipio de Chiantla a través de la metodología aprobada, para cumplir con lo dispuesto en el Acuerdo IEEM/CG/16/2016.

MONITOREO 

**a medios
de comunicación
impresos**

IV. MARCO DE REFERENCIA.

Durante el periodo del 11 de febrero al 13 de marzo, la cantidad de los medios impresos del Catálogo que estuvieron disponibles para su monitoreo fueron 29, como se indica en el siguiente cuadro.

Cuadro 1

Cobertura	Cantidad
Nacional*	20
Estatad	8
Regional	1
Total	29

*Incluidas cinco revistas.

Medios impresos nacionales

1. Crónica de Hoy
2. Diario de México
3. El Economista
4. El Financiero
5. El Universal
6. Este País
7. Excélsior
8. La Jornada
9. La Prensa
10. La Razón
11. Metro
12. Milenio
13. Nexos
14. Ovaciones
15. Proceso
16. Récord
17. Reforma

MONITOREO 

a medios
de comunicación
impresos

18. Uno Más Uno
19. Vértigo
20. Voz y Voto

Medios impresos estatales

1. Capital Estado de México
2. Diario Amanecer
3. El Sol de Toluca
4. Heraldillo Estado de México
5. Impulso Estado de México
6. Milenio Estado de México
7. Puntual
8. 8 Columnas

Medios impresos regionales

1. Entre Valles

V. METODOLOGÍA PARA EL PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

- a) La metodología se fundamenta en el Acuerdo IEEM/CG/16/2016, en los Lineamientos de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos, Digitales, 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.
- b) Se revisa la información diariamente y se registra en la base de datos correspondiente.
- c) Se sistematiza la información con base en las variables contenidas en el Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del Instituto Electoral del Estado de México.
- d) Se analiza la información con base en lo establecido en los puntos 12.3. y 13.3. del Manual correspondiente, relativo a los monitoreos cuantitativo y cualitativo.

MONITOREO 

a medios
de comunicación
impresos

e) En el caso del análisis cuantitativo, se realizan gráficas con base en las siguientes variables:

1. Cantidad de impactos, inserciones y notas informativas en los medios de comunicación impresos.
2. La propaganda gratuita o pagada que los actores políticos, autoridades electorales y gubernamentales difundan en los medios de comunicación.
3. La información vertida por los actores políticos que emitan declaraciones en tal carácter y aquella relacionada con el proceso electoral.
4. Las noticias generadas por servidores públicos municipales, estatales o federales únicamente cuando el actor directo emita una declaración en el ámbito del proceso electoral municipal o tema de interés partidista municipal.
5. 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, artículo, noticia, editorial y ensayo).
6. Fotografías, caricaturas, que hagan referencia directa a los actores políticos, servidores electorales y servidores públicos municipales, estatales o federales, solamente cuando hagan mención del proceso electoral municipal.

f) El monitoreo cualitativo tiene la finalidad de permitir al Instituto contar con un enfoque analítico de la información que difunden los medios de comunicación impresos, al obtener elementos estratégicos que permitan conocer su tendencia, la equidad en la contienda; y, el espacio dedicado a los actores políticos del proceso electoral municipal.

La información deberá contar con un análisis de la información reportada y síntesis informativa junto con el testigo. El monitoreo atenderá la información que haga referencia explícita a los actores políticos, autoridades gubernamentales y electorales que participan en el proceso electoral municipal, lo que incluye:

1. Información sobre acontecimientos y declaraciones de dirigentes partidistas cuando éstos se refieran a temas de precampaña, intercampana y campaña electoral o cuando el emisor sea el

MONITOREO 

α medios de comunicación Impresos



propio partido, coalición, sus precandidatos o candidatos, aun en el caso de que se consideren otros temas.

2. 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, realizando valoraciones del contenido, clasificándola como positiva, negativa o neutra.

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.

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.

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.

3. En el monitoreo cualitativo también será necesario considerar, los siguientes elementos:
 - a) Objetividad.
 - b) Equidad.
 - c) Calidad uniforme en el manejo de la información.

MONITOREO 

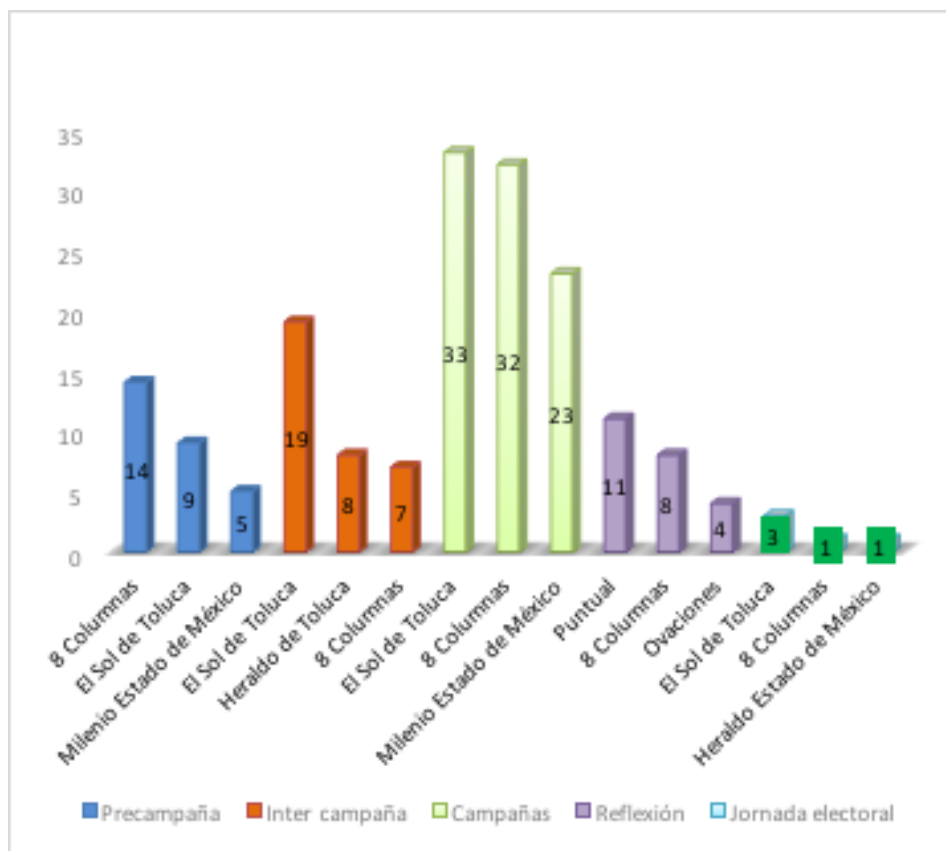
a medios
de comunicación
Impresos



VI. MONITOREO CUANTITATIVO

- 1) En los **29** medios monitoreados del 11 de febrero al 13 de marzo, se obtuvieron **326** menciones. En la gráfica siguiente, se puede observar los 3 medios que más menciones registraron por cada una de las etapas.

Gráfica 1
Menciones por medio



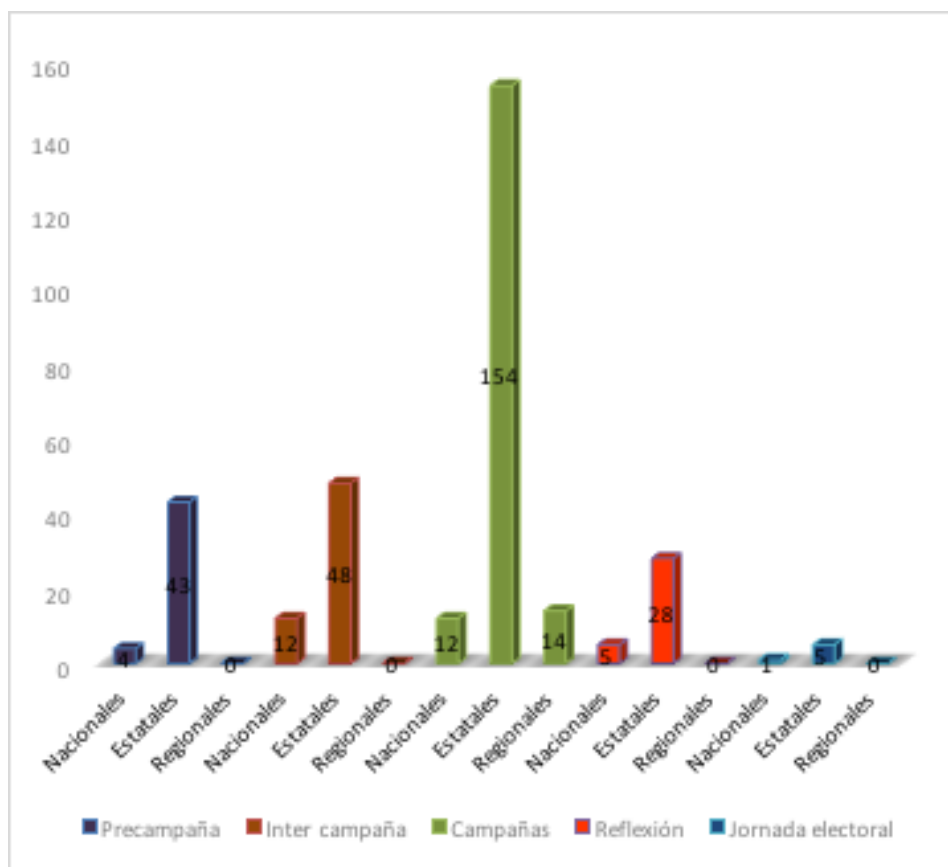
Fuente: Elaboración con base en el Monitoreo a Medios de Comunicación Impresos para la elección extraordinaria en Chiautla, IEEM-CFDE, 2016.

MONITOREO

a medios
de comunicación
Impresos

- 2) De acuerdo con la circulación de medios impresos, se observa que los medios de cobertura estatal fue donde más menciones se registraron con 278, mientras que los medios de cobertura nacional sólo fueron registradas 34 menciones y en los medios de circulación regional hubo 14 menciones.

Gráfica 2
Menciones por cobertura



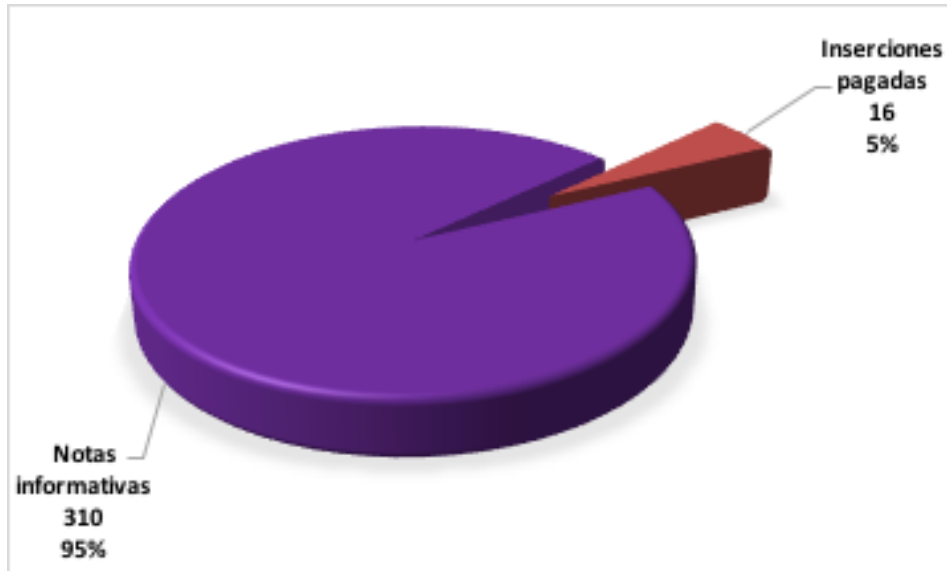
Fuente: Elaboración con base en el Monitoreo a Medios de Comunicación Impresos para la elección extraordinaria en Chiutla, IEEM-CFDE, 2016.

MONITOREO

a medios
de comunicación
Impresos

- 3) Durante el periodo reportado hubo un total de 326 registros, de estos, 310 fueron clasificadas como notas informativas y 16 inserciones pagadas.

Gráfica 3
Tipo de información por género periodístico



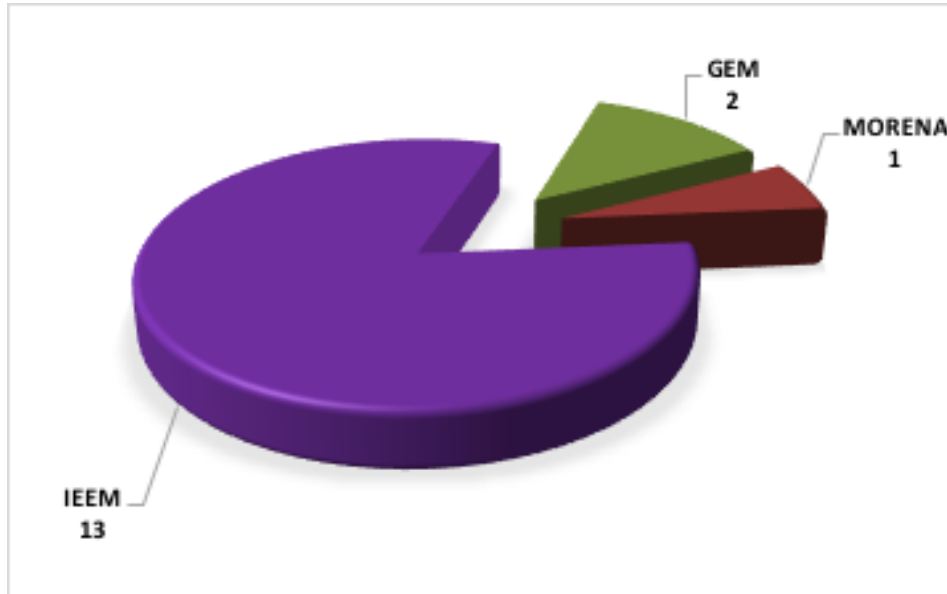
Fuente: Elaboración con base en el Monitoreo a Medios de Comunicación Impresos para la elección extraordinaria en Chiantla, IEEM-CFDE, 2016.

MONITOREO 

a medios
de comunicación
impresos

- 4) De las 16 inserciones pagadas, 13 corresponden al Instituto Electoral del Estado de México, 2 al Gobierno del Estado de México y una corresponde al candidato de MORENA.

Gráfica 4
Inserciones pagadas



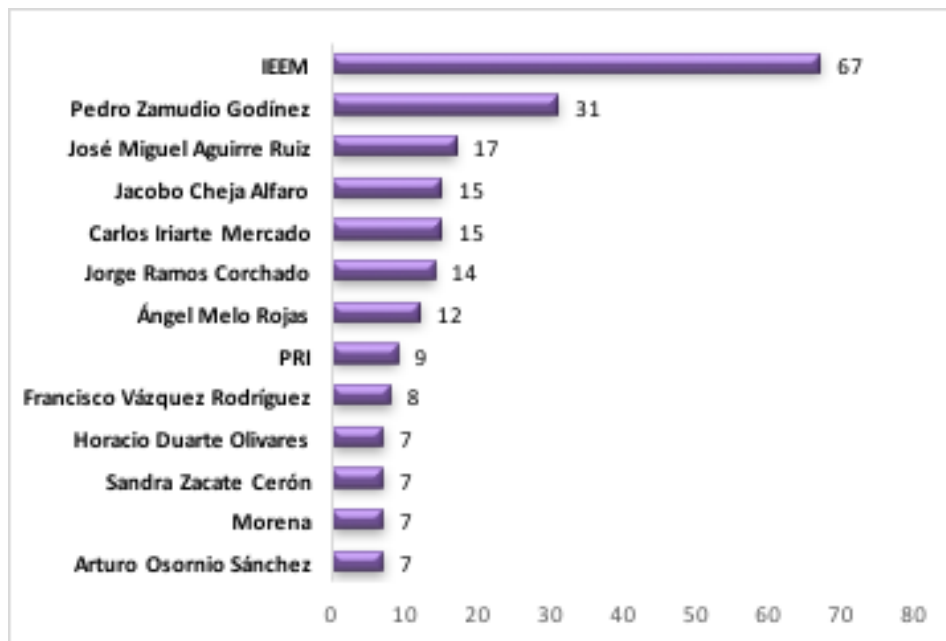
Fuente: Elaboración con base en el Monitoreo a Medios de Comunicación Impresos para la elección extraordinaria en Chiautla, IEEM-CFDE, 2016.

MONITOREO 

a medios
de comunicación
impresos

- 5) El total de actores político electorales que obtuvieron al menos una mención fue de **60**. Los 3 principales actores durante el periodo monitoreado fueron: el IEEM con 67 menciones, Pedro Zamudio Godínez con 31 y José Miguel Aguirre Ruiz con 17. A continuación se muestran los 13 actores con mayores menciones.

Gráfica 5
Principales actores político-electorales mencionados



Fuente: Elaboración con base en el Monitoreo a Medios de Comunicación Impresos para la elección extraordinaria en Chiautla, IEEM-CFDE, 2016.

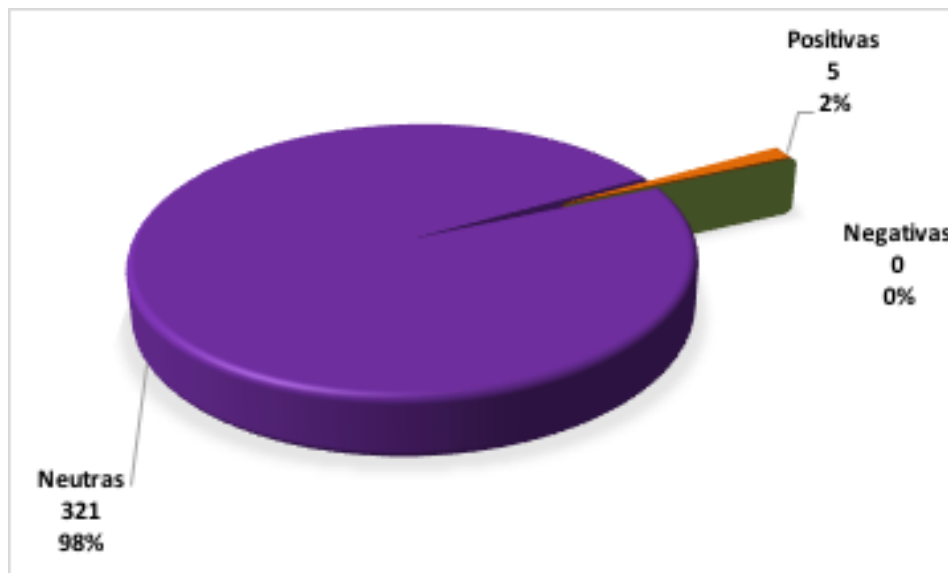
MONITOREO 

a medios
de comunicación
Impresos

VII. MONITOREO CUALITATIVO

- 1) Del 11 de febrero al 13 de marzo de 2016 fueron monitoreados **29** medios impresos, en los cuales se identificaron **60** actores políticos, con **326** menciones.
- 2) Durante el periodo monitoreado y agrupando los actores por procedencia, podemos observar lo siguiente: 8 actores del grupo pertenecieron a la autoridad electoral; 2 actores pertenecieron al grupo del Gobierno del Estado de México; 14 actores provenientes de MORENA; 10 actores pertenecieron al Partido Revolucionario Institucional; 6 actores del Partido de la Revolución Democrática; 4 actores provenientes del Partido Acción Nacional; 3 actores del Partido Futuro Democrático; 2 actores pertenecieron al Partido del Trabajo; 2 actores del Partido Encuentro Social; un actor del Partido Nueva Alianza y un actor del Partido Verde Ecologista de México.
- 3) De las **326** menciones de actores políticos electorales monitoreados, 321 se clasifican como neutras, lo que equivale al 98% y 5 (2%) se clasifican como positivas.

Gráfica 1
Valoración de menciones



Fuente: Elaboración con base en el Monitoreo a Medios de Comunicación Impresos para la elección extraordinaria en Chiutla, IEEM-CFDE, 2016.

MONITOREO

a medios
de comunicación
impresos

Los criterios de clasificación son los siguientes:

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.

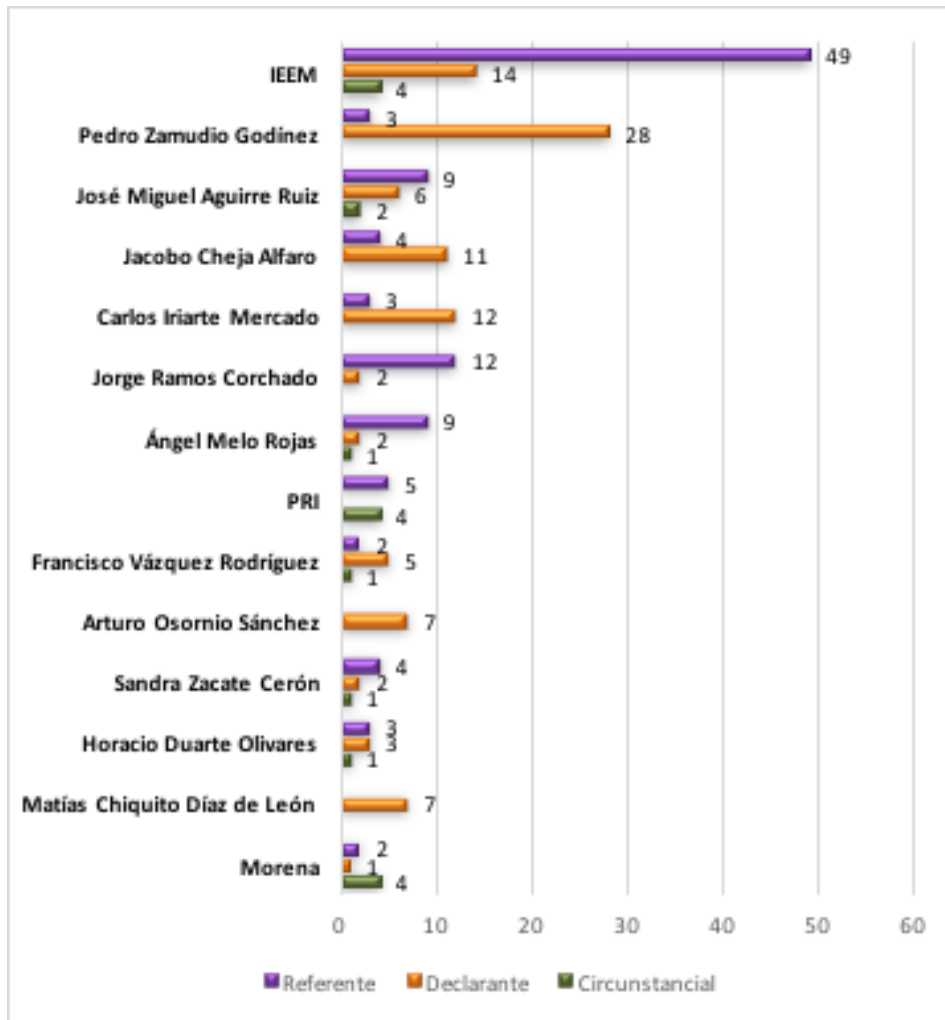
Neutra: cuando sólo se presente la información de los hechos de manera objetiva, sin mostrar valoración alguna.

MONITOREO 

a medios
de comunicación
impresos

- 4) En lo que se refiere a la participación de los actores políticos, a continuación se observa el comportamiento de los 14 actores que tuvieron 7 o más menciones.

Gráfica 2
Participación de actores



Fuente: Elaboración con base en el Monitoreo a Medios de Comunicación Impresos para la elección extraordinaria en Chiautla, IEEM-CFDE, 2016.

La participación del resto de los actores puede consultarse en el anexo electrónico.

MONITOREO 

a medios
de comunicación
Impresos

- 5) Con relación a la presencia de los actores políticos, los que más aparecieron en los diarios impresos fueron: a) IEEM, b) Pedro Zamudio Godínez y c) José Miguel Aguirre Ruiz.
- 6) Los medios impresos que más menciones registran fueron **4**: a) El Sol de Toluca con 66, b) 8 columnas con 62, c) Puntual con 41 y, d) Heraldo Estado de México con 39, los cuales registraron un total de **208** menciones que equivalen al 64 % del total.

VIII. CONCLUSIONES

- a) El total de medios monitoreados durante las cinco etapas, del 11 de febrero al 13 de marzo, fue de 29.
- b) El total de menciones monitoreadas, del 11 de febrero al 13 de marzo, fue de **326**.
- c) El diario que más menciones reportó fue El Sol de Toluca.
- d) Durante ambos periodos monitoreados se ubicaron un total de 60 actores políticos.
- e) En ambos periodos se registraron un total de **326** menciones, de las cuales 5 fueron positivas y 321 neutras,
- f) Para conocer las menciones de los actores por medio impreso y el tipo de participación a detalle de todos los actores (declarante, referente o circunstancial) podrá consultarse el anexo electrónico.
- g) En la base de datos cuantitativa podrá consultar: fecha, grupo editorial, periodicidad, tiraje, página, ubicación y tamaño de la nota. De igual forma en la base de datos cualitativa podrá consultar: fecha, grupo editorial, tiraje, ubicación de la nota, espacio otorgado, página y valoración.
- h) En conjunto, con base en lo monitoreado durante estos **32** días, se puede concluir que la tendencia en el tratamiento de la información de los medios impresos sobre la cobertura de la elección extraordinaria en el municipio de Chiautla fue neutral.

MONITOREO 

a medios
de comunicación
impresos

IX. EQUIPO DE MONITOREO

El equipo de monitoreo, cuyos miembros firmaron una carta compromiso, tanto de apego a los principios rectores como de discrecionalidad, realizan las siguientes actividades: de 9:00 a 11:00 horas identifican las menciones en los medios impresos y capturan la información en la base de datos, y de 11:00 a 13:00 horas se abocan a la revisión de la misma, de lunes a viernes, en las instalaciones del Centro de Formación y Documentación Electoral. El grupo de monitoristas está integrado por:

- a) Fátima Pichardo Mendoza
- b) Glafira Trujillo Guadarrama
- c) Jesús Valdés Sánchez
- d) Jorge Becerril Sánchez
- e) José Sánchez Fabián
- f) José Luis de la Cruz Hernández
- g) Luther Fabián Chávez Esteban
- h) Néstor Velasco García
- i) Teresita del Niño Jesús Moreno Romero

MONITOREO 

a medios
de comunicación
impresos



Informe Final

Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos
Del 11 de febrero al 13 de marzo de 2016

ÍNDICE

1. MONITOREO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALTERNOS.....	3
1.1 Recorridos de los Monitoristas.....	3
1.2 Incidencias.....	4
1.3 Desglose de la información del monitoreo	4
a) Eventos de difusión	7
b) Propaganda móvil o de tránsito.....	8
c) Publicidad directa.....	9
d) Soportes promocionales.....	10
1.4 Desglose de la información del monitoreo extraterritorial.....	12
1.5 Desglose de la información del monitoreo a la propaganda gubernamental.....	13
CONCLUSIONES	14

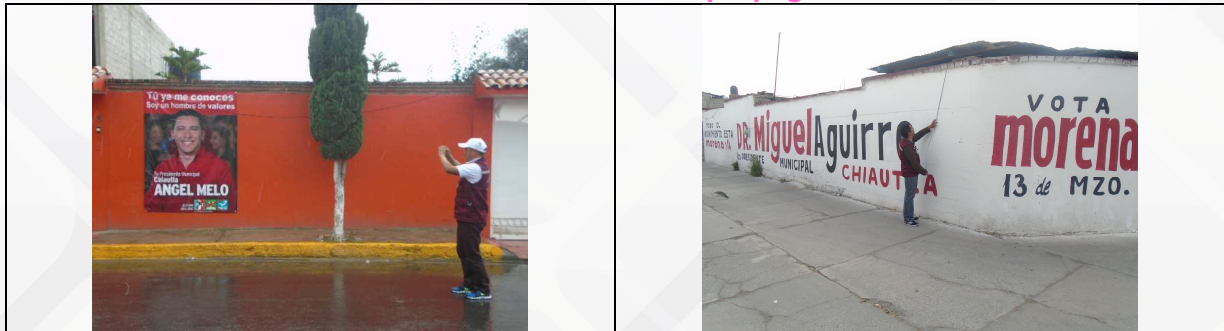
1. MONITOREO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALTERNOS

Durante los periodos de precampañas (del 11 al 15 de febrero), intercampañas (del 16 al 23 de febrero), campañas (del 24 de febrero al 9 de marzo) reflexión (del 10 al 12 de marzo) y jornada electoral (13 de marzo) los servidores electorales adscritos a la Dirección de Partidos Políticos tuvieron la responsabilidad de llevar a cabo el monitoreo a medios de comunicación alternos para la elección extraordinaria del ayuntamiento de Chiautla 2016, bajo las siguientes acciones:

1.1 Recorridos de los Monitoristas

Los Monitoristas realizaron sus recorridos en primera instancia en las avenidas principales, para posteriormente efectuarlo en la mayoría de las calles que componen las secciones electorales correspondientes a su área de monitoreo.

Fotografía 1. Servidores Electorales de la Dirección de Partidos Políticos en el levantamiento de la propaganda



Se realizó un total de 27 recorridos en el municipio de Chiautla. Cabe mencionar que no se contó con la presencia de representantes de los partidos políticos en los referidos recorridos.

El personal de la Subdirección de Prerrogativas de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión y del Departamento de Acceso a Medios realizaron recorridos para supervisar las actividades de monitoreo a la propaganda de los actores políticos en las calles y avenidas del Municipio de Chiautla.

Fotografía 2. Servidores Electorales de la Dirección de Partidos Políticos en supervisión de monitoreo en Chiautla



1.2 Incidencias

Los Monitoristas son los responsables de reportar diariamente las incidencias presentadas durante las actividades del monitoreo, al Coordinador de Monitoreo. Durante los periodos reportados se presentó solo un incidente.

1.3 Desglose de la información del monitoreo

De los recorridos que efectuaron los Monitoristas en el municipio de Chiautla, del 11 de febrero al 13 de marzo, se obtuvo un total de **1,217 registros**: 125 en precampañas, 164 en intercampañas, 917 en campañas, 11 en el periodo de reflexión y sin registros el día de la jornada electoral, verificando la existencia o no de propaganda política, electoral o gubernamental en los cuatro tipos de medios alternos, como se muestra en la siguiente tabla y gráfica:

Tabla 1 y gráfica 1. Total de elementos propagandísticos registrados por tipo de medio alterno

TIPO DE MEDIO ALTERNO	PERIODO					TOTAL
	PRECAMPAÑAS	INTERCAMPAÑAS	CAMPAÑAS	REFLEXIÓN	JORNADA ELECTORAL	
Eventos de difusión	0	0	8	0	0	8
Propaganda móvil o de tránsito	7	21	81	0	0	109
Publicidad directa	0	0	36	0	0	36
Soportes promocionales	118	143	792	11	0	1,064
TOTAL	125	164	917	11	0	1,217

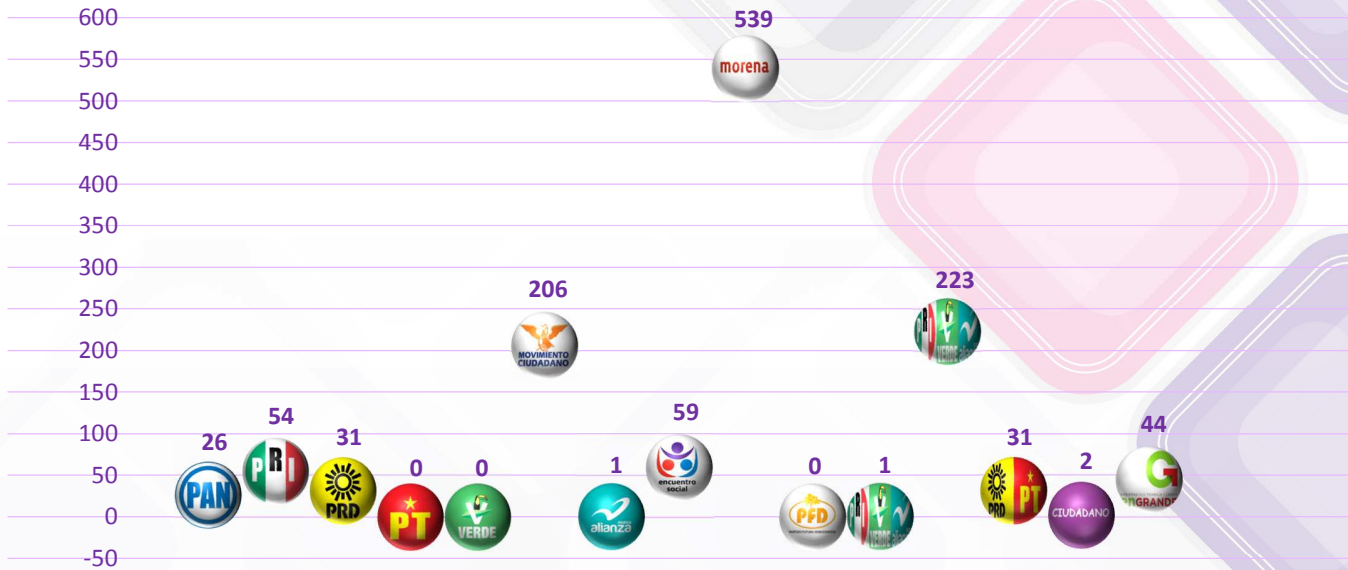


Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el desarrollo del Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos durante los periodos de Precampañas, Intercampañas, Campañas, Reflexión y Jornada Electoral en el municipio de Chiautla, 2016.

Durante los periodos referidos, se observó propaganda política, electoral y gubernamental de los cuatro tipos de medios alternos y de los diferentes actores políticos, donde se encontró que los partidos políticos o las coaliciones con mayor número de registros fueron "MORENA", PRI-PVEM-NA y Movimiento Ciudadano, como se muestra en la siguiente tabla y gráfica:

Tabla 2 y gráfica 2. Total de elementos propagandísticos registrados por actor político

ACTOR POLÍTICO	PERIODO					CANTIDAD
	PRECAMPAÑAS	INTERCAMPAÑAS	CAMPAÑAS	REFLEXIÓN	JORNADA ELECTORAL	
PAN	0	2	21	3	0	26
PRI	34	18	2	0	0	54
PRD	0	27	4	0	0	31
PT	0	0	0	0	0	0
PVEM	0	0	0	0	0	0
MC	12	11	180	3	0	206
NA	1	0	0	0	0	1
ES	5	7	46	1	0	59
MORENA	64	72	402	1	0	539
PFD	0	0	0	0	0	0
PRI-PVEM-NA	0	1	-	-	-	1
COALICIÓN PRI-PVEM-NA	-	-	220	3	0	223
COALICIÓN AVANCEMOS POR LA IZQUIERDA (PRD-PT)	-	-	31	0	0	31
CIUDADANO	1	1	-	-	-	2
GUBERNAMENTAL	8	25	11	0	0	44
TOTAL	125	164	917	11	0	1,217



Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el desarrollo del Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos durante los periodos de Precampañas, Intercampañas, Campañas, Reflexión y Jornada Electoral en el municipio de Chiautla, 2016.

Con base en la clasificación utilizada para el monitoreo a medios de comunicación alternos en los cuatro tipos de medios, se desglosa enseguida el tipo de propaganda observada, registrándose con mayor número, la propaganda electoral Chiautla* en todos los periodos:

Tabla 3. Total de elementos propagandísticos registrados por tipo de medio alternativo y tipo de propaganda

Tipo de propaganda \ Tipo de medio alternativo	PRECAMPAÑAS						INTERCAMPAÑAS				CAMPAÑAS				REFLEXIÓN		Gran Total	
	Electoral	Electoral Chiautla	Gubernamental Estatal	Gubernamental Estatal / Gubernamental Federal	Política	Total	Electoral	Electoral Chiautla	Gubernamental Estatal	Política	Total	Electoral Chiautla	Gubernamental Estatal	Política	Total	Electoral Chiautla		Total
Eventos de difusión	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	0	0	8	0	0	8
Propaganda móvil o de tránsito	0	0	5	0	2	7	0	0	16	5	21	62	10	9	81	0	0	109
Publicidad directa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	26	0	10	36	0	0	36
Soportes promocionales	1	18	1	2	96	118	38	14	9	82	143	728	1	63	792	11	11	1,064
TOTAL	1	18	6	2	98	125	38	14	25	87	164	824	11	82	917	11	11	1,217

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el desarrollo del Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos durante los periodos de Precampañas, Intercampañas, Campañas, Reflexión y Jornada Electoral en el municipio de Chiautla, 2016.

*La diferencia entre electoral y electoral Chiautla para efecto del presente informe, consiste en que en la primera es propaganda de procesos anteriores y la segunda es la propaganda propia de la elección de Chiautla.

a) Eventos de difusión

Durante el desarrollo del monitoreo se observó un total de **8 Eventos de difusión** únicamente en el periodo de campañas, de los cuales 3 corresponden a Movimiento Ciudadano 3 a MORENA; 1 para el Partido Acción Nacional y 1 para la Coalición PRI-PVEM-NA, como se puede observar en la siguiente tabla, donde la información se presenta en forma cronológica:

Tabla 4. Eventos de difusión

PERIODO	FECHA	COLONIA	TIPO DE EVENTO DE DIFUSIÓN	TIPO DE PROPAGANDA	PARTIDO POLÍTICO O COALICIÓN	ACTOR POLÍTICO	ELEMENTOS OBSERVADOS	TOTAL
CAMPAÑAS	25/02/2016	OCOPULCO	BRIGADA	ELECTORAL CHIAUTLA	MOVIMIENTO CIUDADANO	JORGE RAMOS CORCHADO	GORRA / PLAYERA / PERIFONEO	1
	25/02/2016	SANTIAGO ATENGUILLO	BRIGADA	ELECTORAL CHIAUTLA	PARTIDO ACCIÓN NACIONAL	IRMA LEÓN ESCALANTE	PLAYERA / VOLANTE / BANDERA / CHALECO	1
	25/02/2016	SANTIAGO CHIMALPA	BRIGADA	ELECTORAL CHIAUTLA	MORENA	JOSÉ MIGUEL AGUIRRE RUIZ	PLAYERA / DÍPTICO / TAMBOR / LONAS o VINILONAS / SILLAS / GORRA	1
	26/02/2016	SAN JUAN	BRIGADA	ELECTORAL CHIAUTLA	MOVIMIENTO CIUDADANO	JORGE RAMOS CORCHADO	BANDERA / PERIFONEO / DÍPTICO / GORRA / PLAYERA	1
	27/02/2016	SAN LUCAS	BRIGADA	ELECTORAL CHIAUTLA	MORENA	JOSÉ MIGUEL AGUIRRE RUIZ	DÍPTICO / GORRA / PLAYERA	1
	27/02/2016	SAN LUCAS	MARCHA O CARAVANA	ELECTORAL CHIAUTLA	MOVIMIENTO CIUDADANO	JORGE RAMOS CORCHADO	GORRA / BANDERA / VINIPLÁSTICO / PERIFONEO / CALCOMANÍA / GLOBOS	1
	27/02/2016	ATENGUILLO	BRIGADA	ELECTORAL CHIAUTLA	COALICIÓN PRI-PVEM-NA	ÁNGEL MELO ROJAS	CARTULINA / CHALECO / TAMBOR	1
	01/03/2016	SAN ANTONIO TEPETILÁN	PROMOCIÓN DEL VOTO	ELECTORAL CHIAUTLA	MORENA	JOSÉ MIGUEL AGUIRRE RUIZ	VOLANTE / GORRA / PLAYERA	1
							TOTAL	8

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el desarrollo del Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos durante los periodos de Precampañas, Intercampañas, Campañas, Reflexión y Jornada Electoral en el municipio de Chiautla, 2016.

b) Propaganda móvil o de tránsito

En el transcurso del monitoreo se tuvo un total de **78** registros en **Propaganda móvil o de tránsito**, únicamente en los periodos de precampañas, intercampañas y campañas, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 5. Propaganda móvil o de tránsito

PERIODO	PARTIDO POLÍTICO O COALICIÓN	ACTOR POLÍTICO	TIPO DE PROPAGANDA	TIPO DE PROPAGANDA MÓVIL O DE TRÁNSITO	FORMAS DE PROPAGANDA	TOTAL	
PRECAMPAÑAS	MORENA	SIN ACTOR POLÍTICO	POLITICA	CALCOMANÍAS	TRANSPORTE PRIVADO	1	2
				TRICICLO DE PAPAS CON VINIL MICROPERFORADO	TRANSPORTE PRIVADO	1	
INTERCAMPAÑAS	MORENA	SIN ACTOR POLÍTICO	POLITICA	CALCOMANIAS	TRANSPORTE PRIVADO	5	5
CAMPAÑAS	PRD	SIN ACTOR POLÍTICO	POLÍTICA	BANDERAS	TRANSPORTE PRIVADO	1	1
	MC	JORGE RAMOS CORCHADO	ELECTORAL CHIAUTLA	CALCOMANÍA / BANDERAS	PERIFONEO	1	7
				CALCOMANÍAS	TRANSPORTE PUBLICO	1	
		SIN ACTOR POLÍTICO	POLÍTICA	BANDERAS	PERIFONEO	2	
				CALCOMANÍAS	TRANSPORTE PRIVADO	1	
				CALCOMANÍAS	TRANSPORTE PRIVADO	1	
	ES	ADRIANA MADAI SOBERANES DELGADILLO	ELECTORAL CHIAUTLA	PUBLIMOVIL	PERIFONEO	1	1
	MORENA	JOSE MIGUEL AGUIRRE RUIZ	ELECTORAL CHIAUTLA	CALCOMANÍA / BANDERAS	PERIFONEO	1	51
				CALCOMANÍAS	PERIFONEO	6	
				LONAS / VINILONA	TRANSPORTE PRIVADO	31	
				LONAS / VINILONA	TRANSPORTE PUBLICO	9	
				CALCOMANÍAS	TRANSPORTE PRIVADO	1	
				LONAS / VINILONA	TRANSPORTE PRIVADO	1	
COALICIÓN PRI-PVEM-NA	ANGEL MELO ROJAS	ELECTORAL CHIAUTLA	LONAS / VINILONA	PERIFONEO	1	6	
				TRANSPORTE PUBLICO	5		
COALICIÓN AVANCEMOS POR LA IZQUIERDA (PRD-PT)	SANDRA ZACATE CERON	ELECTORAL CHIAUTLA	PUBLIMOVIL	CALCOMANÍAS	TRANSPORTE PRIVADO	1	5
				CALCOMANÍAS	PERIFONEO	3	
				CALCOMANÍAS	TRANSPORTE PRIVADO	1	
TOTAL						78	

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el desarrollo del Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos durante los periodos de Precampañas, Intercampañas, Campañas, Reflexión y Jornada Electoral en el municipio de Chiautla, 2016.

c) Publicidad directa

Sólo en el periodo de campañas se detectó un total de **36** registros en **Publicidad directa**, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 6. Publicidad directa

PERIODO	PARTIDO POLÍTICO O COALICIÓN	ACTOR POLÍTICO	TIPO DE PROPAGANDA	TIPO DE PUBLICIDAD DIRECTA	TOTAL	
CAMPAÑAS	PARTIDO ACCIÓN NACIONAL	IRMA LEÓN ESCALANTE	ELECTORAL CHIAUTLA	VOLANTE	1	1
	PARTIDO DE LA REVOLUCIÓN DEMOCRÁTICA	SIN ACTOR POLÍTICO	POLÍTICA	BANDERA	2	2
	MOVIMIENTO CIUDADANO	JORGE RAMOS CORCHADO	ELECTORAL CHIAUTLA	BANDERA / CALCOMANÍA	3	11
				BANDERA	5	
		SIN ACTOR POLÍTICO	POLÍTICA	BANDERA / CALCOMANÍA	3	
	ENCUENTRO SOCIAL	ADRIANA MADAI SOBERANES DELGADILLO	ELECTORAL CHIAUTLA	CARTEL	1	1
	MORENA	JOSÉ MIGUEL AGUIRRE RUIZ	ELECTORAL CHIAUTLA	BANDERA / CALCOMANÍA	3	14
				CALCOMANÍA	7	
				CALCOMANÍA / PLAYERA	1	
				DÍPTICO / CALCOMANÍA	1	
				PLAYERA / GORRA	1	
				VOLANTE / CALCOMANÍA	1	
	COALICIÓN PRI-PVEM-NA	ÁNGEL MELO ROJAS	ELECTORAL CHIAUTLA	CARTULINA	4	4
	COALICIÓN AVANCEMOS POR LA IZQUIERDA (PRD-PT)	SANDRA ZACATE CERÓN	ELECTORAL CHIAUTLA	BANDERA / CALCOMANÍA	1	3
CALCOMANÍA / TORTILLERO / VOLANTE / BANDERA / GORRA / PLAYERA				1		
VOLANTE				1		
TOTAL					36	

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el desarrollo del Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos durante los periodos de Precampañas, Intercampañas, Campañas, Reflexión y Jornada Electoral en el municipio de Chiautla, 2016.

d) Soportes promocionales

Durante los periodos de precampañas, intercampañas, campañas y reflexión se observó un total de **1,051** elementos propagandísticos en el rubro de **Soportes promocionales**:

Tabla 7. Soportes promocionales por partido político o coalición, tipo de soporte promocional, tipo de propaganda y por periodo

PERIODO	TIPO DE PROPAGANDA	TIPO DE SOPORTE PROMOCIONAL	PAN	PRI	PRD	MC	NA	ES	MORENA	NA/PRI/PVEM	CIUDADANO	COALICIÓN PRI-PVEM-NA	COALICIÓN AVANCEMOS POR LA IZQUIERDA (PRD-PT)	TOTAL
PRECAMPAÑAS	ELECTORAL	BARDA PINTADA							1					1
		BARDA PINTADA							11					11
	ELECTORAL CHIAUTLA	LONAS / VINILONAS							7					7
		BARDA PINTADA		34			11	1	4	39		1		90
	POLÍTICA	LONAS / VINILONAS					1			4				5
		MARQUESINA							1					1
INTERCAMPAÑAS	ELECTORAL	BARDA PINTADA		3	22			3	7	1				36
		LONAS / VINILONAS			1	1								2
	ELECTORAL CHIAUTLA	BARDA PINTADA							6					6
		LONAS / VINILONAS							8					8
	POLÍTICA	BARDA PINTADA	2	12	1	10		4	38		1			68
		LONAS / VINILONAS		3	3				7					13
	SIMILARES							1					1	
CAMPAÑAS	ELECTORAL CHIAUTLA	ANUNCIO ESPECTACULAR (DOS CARAS)							1					1
		ANUNCIO ESPECTACULAR (UNA CARA)				1								1
		BARDA PINTADA	2			5		6	95			63	9	180
		CARTEL						3						3
		CARTELERA							2					2
		LONAS / VINILONAS	17			134		34	195			146	13	539
		PANEL DE EXPOSICIÓN											1	1
	ROTULO						1						1	
	POLÍTICA	BARDA PINTADA		2					3					5
LONAS / VINILONAS				1	19			38					58	
REFLEXIÓN	ELECTORAL CHIAUTLA	BARDA PINTADA	1											1
		LONAS / VINILONAS	2			3		1	1			3		10
TOTAL			24	54	28	185	1	57	464	1	2	212	23	1,051

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el desarrollo del Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos durante los periodos de Precampañas, Intercampañas, Campañas, Reflexión y Jornada Electoral en el municipio de Chiautla, 2016.

Tabla 8. Soportes promocionales por partido político o coalición, actor político y por periodo

PERIODO	ACTOR POLÍTICO	PAN	PRI	PRD	MC	NA	ES	MORENA	NA/PRI/PVEM	CIUDADANO	COALICIÓN AVANCEMOS POR LA IZQUIERDA (PRD-PT)	COALICIÓN PRI-PVEM-NA	TOTAL
PRECAMPAÑAS	GONZALO BOJORGES									1			1
	MIGUEL AGUIRRE RUIZ							18					18
	PACO VÁZQUEZ							15					15
	SIN ACTOR POLÍTICO		34		12	1	5	29					81
INTERCAMPAÑAS	EVARISTO F. CORTES CORTES			19									19
	GONZALO BOJORGES		1						1	1			3
	IVONNE MARTÍNEZ						1						1
	JUAN CARLOS GONZÁLEZ ROMERO							3					3
	MANUEL URIBE E.			2									2
	MIGUEL AGUIRRE RUIZ				1			14					15
	PABLO DIEGO PACHECO						1						1
	PACO VÁZQUEZ							14					14
	SIN ACTOR POLÍTICO	2	17	6	10		5	36					76
CAMPAÑAS	ADRIANA MADAI SOBERANES DELGADILLO						44						44
	ÁNGEL MELO ROJAS											209	209
	IRMA LEÓN ESCALANTE	19											19
	JORGE RAMOS CORCHADO				140								140
	JOSÉ MIGUEL AGUIRRE RUIZ							293					293
	SANDRA ZACATE CERÓN										23		23
	SIN ACTOR POLÍTICO		2	1	19			41					63
REFLEXIÓN	ADRIANA MADAI SOBERANES DELGADILLO						1						1
	ÁNGEL MELO ROJAS											3	3
	IRMA LEÓN ESCALANTE	3											3
	JORGE RAMOS CORCHADO				3								3
	JOSÉ MIGUEL AGUIRRE RUIZ							1					1
TOTAL	24	54	28	185	1	57	464	1	2	23	212	1,051	

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el desarrollo del Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos durante los periodos de Precampañas, Intercampañas, Campañas y Reflexión en el municipio de Chiautla, 2016.

1.4 Desglose de la información del monitoreo extraterritorial

Durante los periodos de precampañas (del 11 al 15 de febrero), intercampañas (del 16 al 23 de febrero), campañas (del 24 de febrero al 9 de marzo) y reflexión (del 10 al 12 de marzo), los Monitoristas efectuaron recorridos en los municipios colindantes con el municipio de Chiautla y que, de acuerdo a las rutas previamente establecidas, correspondieron a los siguientes lugares: Texcoco, Acolman, Atenco, Tezoyuca, Papalotla, Chiconcuac y Tepetlaoxtoc.

En los recorridos del monitoreo extraterritorial se encontró la siguiente propaganda que corresponde a **Soportes promocionales y Propaganda móvil o de tránsito**, solo durante campañas y en el municipio de Chiconcuac:

Tabla 9. Soportes promocionales por partido político o coalición, actor político y por periodo

PERIODO	PARTIDO POLÍTICO O COALICIÓN	ACTOR POLÍTICO	TIPO DE PROPAGANDA	TIPO DE MEDIO ALTERNO	TOTAL
CAMPAÑAS	MOVIMIENTO CIUDADANO	JORGE RAMOS CORCHADO	ELECTORAL CHIAUTLA	LONA / VINILONA	1
	MORENA	JOSÉ MIGUEL AGUIRRE RUIZ	ELECTORAL CHIAUTLA	BARDA PINTADA	1
	COALICIÓN PRI-PVEM-NA	ÁNGEL MELO ROJAS	ELECTORAL CHIAUTLA	BARDA PINTADA	1
				TOTAL	3

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el desarrollo del Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos durante los periodos de Precampañas, Intercampañas, Campañas, Reflexión y Jornada Electoral en el municipio de Chiautla, 2016.

Tabla 10. Propaganda móvil o de tránsito por partido político o coalición, actor político y por periodo

PERIODO	PARTIDO POLÍTICO O COALICIÓN	ACTOR POLÍTICO	TIPO DE PROPAGANDA	TIPO DE PROPAGANDA MÓVIL O DE TRÁNSITO	FORMAS DE PROPAGANDA	TOTAL
CAMPAÑAS	MORENA	SIN ACTOR POLÍTICO	POLÍTICA	CALCOMANÍA	TRANSPORTE PÚBLICO	1
					TOTAL	1

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el desarrollo del Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos durante los periodos de Precampañas, Intercampañas, Campañas, Reflexión y Jornada Electoral en el municipio de Chiautla, 2016.

1.5 Desglose de la información del monitoreo a la propaganda gubernamental

De acuerdo con el Manual de Procedimientos para el Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos y Cine vigente, se tuvo a bien registrar la propaganda gubernamental observada, de la cual se obtuvo un total de 44 registros, 8 en precampañas, 25 en intercampanas y 11 en campañas, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 11. Total de elementos propagandísticos registrados por tipo de medio alterno y tipo de propaganda gubernamental¹

PERIODO	MEDIO ALTERNO	TIPO DE PROPAGANDA	TIPO DE MEDIO ALTERNO	TOTAL	
PRECAMPAÑAS	EVENTO DE DIFUSIÓN	-	-	0	0
	PROPAGANDA MÓVIL O DE TRÁNSITO	GUBERNAMENTAL ESTATAL	UNIDAD MÓVIL DE MASTOGRAFÍA	1	5
			UNIDAD MÓVIL LABORATORIO	1	
			UNIDAD MÓVIL ENTREVISTAS MÉDICAS	1	
			UNIDAD MÓVIL GABINETES I	1	
			UNIDAD MÓVIL GABINETES II	1	
	PUBLICIDAD DIRECTA	-	-	0	0
SOPORTES PROMOCIONALES	GUBERNAMENTAL ESTATAL	CARTELERA	1	3	
	GUBERNAMENTAL ESTATAL / GUBERNAMENTAL FEDERAL	CARTELERA	2		
INTERCAMPAÑAS	EVENTO DE DIFUSIÓN	-	-	0	0
	PROPAGANDA MÓVIL O DE TRÁNSITO	GUBERNAMENTAL ESTATAL	UNIDAD MÓVIL ENTREVISTAS MÉDICAS	2	16
			UNIDAD MÓVIL LABORATORIO CLÍNICO	2	
			UNIDAD MÓVIL GABINETES I	2	
			UNIDAD MÓVIL GABINETES II	2	
			UNIDAD MÓVIL DE MASTOGRAFÍA	2	
			UNIDAD MÓVIL SALA DE CINE	2	
			UNIDAD MÓVIL DE ATENCIÓN Y DETECCIÓN DE DIABETES	2	
			VEHÍCULO PROPIEDAD ISEM "SIN HAMBRE"	1	
			VEHÍCULO PROPIEDAD ISEM "SEGURO POPULAR"	1	
			PUBLICIDAD DIRECTA	-	
	SOPORTES PROMOCIONALES	GUBERNAMENTAL ESTATAL	CARTELERA	5	9
PUBLIVALLA			4		
CAMPAÑAS	EVENTO DE DIFUSIÓN	-	-	0	0
	PROPAGANDA MÓVIL O DE TRÁNSITO	GUBERNAMENTAL ESTATAL	CINE MÓVIL	1	10
			UNIDAD MÓVIL DE ENTREVISTAS MÉDICAS	2	
			UNIDAD MÓVIL DE MASTOGRAFÍA GRATUITA	1	
			UNIDAD MÓVIL GABINETES I	2	
			UNIDAD MÓVIL GABINETES II	2	
			UNIDAD MÓVIL LABORATORIO CLÍNICO	2	
PUBLICIDAD DIRECTA	-	-	0	0	
SOPORTES PROMOCIONALES	GUBERNAMENTAL ESTATAL	CARTELERA	1	1	
TOTAL				44	

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos durante los periodos de Precampañas, Intercampañas, Campañas, Reflexión y Jornada Electoral en el municipio de Chiautla, 2016.

¹ Cuadro del que se advierte que fue la propaganda gubernamental permitida mediante Decreto Número 62 POR EL QUE SE ESTABLECEN LOS PROGRAMAS DE DESARROLLO SOCIAL QUE POR SU NATURALEZA, OBJETO O FIN NO DEBERÁN SUSPENDERSE DURANTE LA ELECCIÓN EXTRAORDINARIA DEL AYUNTAMIENTO DE CHIAUTLA.

CONCLUSIONES

Como se pudo apreciar en el desarrollo del Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos en el municipio de Chiutla, se obtuvo un total de 1,217 registros de la propaganda política, electoral y gubernamental capturados en el SIMMCA y presentados en este informe final: 125 en precampañas, 164 en intercampañas, 917 en campañas, 11 en el periodo de reflexión y sin registros el día de la jornada electoral.

De los 1,217 registros, se observaron 8 registros en eventos de difusión; 109 registros en propaganda móvil o de tránsito; 36 registros en publicidad directa; y 1,064 registros en soportes promocionales.

En **Eventos de difusión**, de los 8 registros, el partido político que tuvo mayor número fue de Movimiento Ciudadano y del partido político "MORENA" con un total de 3 registros, seguidos del Partido Acción Nacional y la Coalición PRI-PVEM-NA, con 1 registro respectivamente. El tipo de evento más observado fue la Brigada.

En el rubro de **Propaganda móvil o de tránsito**, de los 109 registros, la propaganda más observada fue del partido político "MORENA" con un total de 58 registros, seguido de Movimiento Ciudadano con 7 registros.

En **Publicidad directa** de los 36 registros, las banderas y calcomanías fueron los elementos más observados, y el partido político del que más registros se observaron fue del partido político "MORENA" con un total de 14.

El rubro de **Soportes promocionales** tuvo un total de 1,064 registros, siendo las lonas o vinilonas las que ocuparon el primer lugar en cuanto a cantidad, con 642, seguidas de las bardas pintadas con un total de 398 registros.

En lo concerniente a Actor Político, el partido político "MORENA" fue el que obtuvo el mayor número con un total de 539; seguido de la Coalición PRI-PVEM-NA, con 223; el partido Movimiento Ciudadano, con 206; el partido Encuentro Social, con 59; el Partido Revolucionario Institucional con 54 registros; la propaganda gubernamental, con 44; la Coalición Avancemos por la Izquierda (PRD-PT), con 31; el Partido de la Revolución Democrática, con 31; el Partido Acción Nacional, 26; el Partido Nueva Alianza con 1; PRI/PVEM/NA, con 1 registro; y la figura de Ciudadano, con 2.

De manera esquemática y como conclusión, se enuncian a continuación por periodo y por tipo de medio, los elementos propagandísticos detectados en los recorridos de monitoreo:

**Tabla 12. Total final de elementos propagandísticos registrados
Por tipo de medio alterno y tipo de propaganda**

TIPO DE MEDIO ALTERNO	ELEMENTO PROPAGANDÍSTICO OBSERVADO	PERIODO				TOTAL
		PRECAMPAÑAS	INTERCAMPAÑAS	CAMPAÑAS	REFLEXIÓN	
EVENTOS DE DIFUSIÓN	BRIGADA			6		6
	MARCHA O CARAVANA			1		1
	PROMOCIÓN DEL VOTO			1		1
PROPAGANDA MÓVIL O DE TRÁNSITO	CALCOMANÍAS	1	5	51		57
	LONAS / VINILONAS			9		9
	PUBLIMOVIL			5		5
	UNIDAD MÓVIL ENTREVISTAS MEDICAS	1	2	2		5
	UNIDAD MÓVIL GABINETE I	1	2	2		5
	UNIDAD MÓVIL GABINETES II	1	2	2		5
	UNIDAD MÓVIL LABORATORIO CLÍNICO	1	2	2		5
	BANDERAS			4		4
	UNIDAD MÓVIL MASTOGRAFÍA GRATUITA	1	2	1		4
	UNIDAD MÓVIL SALA DE CINE		2	1		3
	CALCOMANÍA / BANDERAS			2		2
	UNIDAD MÓVIL ATENCIÓN Y DETECCIÓN DE DIABETES		2			2
	SIN HAMBRE		1			1
	SEGURO POPULAR		1			1
	TRICICLO DE PAPAS CON VINIL MICROPERFORADO	1				1
PUBLICIDAD DIRECTA	BANDERA / CALCOMANÍA			10		10
	BANDERA			7		7
	CALCOMANÍA			7		7
	CARTULINA			4		4
	VOLANTE			2		2
	CALCOMANÍA / PLAYERA			1		1
	CALCOMANÍA/TORTILLERO/VOLANTE/BANDERA/GORRA/PLAYERA			1		1
	CARTEL			1		1
	DÍPTICO / CALCOMANÍA			1		1
	PLAYERA / GORRA			1		1
	VOLANTE / CALCOMANÍA			1		1
SOPORTES PROMOCIONALES	BARDA PINTADA	102	110	185	1	398
	LONAS / VINILONAS	12	23	597	10	642
	CARTELERA	3	5	3		11
	PUBLIVALLA		4			4
	CARTEL			3		3
	ANUNCIO ESPECTACULAR			2		2
	MARQUESINA	1				1
	CALCOMANÍAS EN CARTELERA		1			1
	ROTULO			1		1
	PANEL DE EXPOSICIÓN			1		1
TOTAL	125	164	917	11	1,217	

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el desarrollo del Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos durante los periodos de Precampañas, Intercampañas, Campañas, Reflexión y Jornada Electoral en el municipio de Chiautla, 2016.