



**MANUAL DE  
PROCEDIMIENTOS PARA  
EL MONITOREO A MEDIOS  
DE COMUNICACIÓN  
ELECTRÓNICOS,  
IMPRESOS E INTERNET  
PARA LOS PROCESOS  
ELECTORALES EN EL  
ESTADO DE MÉXICO**

**CAMPyD**

Comisión de Acceso a Medios Propaganda y Difusión

<b>Índice</b>	<b>Pág.</b>
I. <b>Presentación</b>	1
II. <b>Glosario</b>	2
III. <b>Objetivo general</b>	6
IV. <b>Objetivos específicos</b>	6
V. <b>Justificación</b>	7
VI. <b>Alcances</b>	7
VII. <b>Fundamento legal</b>	7
7.1. Para el caso de la verificación de la prerrogativa	7
7.2. En el ámbito local	8
VIII. <b>Actividades preliminares</b>	12
IX. <b>Desarrollo o implementación del monitoreo</b>	17
X. <b>Tipos de monitoreo</b>	21
10.1. Monitoreo cuantitativo	21
10.2. Monitoreo cualitativo	22
XI. <b>Auditoría al monitoreo</b>	25
XII. <b>Variables que deberán ser consideradas en los informes del monitoreo cuantitativo</b>	25
12.1. Medios electrónicos	25
12.1.1. Radio	25
12.1.2. Televisión	28
12.2. Internet (de manera referencial)	30
12.3. Medios impresos	31
XIII. <b>Variables que se deberán considerar en los informes del monitoreo cualitativo</b>	33
13.1. Medios electrónicos	33
13.1.1. Radio	33
13.1.2. Televisión	36
13.2. Internet (de manera referencial)	39
13.3. Medios impresos	40
XIV. <b>Anexos</b>	
14.1. Catálogo de Medios	43
14.2. Bitácoras de seguimiento	

# **MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA EL MONITOREO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS, IMPRESOS E INTERNET PARA LOS PROCESOS ELECTORALES EN EL ESTADO DE MÉXICO**

## **I. Presentación**

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

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

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

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

Derivado de esta condición, se establece que el monitoreo puede ser desarrollado bajo tres condiciones de cumplimiento:

- 1) El monitoreo a los medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet, puede ser ejecutado directamente por el Instituto.
- 2) El monitoreo a los medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet, puede ser ejecutado indirectamente, a través de la contratación de una empresa especializada en comunicaciones.
- 3) El monitoreo a los medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet puede ser realizado por una institución pública.

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

## II. Glosario

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

**Actores políticos:** Precandidatos, candidatos, dirigentes políticos, militantes, simpatizantes, afiliados, partidos políticos y coaliciones.

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

**Autoridades gubernamentales:** los poderes federales, estatales, de los municipios, órganos de gobierno del Distrito Federal, sus delegaciones y cualquier otro ente de gobierno, así como sus integrantes.

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

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

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

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

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

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

**Empresas e instituciones públicas:** proveedores especializados que al efecto contrate el Instituto Electoral del Estado de México, para la realización del

monitoreo de la propaganda de los partidos políticos en medios electrónicos, impresos e Internet.

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

**Formato de programa:** se refiere al concepto o idea de un programa que combina elementos particulares que definen las reglas que debe seguir su producción, diseño y montaje.

**IFE:** Instituto Federal Electoral.

**Instituto:** Instituto Electoral del Estado de México.

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

**Lineamientos:** Lineamientos de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos y Alternos aprobados por el Instituto Electoral del Estado de México.

**Manual de Procedimientos:** documento utilizado para la ejecución del monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos, e internet, para los periodos de precampañas y campañas electorales del proceso electoral local respectivo.

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

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

**Medios impresos:** los diarios, revistas semanales, quincenales, mensuales que se encuentran incluidos en el Catálogo de Medios aprobado por la Comisión.

**Monitoreo:** verificación, con base en la pauta aprobada por el IFE, del número de promocionales transmitidos por los actores políticos, en radio y televisión, así como el tratamiento que se da a la información relacionada con las precampañas y campañas electorales de los actores políticos, en los formatos de programas de radio y televisión para difundir esa información. Asimismo, el seguimiento que se da a la propaganda difundida por los actores políticos en medios impresos e internet.

**Monitoreo cualitativo:** análisis sobre el trato que los medios otorguen en la difusión de las precampañas, intercampañas y campañas electorales; así como identificar si la valoración es: positiva, negativa o neutra; y la equidad en los tiempos y el tratamiento de la información.

**Monitoreo cuantitativo:** análisis que mide la cantidad de mensajes promocionales, propagandísticos e informativos, que difunden los actores políticos y que tienen por objeto verificar que los medios otorguen un trato equitativo en la difusión de las precampañas y campañas electorales.

**Monitoreo en Internet:** 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:** el enunciador interpreta y valora la información.

**Órgano Técnico:** Órgano Técnico de Fiscalización del Instituto Electoral del Estado de México.

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

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

**Pauta de medios:** es la orden de transmisión de los mensajes en la que se establecen los esquemas de distribución día por día, especificando la estación de radio o canal de televisión, el periodo, las horas de transmisión, el partido político al que corresponde cada mensaje y las franjas horarias de transmisión para los mensajes del Instituto y otras autoridades electorales.

**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. En la nomenclatura de este Manual de Procedimientos, pieza de monitoreo equivale a mención, promocional y nota informativa.

**Plazas alternas:** las instalaciones que determine la empresa o institución pública para llevar a cabo la verificación y 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 los partidos políticos, dirigentes, aspirantes a candidatos, militantes, afiliados o simpatizantes, en los tiempos establecidos y

regulados en el presente Código y sus estatutos, dentro de sus procesos internos de selección de candidatos a los distintos cargos de elección popular.

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

**Programa:** al espacio en radio y televisión, en el que por el formato en que este diseñado, eventualmente puede difundir información relacionada con los actores políticos y el proceso electoral local.

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

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

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

**Propaganda gubernamental:** la que producen y difunden las autoridades federales, estatales y municipales, así como los legisladores locales, para la difusión de sus logros o programas de gobierno.

**Reportaje:** género narrativo y expositivo que presenta los hechos, los interrelaciona, contrasta y 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. El reportaje atribuye las opiniones a las personas que las mantienen, pero no ofrece las del reportero.

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

**Servidor público:** toda persona que desempeña un empleo, cargo o comisión pública en alguno de los poderes federales, estatales, de cualquier naturaleza en la administración pública estatal o municipal, en sus órganos constitucionales autónomos, descentralizados, desconcentrados, fideicomisos, ayuntamientos y en los poderes Legislativo y Judicial del estado, y demás entidades públicas de la entidad, con independencia del acto jurídico que les dio origen. Así como servidores públicos del gobierno del Distrito Federal y sus Delegaciones.

**Soporte digital:** Disco Compacto (CD) o Disco Versátil Digital (DVD), Disco Duro Externo, entre otros.

**Spot:** anuncio propagandístico en audio y/o video, con una duración de 20 o 30 segundos, en caso de autoridades electorales y de 20 o 30 segundos, y 1 o 2 minutos, para el caso de los partidos políticos.

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

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

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

**Valoraciones:** se clasifica como información valorada aquella que presente verbalmente adjetivos calificativos y/o frases idiomáticas que se utilicen como adjetivos y sean mencionadas por el conductor o reportero del programa.

### **III. Objetivo general**

Desarrollar los procedimientos que permitan garantizar la equidad en la difusión de los actos proselitistas de los actores políticos; apoyar la fiscalización de los partidos políticos y evitar que se rebasen los topes de gastos de precampaña y campaña; supervisar, verificar y vigilar la transmisión de las pautas aprobadas por el IFE, por parte de los concesionarios y permisionarios en radio y televisión, y los particulares relacionados con los medios impresos e Internet; 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 artículo 157 del Código.

### **IV. Objetivos específicos**

- 4.1. Establecer los procedimientos para llevar a cabo el monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet.
- 4.2. Establecer la metodología para el monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet.
- 4.3. Determinar las características que deberán contener los informes quincenales, extraordinarios y finales.



## **V. Justificación**

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

## **VI. Alcances**

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

## **VII. Fundamento legal**

### **7.1. Para el caso de la verificación de la prerrogativa de acceso de los partidos políticos a la radio y televisión:**

#### **Constitución Política de los Estado Unidos Mexicanos**

#### **Artículo 41 apartado B, Base III:**

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

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

Cuando a juicio del Instituto Federal Electoral el tiempo total en radio y televisión a que se refieren este apartado y el anterior fuese insuficiente para sus propios fines o los de otras autoridades electorales, determinará lo conducente para cubrir el tiempo faltante, conforme a las facultades que la ley le confiera.

## **Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales**

**Artículo 49, numeral 5:** El Instituto Federal Electoral es la autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a los fines propios del Instituto y a los de otras autoridades electorales, así como al ejercicio de las prerrogativas que la Constitución y este Código otorgan a los partidos políticos en esta materia.

### **Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral**

#### **Artículo 7, numeral 1: De las bases de acceso a la radio y la televisión en materia política y electoral**

1. El Instituto Federal Electoral es la única autoridad competente para ordenar la transmisión de propaganda política o electoral en radio o televisión, para el cumplimiento de sus propios fines, de otras autoridades electorales federales o locales, y de los partidos políticos.

#### **7.2 En el ámbito local**

### **Código Electoral del Estado de México**

**Artículo 64, párrafo cuarto:** Desde el inicio de las campañas electorales y hasta la conclusión de la respectiva jornada electoral, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación social toda propaganda gubernamental, tanto de las autoridades estatales, como municipales y cualquier otro ente público. Las únicas excepciones a lo anterior serán las campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a servicios educativos y de salud o las necesarias para la protección civil en caso de emergencia.

**Artículo 66, párrafo segundo:** 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.

#### **Artículo 95 fracciones X y XVIII:**

**X.** Vigilar que las actividades de los partidos políticos se desarrollen con apego a este Código y cumplan con las obligaciones a que están sujetos.

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

**Artículo 157 párrafo segundo:** Desde el inicio de las campañas electorales y hasta la conclusión de la jornada electoral, las autoridades estatales y municipales, así como los legisladores locales, deberán suspender la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental. Las únicas excepciones a los anterior, serán las campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a los servicios educativos y de salud o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia.

**Artículo 162:** El Instituto realizará monitoreos de medios de comunicación electrónicos e impresos, públicos y privados, durante el periodo de precampaña y campaña electoral, o antes si así lo solicita un partido político. Los monitoreos tendrán como fin garantizar la equidad en la difusión de los actos proselitistas de los partidos, coaliciones y candidatos.

El monitoreo de medios servirá para apoyar la fiscalización de los partidos políticos y para prevenir que se rebasen los topes de campaña. El Instituto podrá auxiliarse de empresas externas para realizar dicho monitoreo.

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

El resultado de los monitoreos se hará público en los términos que determine el Consejo General.

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

**Artículo 1.47:** La Comisión tendrá como objeto atender lo relacionado con el acceso del Instituto y de los partidos políticos a los medios de comunicación, conforme a las normas establecidas en el Apartado B, de la base III, del artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, al artículo 12 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México, a los artículos 63 y 65 del Código, a los convenios que en la materia se celebren con el Instituto Federal Electoral y a lo que disponga el Consejo General; realizar monitoreos de medios de comunicación electrónicos e impresos, públicos y privados, así como de la propaganda colocada en todo tipo de espacio o equipamiento utilizado para difundir mensajes, durante el periodo de precampañas, intercampañas y campañas electorales, o antes si así lo solicita un partido político, con el fin de garantizar la equidad en la difusión de los

actos proselitistas, apoyar la fiscalización de los partidos políticos y prevenir que se rebasen los topes de gastos de precampaña y campaña; supervisar y en su caso actualizar el Plan de Medios del Instituto; así como llevar a cabo la organización de debates públicos.

**Artículo 1.49:** La Comisión tendrá las siguientes atribuciones:

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

**V.** Realizar, supervisar y vigilar monitoreos cuantitativos y cualitativos, así como el seguimiento de notas informativas en medios de comunicación impresos y electrónicos, relativos a la propaganda política o electoral de los partidos políticos y coaliciones, informando periódicamente al Consejo General, sobre los resultados de tales monitoreos y seguimiento, que serán quincenales en tiempo de proceso electoral. Dichos informes deberán contener una valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados, así como las recomendaciones que se estimen conducentes;

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

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

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

### **Lineamientos de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos y Alternos para los procesos electorales en el Estado de México.**

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

**Artículo 2.** Los presentes lineamientos tienen como objeto, desarrollar los procedimientos que permitan garantizar la equidad en la difusión de los actos proselitistas de los precandidatos, candidatos, dirigentes políticos, militantes, simpatizantes, afiliados, partidos políticos y coaliciones; supervisar, verificar y vigilar la transmisión de las pautas aprobadas por el IFE, por parte de los concesionarios y permisionarios en radio y televisión; vigilar los medios de comunicación electrónicos, impresos y alternos donde difunden su propaganda política y electoral los actores políticos, lo que servirá para apoyar en la fiscalización de los partidos políticos y coaliciones y evitar que se rebasen los toques de gastos de precampaña y campaña; así como observar que desde el inicio de las campañas electorales y hasta la conclusión de la jornada electoral se suspenda la difusión de toda propaganda gubernamental, de acuerdo a lo establecido en el artículo 157 del Código.

**Artículo 3.** Serán sujetos de monitoreo en los Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos, Alternos, Internet y Cine los precandidatos, candidatos, dirigentes políticos, militantes, simpatizantes, afiliados, partidos políticos, coaliciones, autoridades federales, estatales y municipales y cualquier otro ente público durante el periodo de precampaña, intercampaña y campaña electoral, o antes si algún partido político lo solicita.

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

- a) Propaganda de precampaña.
- b) Propaganda gubernamental.
- c) Propaganda electoral.

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

**Artículo 25.** El universo del monitoreo cualitativo abarcará la programación y contenido de los medios de comunicación que tienen cobertura en el Estado de México.

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

**Artículo 30.** El monitoreo a medios de comunicación electrónicos en precampañas, intercampañas y campañas electorales se realizará con base en el catálogo de medios que determine la Comisión y en la metodología correspondiente que se apruebe en el seno de la misma.

La Comisión propondrá oportunamente al Consejo General los criterios para llevar a cabo el convenio de colaboración en materia de Radio y Televisión con el IFE respecto del procedimiento para generar los testigos de grabación de los noticiarios.

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

**Artículo 32.** El monitoreo informativo en radio y televisión, se realizará diariamente en el lapso comprendido entre las 06:00 y las 24:00 horas.

## **VIII. Actividades preliminares**

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

- 8.1. Obtención de los acuerdos del Comité de Radio y Televisión del IFE.
- 8.2. Actualización del Manual de Procedimientos.
- 8.3. Elaboración del cronograma de actividades relativas al monitoreo.
- 8.4. Para el desarrollo del monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos e Internet, la Comisión solicitará a la Unidad de Comunicación elabore el Catálogo de Medios, tomando en cuenta el tiraje en medios impresos, la cobertura de las estaciones de radio y canales de televisión, así como la relación de los sitios más visitados de Internet en términos de lo que establecen los artículos 28, 30 y 36 de los Lineamientos. Asimismo, la Comisión podrá, en su momento, determinar monitorear algún otro medio de comunicación que no esté contemplado en dicho Catálogo.
- 8.5. De la contratación del servicio.
  - 8.5.1. La Comisión, a través de la Dirección, solicitará al Comité de Adquisiciones la contratación del servicio de monitoreo, conforme a lo establecido en la Normatividad y Procedimientos para la

Administración de los Recursos del Instituto Electoral del Estado de México.

8.5.2. El Comité de Adquisiciones llevará a cabo el procedimiento adquisitivo correspondiente para la contratación de la empresa o institución pública que realizará el monitoreo, seleccionando la propuesta que brinde al Instituto las mejores condiciones disponibles en cuanto a precio, calidad, financiamiento, oportunidad y demás circunstancias pertinentes, bajo los siguientes criterios:

- a) Monitorear los medios de comunicación: radio, televisión, impresos e Internet. Para el caso de radio y televisión se deberá monitorear la barra programática de las 6:00 a las 24:00 horas, los siete días de la semana.
- b) Los formatos de programa que quedan exceptuados del monitoreo dado que no están diseñados para difundir información coyuntural ni relacionada con los actores políticos y el proceso electoral se enlistan a continuación:
  - **Caricaturas o animaciones:** Programas hechos con dibujos animados o de realidad virtual.
  - **Cultural:** Programa que representa creaciones o noticias de las bellas artes, de las ciencias y humanidades. No quedarán excluidos aquellos de conducción en vivo de producción nacional.
  - **Infantil:** Programas de producción extranjera, grabados o en vivo, no animados dirigidos a los niños.
  - **Películas:** Exhibición de producciones cinematográficas o hechas para televisión con el formato de largometraje.
  - **Series:** Producción nacional o extranjera en la que participa un cuadro de actores y en la que cada capítulo suele ser independiente del anterior. Incluye aquellas de contenido dramático, histórico, de aventuras, medio ambiente, entre otros.
  - **Reality show:** Programa de televisión continuo que transmite todas las actividades diarias de personas que comparten una misma locación y compiten por un premio o lo hacen simplemente por convivir con otros.

- c) Ajustarse a los Lineamientos y Manual de Procedimientos, al Catálogo de Medios, así como a lo que determine la Comisión.
- d) 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.
- e) Contar con capacidad técnica y económica para la instalación y operación de plazas alternas en lugares adecuados que garanticen la privacidad, así como la confidencialidad de la información.
- f) Contar con plantas generadoras de electricidad que garanticen la no interrupción de la actividad del monitoreo.
- g) Digitalizar el producto generado por la empresa o institución pública.
- h) Contar con personal suficiente, calificado y con experiencia en el manejo y procesamiento de la información generada en el monitoreo.
- i) Asignar a un encargado que esté en coordinación permanente con la Dirección y estar al pendiente de toda la actividad del monitoreo, para detectar posibles necesidades que se pudieran atender por parte de la empresa.
- j) 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.
- k) Aceptar supervisión directa y continua por parte del personal del Instituto.
- l) Generar una página web enlazada a la del Instituto y exclusiva para el almacenamiento de la información del monitoreo, donde se puedan consultar, en todo momento y con la debida oportunidad: los testigos (por tipo de medio, partido político o coalición, autoridad electoral y autoridad gubernamental y actor político), los informes quincenales, extraordinarios y finales, así como los reportes a detalle y de la misma forma el comparativo del pautado correspondiente aprobado por el IFE con lo



realmente transmitido; con el control de acceso, seguridad y confidencialidad establecidos previamente entre la empresa y la Comisión.

- m) Proporcionar los informes ejecutivos y reportes a detalle productos del monitoreo, de acuerdo con las características previstas en este Manual de Procedimientos, almacenados en soporte digital, con los pautados, así como un ejemplo de cada versión del testigo observado durante el periodo correspondiente.
- n) Contar con un respaldo de la información producto del monitoreo en todo momento y mantener los testigos hasta que lo determine la Comisión.
- o) Definir los costos unitarios tomando como indicadores los tarifarios que aporte la empresa o institución pública contratada, los cuales en ningún caso podrán ser vinculantes. Los resultados de este apartado serán entregados por separado a la Presidencia, la cual los hará del conocimiento del Órgano Técnico.
- p) Tener en cuenta, en la propuesta técnica, el Catálogo de Medios aprobado por la Comisión.
- q) Aceptar que la información, los datos y los resultados del monitoreo son propiedad del Instituto.
- r) 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.
- s) La forma de pago para el servicio de monitoreo será la siguiente: un primer pago correspondiente al 30% a la firma del contrato; un segundo pago equivalente al 20% a la rendición del informe final de precampañas; un tercer pago equivalente al 20% a la rendición del informe final de intercampañas.
  - i. El pago final del 30% se efectuará una vez rendido el informe final a entera satisfacción de la Comisión, así como del Consejo General.
  - ii. Será obligación de la empresa entregar a la Dirección el informe final y la totalidad de los testigos en soporte digital, conforme a las características previstas en este Manual de Procedimientos.

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

## **IX. Desarrollo o implementación del monitoreo**

### 9.1. Recopilación y seguimiento de la información.

- 9.1.1 La empresa o institución pública deberá contar con un servidor de base de datos que permita el almacenamiento (archivo histórico) de toda la información generada durante el monitoreo, y así puedan ser consultados, desde la página web creada para tal fin, todos los testigos del monitoreo; los informes ejecutivos, quincenales, extraordinarios y finales una vez que sean rendidos ante la Comisión, los reportes a detalle correspondientes; así como el análisis comparativo entre lo pautado con respecto a lo transmitido, por tipo de medio, actor político, partido político o coalición en forma cronológica.
- 9.1.2 El sistema permitirá la impresión y descarga de la información relativa al monitoreo, para tal efecto, la empresa o institución pública entregará con toda oportunidad a la Presidencia las claves de acceso a la página y ésta, a su vez, las distribuirá a los integrantes de la Comisión y al Órgano Técnico.
- 9.1.3 Para llevar a cabo el seguimiento de las precampañas, intercampañas y campañas electorales, se monitorean los medios de comunicación contenidos en el Catálogo de Medios, durante la barra programática de las 6:00 a las 24:00 horas, los siete días de la semana en los siguientes rubros, según corresponda:
  - a) Propaganda de precampaña.
  - b) Propaganda gubernamental.
  - c) Propaganda electoral.

Asimismo, se deberá monitorear la propaganda de las autoridades electorales.
- 9.1.4 La información susceptible de monitoreo será la que se refiera a los actores políticos y al respectivo proceso electoral del Estado de México.
- 9.1.5 En caso de notas compartidas donde aparezcan declaraciones de dos o más partidos políticos, coaliciones, así como de sus precandidatos y candidatos sobre un tema, la contabilización se hará para todos los que participen en la nota.

- 9.1.6 La Dirección será el canal de comunicación entre el Instituto y la empresa, a fin de que se transmitan los requerimientos, observaciones y dudas de la Comisión de manera correcta.
  - 9.1.7 La Comisión, por sí o a través de la Secretaría Técnica, supervisará de manera continua la labor del monitoreo desarrollado por la empresa o institución pública, mediante visitas a sus instalaciones, de las que elaborará una bitácora o conforme a las actividades que se consideren oportunas.
  - 9.1.8 La Comisión establecerá los términos en los cuales se establecerá una serie de visitas de inspección por parte de los integrantes de la Comisión, a las sedes de la empresa con el fin de verificar los trabajos realizados.
- 9.2. El producto del monitoreo requerido por el Instituto.
- 9.2.1 Los informes deberán ser digitalizados.
  - 9.2.2 La integración de los contenidos de los informes deberá ser ejecutiva y los reportes a detalle.
  - 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 el Órgano Técnico.
  - 9.2.5 Los informes serán cuantitativos y cualitativos.
  - 9.2.6 Los informes deberán presentar un análisis mediante tablas y gráficas en forma equilibrada, de fácil comprensión; mismos que deberán ser almacenados en soporte digital.
  - 9.2.7 El análisis comparativo del pautado aprobado por el IFE del proceso electoral local, con relación a lo transmitido en radio y televisión, deberá mostrar las diferencias entre *spots* transmitidos, omitidos, fuera de pauta y adicionales.
  - 9.2.8 Los informes deberán ser armados tomando en cuenta todas las variables previstas en el presente Manual de Procedimientos.
  - 9.2.9 La información que se vaya generando, además de la que se pueda consultar desde la página web, deberá contar con una impresión y resguardo de todo su contenido en general.

### 9.3. De las características de los informes.

9.3.1 La empresa o institución pública deberá presentar informes quincenales, extraordinarios, así como finales, por tipo de medio de comunicación, partido político o coalición, autoridad electoral, autoridad gubernamental y actor político.

9.3.2 La empresa o institución pública deberá tomar en cuenta, para la elaboración y presentación de los informes ejecutivos, la siguiente estructura: índice, presentación, monitoreo cualitativo, cuantitativo y conclusiones.

9.3.3 Los informes ejecutivos deberán ser analíticos, cuantitativos y cualitativos, claros, concretos y precisos, reflejando la presencia de los actores políticos y la propaganda gubernamental en los medios de comunicación, manteniendo 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, tipo de versión, tiempo asignado y espacio, presentando de forma agregada y desagregada gráficas y cuadros comparativos que garanticen la fácil comprensión de la información, mismos que deberán contener una explicación concisa de los elementos registrados; realizando 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 IFE.

La empresa deberá realizar un apartado del seguimiento de las precampañas, campañas electorales de los partidos políticos y coaliciones por tipo de medio de comunicación, tipo de versión y número de impactos.

9.3.4 Además, los informes deberán contener reportes a detalle de la información detectada, con base en los anexos de este Manual de Procedimientos que al efecto sean aprobados por la Comisión.

9.3.5 Se deberá verificar y constatar, previo a la entrega de los informes, que los datos y la información contenida en los mismos, sean coherentes y se eviten errores o confusiones.

9.3.6 Las conclusiones que presente la empresa o institución pública en los informes respectivos deben contener información sustantiva, estableciendo una jerarquía, de acuerdo con la importancia del tema.

9.3.7 Si derivado del monitoreo a medios electrónicos, impresos e Internet, se desprende alguna inequidad en su actuar, durante el proceso electoral local respectivo, la Comisión exhortará de manera inmediata a que mantengan la equidad.

#### 9.4. Informes extraordinarios.

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

#### 9.5. Presentación de resultados.

9.5.1 Apoyada en la empresa o institución pública, la Comisión informará periódicamente al Consejo General sobre los informes quincenales, extraordinarios y finales del monitoreo.

9.5.2 Los informes 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, extraordinarios y finales deberán entregarse en forma impresa y en soporte digital, con informes ejecutivos analíticos, cuantitativos y cualitativos, reportes a detalle de la información, de los cuales deberá hacer dos versiones: la primera que contenga la estimación de costos unitarios y totales de los medios impresos e Internet, la cual será entregada al Presidente de la Comisión en sobre cerrado y sellado; la segunda versión sin la estimación de costos, será entregada a la Secretaría Técnica en 25 ejemplares para convocar a los integrantes de la Comisión, acompañando cada ejemplar con el soporte digital correspondiente. Ambas versiones se entregarán a través de Oficialía de Partes del Instituto.

9.5.4 En caso de que la Comisión detecte errores en los informes presentados por la empresa o institución pública, no se darán por rendidos, procediendo a regresarlos, con escrito de por medio, a efecto de que sean corregidos y presentados nuevamente ante la Comisión. En caso de ser reiterativas las fallas de la empresa o institución pública, la Comisión solicitará se inicie el procedimiento que conforme a derecho corresponda.

9.5.5 Una vez concluidos los trabajos de monitoreo, la empresa o institución pública deberá remitir toda la información capturada y

segmentada por tipo de medio, partido político o coalición, autoridad electoral, autoridad gubernamental y actor político, así como sus testigos debidamente clasificados, todo deberá estar guardado en un disco duro externo.

## **X. Tipos de monitoreo**

### 10.1. Monitoreo cuantitativo.

10.1.1. Este tipo de monitoreo tiene la característica de permitir al Instituto conocer de manera descriptiva la cantidad de impactos, inserciones y notas informativas en los medios de comunicación.

10.1.2. Se deberán monitorear tanto los medios de comunicación impresos y electrónicos nacionales y estatales como los escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones en audio y video, proyecciones, publicidad virtual en Internet y las expresiones que, durante la precampaña, intercampaña y campaña electoral, producen y difunden los actores políticos, autoridades electorales y autoridades gubernamentales, de acuerdo con lo siguiente:

- a) La propaganda gratuita o pagada que los actores políticos, autoridades electorales y autoridades 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 programas con formato diseñado para difundir información relacionada con los actores políticos y el proceso electoral.
- 10.2.2. En el caso del monitoreo cualitativo, el sistema de la información deberá contar con un análisis de la información reportada, síntesis informativa junto con el testigo, mismo que pueda ser consultado en la página electrónica creada por la empresa para los fines del presente monitoreo. En el monitoreo se atenderá la información que haga referencia explícita a los actores políticos, autoridades gubernamentales y autoridades electorales que participan en el proceso electoral en el Estado de México, lo que incluye:
  - a) Información sobre acontecimientos y declaraciones de dirigentes partidistas cuando éstos se refieran a temas de precampaña, intercampaña y campaña electoral o cuando el emisor sea el propio partido, coalición, sus precandidatos o candidatos, aun en el caso de que se consideren otros temas.
  - b) La empresa o institución pública seleccionará la información que se difunda en las precampañas, intercampañas y campañas electorales de cada uno de los actores políticos, autoridades electorales, servidores públicos federales, estatales o municipales o sobre el proceso electoral local, en medios electrónicos, impresos e Internet, realizando valoraciones del contenido, clasificándolo como positivo, negativo o neutro, teniendo en cuenta los criterios metodológicos que se enuncian a continuación:

### **Método para evaluar “Valoración de la información y opinión”:**

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 partido político, coalición o su precandidato o candidato. Se contabilizará también el número de piezas de monitoreo que no tuvieron ninguna



valoración a través de algún adjetivo calificativo explícito, las cuales se considerarán como piezas no adjetivadas.

2. De la información que presentó alguna valoración, implicación o calificación, se deberá distinguir entre aquéllas que fueron negativas y aquéllas que fueron positivas.
3. Adicionalmente, se deberá contabilizar el tiempo que representaron el número de menciones sin valoración y el número de menciones con valoración. De éstas últimas, se deberá contabilizar el tiempo que representaron el número de menciones valoradas positiva y negativamente.
4. Se clasifica como información valorada aquella que presente verbalmente adjetivos calificativos y/o frases idiomáticas que se utilicen como adjetivos y sean mencionadas por el conductor o reportero del programa, locutores o cualquier voz en off, así como por los analistas de información.
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 se analizará como información valorada ni positiva ni negativamente.
6. Las valoraciones se medirán en relación con los géneros periodísticos, excepto el de opinión y análisis, así como debate. Así, el tiempo total de valoraciones será equivalente al tiempo total de las piezas de monitoreo menos aquellas de opinión y análisis, y debate. En adición, también será contabilizado el tiempo de exposición o dedicado a los actores políticos en todos los géneros para fines del monitoreo.
7. Las valoraciones por partido político o coalición serán diferentes a las menciones por partido o coalición, ya que en una pieza de información pueden mencionarse distintos partidos políticos o coaliciones sin que todos ellos sean valorados, o bien, pueden valorarse partidos o coaliciones más de una vez dentro de la misma pieza.
8. Tipos de valoración. Se clasifican como positivas, o negativas de acuerdo a los siguientes criterios:

**Positivo:** 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.

**Negativo:** 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.

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

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

**Objetividad:** el apego fiel a los hechos y evitar la subjetividad en la difusión de la información relacionada con los actores políticos y el proceso electoral.

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

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

**La valoración respecto de la actuación de los medios en el tratamiento informativo que realice la empresa o institución pública** servirá de base para que la Comisión lleve a cabo el análisis respectivo.

**Tiempo de transmisión y espacio publicado:** el tiempo y espacio que se destine a la información sobre las

precampañas, intercampañas y campañas electorales de los actores políticos dentro del noticiario, programa o medio impreso.

## **XI. Auditoría al monitoreo**

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

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

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

### **12.1 Medios electrónicos**

#### **12.1.1. Radio**

- 12.1.1.1. N°. Se otorgará un número consecutivo a cada promocional, de acuerdo con el orden cronológico de aparición.
- 12.1.1.2. Fecha. Fecha de transmisión en formato día, mes y año (dd/mm/aaaa).
- 12.1.1.3. Hora. Hora de transmisión, se asienta el inicio del promocional en el formato de horas, minutos y segundos (00:00:00).
- 12.1.1.4. Tipo de promocional. Tipo de promocional transmitido (independientemente de que la transmisión se realice a través de estaciones de origen o repetidoras).
  - a) *Spot*
  - b) Entrevista
  - c) Nota informativa
  - d) Reportaje
  - e) De opinión y análisis
  - f) Debate
- 12.1.1.5. Estructura de la nota informativa.

- a) Mención: del locutor.
  - b) Mención con audio: mención del locutor con audio del actor político.
- 12.1.1.6. Nombre de la estación. Nombre de la estación donde se presentó el promocional.
- 12.1.1.7. Frecuencia. Número de frecuencia en que se transmite la estación de radio.
- 12.1.1.8. Duración. Tiempo de duración del promocional transmitido en formato de minutos y segundos (00:00).
- 12.1.1.9. Siglas y banda. Siglas de identificación de la estación y banda donde se transmite.
- 12.1.1.10. Grupo. Grupo radiofónico al que pertenece la estación.
- 12.1.1.11. Localización. La empresa deberá precisar el lugar donde se localiza el medio.
- a) Estado de México
  - b) Distrito Federal
  - c) Otra entidad (especificar cuál)
- 12.1.1.12. Plaza. Instalación donde se capta la señal de la estación.
- 12.1.1.13. Cobertura. Cobertura de transmisión de la estación, especificando si es nacional, estatal, local y de otras entidades que por su cobertura influyen al electorado estatal.
- 12.1.1.14. Programa. Nombre del programa o de los programas entre los que se transmitió el *spot*, se realizó la mención o se escuchó la entrevista.
- 12.1.1.15. 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.
- 12.1.1.16. Identificación. Denominación mediante la cual la empresa o institución pública clasifica cada versión de los promocionales.

- 12.1.1.17. Partido político, coalición, autoridad electoral o gubernamental.
- 12.1.1.18. Nombre del actor.
- 12.1.1.19. Candidatura. Tipo de candidatura por la que se postula el precandidato o candidato.
- a) Gobernador
  - b) Diputado local
  - c) Miembros de ayuntamientos
- 12.1.1.20. Distrito. El número de distrito por el que contiene el precandidato o candidato a diputado.
- 12.1.1.21. Municipio. nombre del municipio por el que contiene el precandidato o candidato a miembro del ayuntamiento.
- 12.1.1.22. Modalidad de propaganda:
- a) De precampaña
  - b) Electoral
  - c) Gubernamental
  - d) De autoridades electorales
- 12.1.1.23. Verificación de la pauta. Para el caso de los *spots*, la empresa o institución pública deberá especificar lo siguiente:
- a) Si cumple: cuando el *spot* se transmite en el horario designado.
  - b) Adicional: cuando se detecta que se transmitió un número mayor de *spots* al pautado.
  - c) Omitido: cuando se verifica que se transmitió un número menor de *spots* al pautado.
  - d) Fuera de pauta: cuando se identifica que un *spot* fue transmitido en el día pautado pero en un horario distinto al designado.
- 12.1.1.24. Además de las variables que la empresa o institución pública proponga, previa autorización de la Comisión.

## 12.1.2. Televisión

- 12.1.2.1. N°. Se otorgará un número consecutivo a cada promocional de acuerdo con el orden cronológico de aparición.
- 12.1.2.2. Fecha. Fecha de transmisión en formato día, mes y año (dd/mm/aaaa).
- 12.1.2.3. Hora. Hora de transmisión, se asienta el inicio del promocional en el formato de horas, minutos y segundos (00:00:00).
- 12.1.2.4. Duración. Tiempo de duración del promocional transmitido, en formato de minutos y segundos (00:00).
- 12.1.2.5. Tipo de promocional. Tipo de promocional transmitido (independientemente de que la transmisión se realice a través de canales de televisión de origen o repetidoras).
  - a) *Spot*
  - b) Entrevista
  - c) Mención
  - d) Cintillo
  - e) Publicidad virtual
  - f) Publicidad fija de vallas en estadios
  - g) Exposición del emblema del partido político o coalición
  - h) Reportaje
  - i) De opinión y análisis
  - j) Debate
- 12.1.2.6. Grupo. Grupo televisivo al que pertenece el canal.
- 12.1.2.7. Nombre del canal. Nombre del canal donde se presentó el promocional.
- 12.1.2.8. Número de canal. Número del canal donde se presentó el promocional.
- 12.1.2.9. Siglas. Siglas del canal donde se presentó el promocional.
- 12.1.2.10. Tipo de señal.

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

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

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

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

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

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

12.1.2.15. 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.

12.1.2.16. Partido político, coalición, autoridad electoral o gubernamental.

12.1.2.17. Nombre del actor.

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

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

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

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

12.1.2.21. Identificación. Identificación de la versión transmitida, mediante el nombre con el cual la empresa o institución pública denomina el promocional.

12.1.2.22. Modalidad de propaganda:

- a) De precampaña
- b) Electoral
- c) Gubernamental
- d) De autoridades electorales

12.1.2.23. Verificación de la pauta. Para el caso de los spots, la empresa o institución pública deberá especificar lo siguiente:

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

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

## **12.2 Internet (de manera referencial)**

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

- 12.2.1. N°. Se otorgará un número consecutivo a cada formato publicitario *online*, de acuerdo con el orden cronológico de aparición.
- 12.2.2. Fecha. Fecha de publicación del promocional en formato día, mes y año (dd/mm/aaaa).
- 12.2.3. Nombre de la página. Nombre de la página electrónica donde se publicó el promocional.
- 12.2.4. Dirección electrónica. Dirección electrónica de la página 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. Partido político, coalición, autoridad electoral o gubernamental.
- 12.2.8. Nombre del actor.
- 12.2.9. Candidatura. Tipo de candidatura a la que se postula el precandidato o candidato.
- a) Gobernador
  - b) Diputado local
  - c) Miembros de ayuntamientos
- 12.2.10. Distrito. El número de distrito por el que contiene el precandidato o candidato a diputado.
- 12.2.11. Municipio. Nombre del municipio por el que contiene el precandidato o candidato a miembro del ayuntamiento.
- 12.2.12. Identificación. Identificación de la versión del formato publicitario *online*, mediante el cual la empresa o institución pública lo denomina.
- 12.2.13. Modalidad de propaganda:
- a) De precampaña
  - b) Electoral
  - c) Gubernamental
  - d) De autoridades electorales
- 12.2.14. Costo unitario. Tomando como meros indicadores los tarifarios que aporte la empresa o institución pública contratada, los cuales serán indicativos y en ningún caso vinculantes.
- 12.2.15. Además de las variables que la empresa o institución pública proponga, previa autorización de la Comisión.

### **12.3 Medios impresos**

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

- 12.3.1. N°. Se otorgará un número consecutivo, de acuerdo con el orden cronológico de aparición.

- 12.3.2. Fecha de publicación. Fecha en que se publicó la nota, formato dd/mm/aaaa.
- 12.3.3. Nombre del medio. Denominación del medio impreso donde se publicó la nota.
- 12.3.4. Grupo editorial. Al que pertenece la publicación.
- 12.3.5. Periodicidad. Periodicidad del medio impreso donde se publicó la inserción o nota.
- 12.3.6. Plaza. Instalación donde se recibe el medio impreso.
- 12.3.7. Circulación (de acuerdo con el Catálogo de Medios aprobado por la Comisión):
  - a) Nacional
  - b) Regional
  - c) Local
- 12.3.8. Número de tiraje.
- 12.3.9. Partido político, coalición, autoridad electoral o gubernamental.
- 12.3.10. Nombre del actor.
- 12.3.11. Candidatura. Tipo de candidatura a la que se postula el precandidato o candidato.
  - 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. Página. Número de la página donde se encontró la inserción o nota.
- 12.3.15. Ubicación. Ubicación en el medio especificando la sección:
  - a) Primera plana
  - b) Página par o impar

- c) Interiores
- d) Contraportada

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

12.3.17. Tipo de inserción (inserción pagada / nota informativa)

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

12.3.19. Modalidad de propaganda:

- a) De precampaña
- b) Electoral
- c) Gubernamental
- d) De autoridades electorales

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

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

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

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

#### **13.1 Medios electrónicos**

##### **13.1.1. Radio**

- 13.1.1.1. N°. Se otorgará un número consecutivo de acuerdo con el orden cronológico de aparición.
- 13.1.1.2. Fecha. Fecha de transmisión en formato día, mes y año (dd/mm/aaaa).
- 13.1.1.3. Hora. Hora de transmisión, se asienta el inicio de la mención o promocional en el formato de horas, minutos y segundos (00:00:00).

- 13.1.1.4. Nombre de la estación. Nombre de la estación donde se presentó la mención o promocional.
- 13.1.1.5. Frecuencia. Número de frecuencia en que se transmite la estación de radio.
- 13.1.1.6. Siglas y banda. Siglas de identificación de la estación y banda donde se transmite.
- 13.1.1.7. Grupo. Grupo radiofónico al que pertenece la estación.
- 13.1.1.8. Localización. La empresa deberá precisar el lugar donde se localiza el medio.
  - a) Estado de México
  - b) Distrito Federal
  - c) Otra entidad (especificar cuál)
- 13.1.1.9. Nombre del programa en que se realizó la mención.
- 13.1.1.10. Plaza. Instalación dónde se capta la señal de la estación de radio.
- 13.1.1.11. Tipo de información. Nota informativa, nota periodística, entrevista, debate, reportaje, opinión y análisis, etcétera.
- 13.1.1.12. Ubicación de la mención, promocional o nota informativa.
  - a) Al inicio
  - b) En el desarrollo
  - c) Al final
- 13.1.1.13. Cobertura.
  - a) Nacional
  - b) Regional
  - c) Local
- 13.1.1.14. 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.

- 13.1.1.15. Modalidad de propaganda:
- a) De precampaña
  - b) Electoral
  - c) Gubernamental
  - d) De autoridades electorales
- 13.1.1.16. Partido político, coalición, autoridad electoral o gubernamental.
- 13.1.1.17. Nombre del actor.
- 13.1.1.18. Candidatura. Tipo de candidatura a la que se postula el precandidato o candidato.
- 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. Tiempo de transmisión. Tiempo que cada noticiario, servicio informativo o programa dedica a los actores políticos contendientes en el proceso electoral local.
- 13.1.1.22. Valoración de la información o nota.
- a) Positivo
  - b) Negativo
  - c) Neutro
- 13.1.1.23. Información compartida de dos o más actores políticos. Nombre de los actores que la comparten.
- 13.1.1.24. Resumen.
- 13.1.1.25. Criterios de evaluación.
- a) Presentación directa: en voz del propio precandidato, candidato o dirigente del partido político o coalición.

- 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.
- 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.
- d) Sólo voz: Información en vivo o llamadas telefónicas de los precandidatos, candidatos o dirigentes del partido político o coalición.
- e) Sólo cita: únicamente lectura de la información por parte del conductor, -sin ningún tipo de apoyo.
- f) Voz de ciudadanos opinando sobre el precandidato, candidato o dirigente del partido político o coalición.

### **13.1.2. Televisión**

- 13.1.2.1. N°. Se otorgará un número consecutivo a cada mención o promocional de acuerdo con el orden cronológico de aparición.
- 13.1.2.2. Fecha. Fecha de transmisión en formato día, mes y año (dd/mm/aaaa).
- 13.1.2.3. Hora. Hora de transmisión, se asienta el inicio de la mención o promocional en el formato de horas, minutos y segundos (00:00:00).
- 13.1.2.4. Nombre de la televisora.
- 13.1.2.5. Nombre del canal. Nombre del canal donde se presentó la mención o promocional.
- 13.1.2.6. Siglas. Siglas del canal donde se presentó la mención o promocional.
- 13.1.2.7. Número de canal. Número del canal donde se presentó la mención o promocional.
- 13.1.2.8. Nombre del programa en que se realizó la mención.
- 13.1.2.9. Tipo de información. Nota informativa, nota periodística, entrevista, reportaje, debate, opinión y análisis, etcétera.

13.1.2.10. Ubicación de la mención, promocional o nota informativa.

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

13.1.2.11. Tipo de señal.

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

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

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

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

13.1.2.14. 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.

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

13.1.2.16. Modalidad de propaganda:

- a) De precampaña
- b) Electoral
- c) Gubernamental
- d) De autoridades electorales

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

13.1.2.18. Nombre del actor.

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

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

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

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

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

13.1.2.23. Valoración de la información o nota.

- a) Positivo
- b) Negativo
- c) Neutro

13.1.2.24. Información compartida de dos o más actores políticos. Nombre de los actores que comparten la nota.

13.1.2.25. Resumen.

13.1.2.26. Criterios de evaluación.

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

### **13.2 Internet (de manera referencial)**

- 13.2.1. N°. Se otorgará un número consecutivo a cada formato publicitario *online*, de acuerdo con el orden cronológico de aparición.
- 13.2.2. Fecha. Fecha de reporte en que se identificó la publicación en formato día, mes y año (dd/mm/aaaa).
- 13.2.3. Nombre de la página. Nombre de la página electrónica donde se publicó el promocional.
- 13.2.4. Dirección electrónica. Anotar la dirección electrónica completa de la página web donde se encontró la mención o promocional.
- 13.2.5. Modalidad de propaganda:
  - a) De precampaña
  - b) Electoral
  - c) Gubernamental
  - d) De autoridades electorales
- 13.2.6. Partido político, coalición, autoridad electoral o gubernamental.
- 13.2.7. Nombre del actor.
- 13.2.8. Candidatura. Tipo de candidatura a la que se postula el precandidato o candidato.
  - a) Gobernador
  - b) Diputado local
  - c) Miembros de ayuntamientos

- 13.2.9. Distrito. El número de distrito por el que contiene el precandidato o candidato a diputado.
- 13.2.10. Municipio. Nombre del municipio por el que contiene el precandidato o candidato a miembro del ayuntamiento.
- 13.2.11. Valoración.
- a) Positivo
  - b) Negativo
  - c) Neutro
- 13.2.12. Información compartida de dos o más actores políticos. Nombre de los actores que la comparten la nota.
- 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 66 y 162.

- 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 dd/mm/aaaa.
- 13.3.3. Nombre del medio. Denominación del medio impreso donde se publicó la nota.
- 13.3.4. Grupo editorial. Al que pertenece la publicación.
- 13.3.5. Periodicidad. Diaria, semanal, quincenal o mensual.
- 13.3.6. Número de tiraje.
- 13.3.7. Circulación:
  - a) Nacional
  - b) Regional
  - c) Local
- 13.3.8. Modalidad de propaganda:
  - a) De precampaña
  - b) Electoral
  - c) Gubernamental
  - d) De autoridades electorales
- 13.3.9. Partido político, coalición, autoridad electoral o gubernamental.
- 13.3.10. Nombre del actor.
- 13.3.11. Candidatura. Tipo de candidatura a la que se postula el precandidato o candidato.
  - 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. Ubicación. Ubicación en el medio especificando la sección:

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

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

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

13.3.17. Tipo de nota. Columna, entrevista, nota informativa, reportaje, etcétera.

13.3.18. Valoración.

- a) Positivo
- b) Negativo
- c) Neutro

13.3.19. Información compartida de dos o más actores políticos. Nombre de los actores que comparten la nota.

13.3.20. Resumen. De la nota.

13.3.21. Criterios de evaluación:

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

## **XIV. Anexos**

14.1. Catálogo de Medios

14.2. Bitácoras de seguimiento

# Anexo

## 14.1.

### **Catálogo de Medios**



# catálogo de medios

IMPRESOS, ELECTRÓNICOS E INTERNET

PROCESO ELECTORAL DE DIPUTADOS LOCALES Y AYUNTAMIENTOS 2012

# MEDIOS IMPRESOS





## MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA NACIONAL

No.	MEDIO	TIRAJE	PERIODICIDAD
1	El Universal	Lunes y domingo 180,00 ejemplares Martes a Sábado 120,00 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
2	La Jornada	100,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
3	La Prensa	244,294 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
4	Milenio	80,700 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
5	Crónica de Hoy	70,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
6	Diario de México	36,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
7	El Financiero	72,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
8	Excélsior	90,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
9	Reforma	156,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
10	Ovaciones	82,082 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
11	Récord	146,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
12	El Economista	22,231 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
13	El Sol de México	26,626 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
14	El Gráfico	300,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
15	Uno Más Uno	106,182 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
16	La Razón	36,743 ejemplares	Periódico Lunes a Sábado
17	Congresistas	3,000 ejemplares	Periódico Quincenal

## MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA NACIONAL

No.	MEDIO	TIRAJE	PERIODICIDAD
18	IQ Magazine	25,000 ejemplares	Revista Mensual
19	Es Así	10,000 ejemplares	Revista Mensual
20	Proyección Económica 2020	15,000 ejemplares	Revista Mensual
21	Este País	10,000 ejemplares	Revista Mensual
22	Etcétera	5,000 ejemplares	Revista Mensual
23	M Semanal (Milenio)	105,480 ejemplares	Revista Mensual
24	Voz y Voto	6,000 ejemplares	Revista Mensual
25	Zócalo	8,000 ejemplares	Revista Mensual
26	Nexos	20,000 ejemplares	Revista Mensual
27	Interjet	25,000 ejemplares	Revista Mensual
28	Enfoque Laboral de Ley	3,000 ejemplares	Revista Mensual
29	Revista AZ	30,000 ejemplares	Revista Mensual
30	Proceso	98,194 ejemplares	Revista Semanal
31	TV y Novelas	229,000 ejemplares	Revista Semanal
32	Buzos	10,000 ejemplares	Revista Semanal
33	Vértigo	30,000 ejemplares	Revista Semanal
34	Letras Libres	35,000 ejemplares	Revista Semanal
35	TV Notas	782,000 ejemplares	Revista Semanal

Total de medios impresos nacionales: **35**

## MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA ESTATAL

No.	MEDIO	TIRAJE	PERIODICIDAD
1	8 Columnas	10,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
2	El Sol de Toluca	45,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
3	Milenio Estado de México	36,495 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
4	Heraldo de Toluca	18,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
5	Reforma Estado	30,279 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
6	Diario Amanecer	26,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
7	Impulso Estado de México	6,425 ejemplares	Periódico Lunes a Sábado
8	Puntual	30,000 ejemplares	Periódico Lunes a Sábado
9	El Diario	33,020 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
10	Cambio	35,000 ejemplares	Revista Mensual
11	Expresso Estado de México	5,000 ejemplares	Revista Mensual
12	El Día	68,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
13	Radical	40,000 ejemplares	Revista Mensual
14	Punto Crítico	8,500 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo

Total de medios impresos estatales: **14**

## MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA REGIONAL (VALLE DE TOLUCA)

No.	ZONA VALLE DE TOLUCA	TIRAJE	PERIODICIDAD
1	Alfa	5,000 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
2	Portal	25,000 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
3	El Informante	30,000 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
4	La Síntesis	20,000 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
5	Tres P.M.	5,000 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
6	Hoy Caricatura	Sin datos	Periódico Lunes a Viernes
7	ABC	10,000 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
8	El Vespertino	5,000 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
9	La Tribuna	5,000 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
10	Adelante en la Noticia	15,000 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
11	Extra del Sol	3,825 ejemplares	Periódico Lunes a Sábado
12	El Valle	11,000 ejemplares	Periódico Lunes a Sábado
13	Pódium	6,000 ejemplares	Periódico Semanal
14	El Manifiesto	5,000 ejemplares	Periódico Semanal
15	Punto	3,000 ejemplares	Periódico Semanal
16	Otra Opción	2,500 ejemplares	Periódico Semanal
17	Acontecer del Rumbo	100,000 ejemplares	Periódico Semanal

## MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA REGIONAL (VALLE DE TOLUCA)

No.	ZONA VALLE DE TOLUCA	TIRAJE	PERIODICIDAD
18	El Espectador	3,000 ejemplares	Periódico Semanal
19	Imagen Ciudadana	5,000 ejemplares	Periódico Semanal
20	Comunicación XXI	2,000 ejemplares	Periódico Quincenal
21	La Voz del Nevado	3,500 ejemplares	Periódico Quincenal
22	El Toluense	2,000 ejemplares	Periódico Quincenal
23	La Noticia Día por Día	5,000 ejemplares	Periódico Decenal
24	Comunicación Vital	Sin datos	Revista Mensual
25	Escaparate	10,000 ejemplares	Revista Mensual
26	Encuesta Política	1,000 ejemplares	Revista Mensual
27	Tintes Políticos	3,500 ejemplares	Revista Mensual
28	Ganando Espacios	8,000 ejemplares	Revista Mensual
29	Revista Aula Universitaria	3,000 ejemplares	Revista Mensual
30	Nivel Uno	10,000 ejemplares	Revista Mensual
31	Tres Mil 400	7,000 ejemplares	Revista Mensual
32	Diablomanía	15,000 ejemplares	Revista que se distribuye en el Estadio "Nemesio Diez" en cada juego del Club Deportivo Toluca.

## MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA REGIONAL (VALLE DE TOLUCA)

No.	ZONA VALLE DE TOLUCA	TIRAJE	PERIODICIDAD
33	Mujer Claroscuro	1,000 ejemplares	Revista Mensual
34	Cine Magazine	10,000 ejemplares	Revista Mensual
35	Data Toluca	6,000 ejemplares	Revista Mensual
36	Mi Ciudad	20,000 ejemplares	Periódico Semanal
37	Metro Toluca	25,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
38	Acción Municipal	3,000 ejemplares	Periódico Quincenal
39	La Calle	5,000 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
40	Nuestro Mundo	10,000 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
41	Pulso Estado de México	3,000 ejemplares	Periódico Semanal
42	Chic	25,000 ejemplares	Revista Catorcenal (Grupo Milenio)
43	Pensamiento Libre	5,000 ejemplares	Revista Bimensual
44	Rojos de Corazón	45,000 ejemplares	Revista Mensual
45	Agenda Informativa	4,000 ejemplares	Periódico Quincenal
46	Al Día	20,000 ejemplares	Periódico Lunes a Sábado

## MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA REGIONAL (VALLE DE TOLUCA)

No.	ZONA VALLE DE TOLUCA	TIRAJE	PERIODICIDAD
47	Nuevo Enlace	5,000 ejemplares	Periódico Quincenal
48	La Causa	3,000 ejemplares	Periódico Semanal
49	Tiempo Estado de México	6,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
50	Shot Deportivo	5,000 ejemplares	Revista Mensual
51	Códice	10,000 ejemplares	Periódico Semanal
52	La Guardia	100,000 ejemplares	Periódico Semanal
53	Pensarte	2,000 ejemplares	Revista Mensual



## MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA REGIONAL (VALLE DE MÉXICO)

No.	ZONA VALLE DE MÉXICO	TIRAJE	PERIODICIDAD
54	Diario Imagen	20,000 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
55	Zona Norte	35,000 ejemplares	Periódico Semanal
56	Acontecer	5,000 ejemplares	Periódico Semanal
57	Semanario 24	14,950 ejemplares	Periódico Semanal
58	El Izcallense	20,000 ejemplares	Periódico Semanal
59	La Entrevista	10,000 ejemplares	Periódico Semanal
60	Periferia 21	20,000 ejemplares	Periódico Semanal
61	Mi Ambiente	15,250 ejemplares	Periódico Semanal
62	Letra por Letra	10,000 ejemplares	Periódico Semanal
63	Oiga	12,000 ejemplares	Periódico Semanal
64	El Trinar	15,000 ejemplares	Periódico Quincenal
65	Reporte Mexiquense	10,000 ejemplares	Periódico Quincenal
66	Comunigrafic	3,000 ejemplares	Periódico Quincenal
67	Sucesos Mexiquenses	10,000 ejemplares	Periódico Quincenal
68	Perfil Urbano	5,000 ejemplares	Periódico Quincenal



## MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA REGIONAL (VALLE DE MÉXICO)

No.	ZONA VALLE DE MÉXICO	TIRAJE	PERIODICIDAD
69	Elite Premier	5,000 ejemplares	Periódico Quincenal
70	Hablemos Claro	15,000 ejemplares	Periódico Quincenal
71	Informador Analítico	3,000 ejemplares	Periódico Mensual
72	Ecos	9,000 ejemplares	Periódico de circulación miércoles y sábados
73	Metrópolis	10,000 ejemplares	Periódico que circula cada veinte días
74	Revista Foro 10/25	22,000 ejemplares	Revista que circula los días 10 y 25 de cada mes
75	Revista Barrio	25,000 ejemplares	Revista Semanal
76	Perímetro Norte	15,000 ejemplares	Revista Mensual
77	Metro DF	200,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
78	Inforiente	11,800 ejemplares	Periódico Semanal
79	Región MX	5,000 ejemplares	Periódico Mensual
80	Noticias del Centro	5,000ejemplares	Periódico Semanal

## MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA REGIONAL (VALLE DE MÉXICO)

No.	ZONA VALLE DE MÉXICO	TIRAJE	PERIODICIDAD
81	Propuesta	5,000 ejemplares	Periódico Decenal
82	Revista Emeequis	50,000 ejemplares	Revista Catorcenal
83	Club Primera Plana	2,000 ejemplares	Revista Mensual
84	Puntual México	35,000 ejemplares	Periódico Lunes a Domingo
85	El Sol Mexiquense de Mediodía	25,000 ejemplares	Periódico Lunes a Sábado



## MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA REGIONAL (ZONA ORIENTE)

No.	ZONA ORIENTE	TIRAJE	PERIODICIDAD
86	Las Noticias de Última Hora	3,500 ejemplares	Periódico Semanal
87	¿Por qué?	7,000 ejemplares	Periódico Semanal
88	Entre Valles	10,000 ejemplares	Periódico Quincenal
89	Entidades	5,000 ejemplares	Periódico Quincenal
90	Amaqueme	7,000 ejemplares	Periódico Decenal
91	@Punto	10,000 ejemplares	Periódico Semanal

## MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA REGIONAL (ZONA SUR)

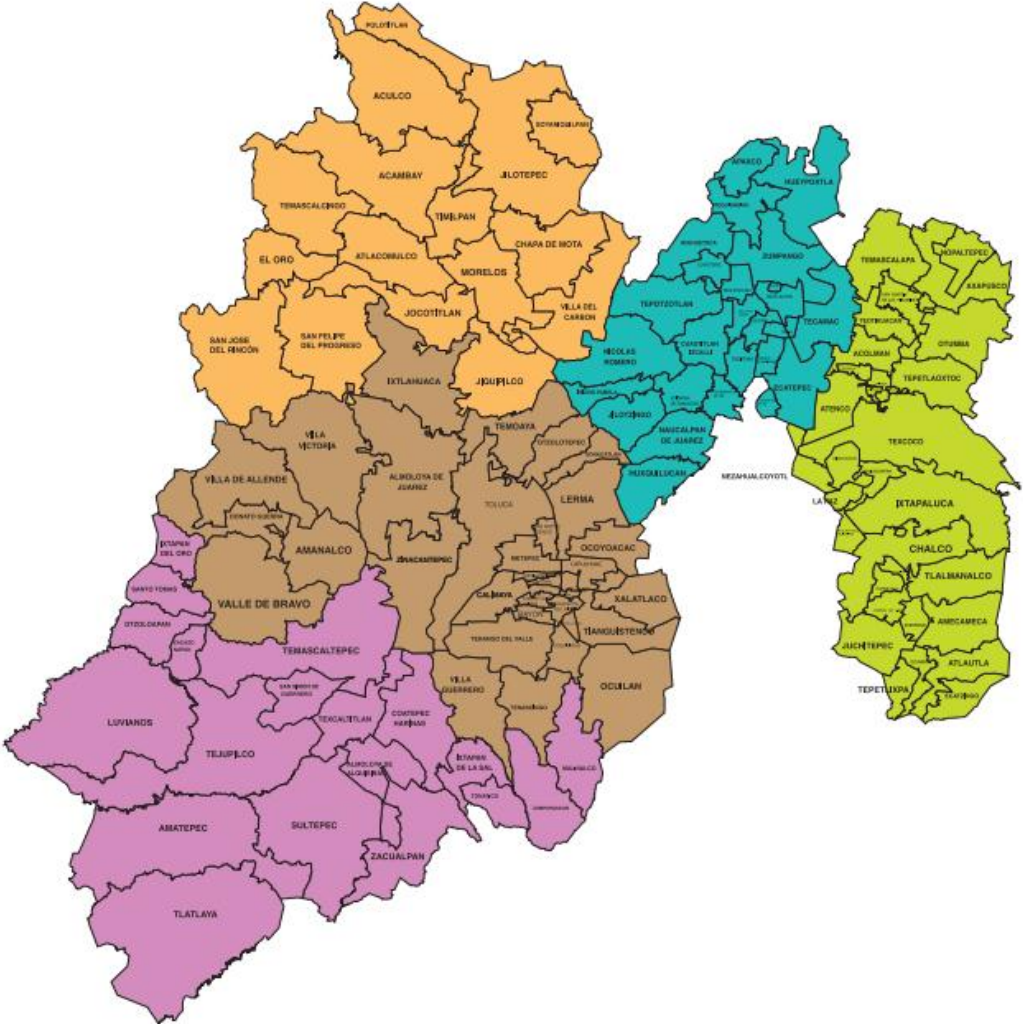
No.	ZONA SUR	TIRAJE	PERIODICIDAD
92	Despertar del Sur	10,000 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
93	El Nativo	2,500 ejemplares	Periódico Lunes a Viernes
94	Monitor de Tejupilco	3,500 ejemplares	Periódico Semanal
96	Primero Editores	8,000 ejemplares	Periódico Semanal
96	Paralelo Vallesano	12,000 ejemplares	Periódico Semanal
97	Grito Político	2,000 ejemplares	Periódico Semanal
98	Trinoticias	5,000 ejemplares	Periódico Semanal
99	La Opinión	10,000 ejemplares	Periódico Semanal
100	Independencia	1,000 ejemplares	Periódico Decenal
101	Relevante	6,000 ejemplares	Periódico Semanal

## MEDIOS IMPRESOS CON COBERTURA REGIONAL (ZONA NORTE)

No.	ZONA NORTE	TIRAJE	PERIODICIDAD
102	El Centro	3,000 ejemplares	Periódico Quincenal
103	Corredor Norte	3,000 ejemplares	Periódico Quincenal
104	Nuestra Comunidad	3,000 ejemplares	Periódico Quincenal
105	Jyasú	3,000 ejemplares	Periódico Semanal
106	Punto de Expresión	5,000 ejemplares	Periódico Semanal
107	Contexto	3,000 ejemplares	Periódico Semanal
108	Nugojú	2,000 ejemplares	Periódico Mensual

Total de medios impresos regionales: **108**

# REGIONALIZACIÓN PARA MEDIOS IMPRESOS DE COMUNICACIÓN



Total de medios por cobertura:

Nacional	35
Estatad	14
Regional	108
<b>TOTAL</b>	<b>157</b>

	<b>ZONA SUR 10</b>
	<b>ZONA VALLE DE TOLUCA 53</b>
	<b>ZONA NORTE 7</b>
	<b>ZONA VALLE DE MÉXICO 32</b>
	<b>ZONA ORIENTE 6</b>

# MEDIOS ELECTRÓNICOS



**ESTACIONES DE RADIO CUYA SEÑAL SE ORIGINA EN EL  
DISTRITO FEDERAL, CON BASE EN EL CATÁLOGO DE MEDIOS APROBADO POR EL  
INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL PARA EL PROCESO ELECTORAL 2011-2012**

No.	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE ESTACIÓN	UBICACIÓN	RÉGIMEN	PROGRAMACIÓN
1	XEB-AM	1220 Khz.	La B Grande de México	Ciudad de México	Concesionaria	Original
2	XEDA-FM	90.5 Mhz.	Imagen	Ciudad de México	Concesionaria	Original
3	XEDF-AM	1500 Khz.	Radio Uno AM-1500	Ciudad de México	Concesionaria	Original
4	XEDTL-AM	660 Khz.	Radio Ciudadana	Ciudad de México	Concesionaria	Original
5	XEEP-AM	1060 Khz.	Radio Educación	Ciudad de México	Permisiónaria	Original
6	XEITE-AM	830 Khz.	Radio Capital	Ciudad de México	Concesionaria	Original
7	XEMP-AM	710 Khz.	Interferencia 7 Diez	Ciudad de México	Concesionaria	Original
8	XEN-AM	690 Khz.	La 69	Ciudad de México	Concesionaria	Original
9	XEOY-AM	1000 Khz.	Radio Mil	Ciudad de México	Concesionaria	Original
10	XEPH-AM	590 Khz.	Sabrosita 590	Ciudad de México	Concesionaria	Original
11	XEQ-AM	940 Khz.	Bésame Radio 940	Ciudad de México	Concesionaria	Original



**ESTACIONES DE RADIO CUYA SEÑAL SE ORIGINA EN EL  
DISTRITO FEDERAL, CON BASE EN EL CATÁLOGO DE MEDIOS APROBADO POR EL  
INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL PARA EL PROCESO ELECTORAL 2011-2012**

No.	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE ESTACIÓN	UBICACIÓN	RÉGIMEN	PROGRAMACIÓN
12	XEQR-AM	1030 Khz.	Radio Centro	Ciudad de México	Concesionaria	Original
13	XEQR-FM	107.3 Mhz.	La Z	Ciudad de México	Concesionaria	Original
14	XERC-AM	790 Khz.	Formato 21	Ciudad de México	Concesionaria	Original
15	XERFR-AM	970 Khz.	Radio Fórmula-AM	Ciudad de México	Concesionaria	Original
16	XEUN-AM	860 Khz.	Radio UNAM	Ciudad de México	Permisiónaria	Original
17	XEW-AM	900 Khz.	W Radio...Escucha lo que pasa	Ciudad de México	Concesionaria	Original
18	XEX-AM	730 Khz.	Estadio W 730 AM	Ciudad de México	Concesionaria	Original
19	XHDL-FM	98.5 Mhz.	Reporte 98.5	Ciudad de México	Concesionaria	Original
20	XHFAJ-FM	91.3 Mhz.	Alfa Radio	Ciudad de México	Concesionaria	Original
21	XHRED-FM	88.1 Mhz.	Radio Red FM	Ciudad de México	Concesionaria	Original
22	XEAI-AM	1470 Khz.	Radio AI	Ciudad de México	Concesionaria	Original

**ESTACIONES DE RADIO CUYA SEÑAL SE ORIGINA EN EL  
DISTRITO FEDERAL, CON BASE EN EL CATÁLOGO DE MEDIOS APROBADO POR EL  
INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL PARA EL PROCESO ELECTORAL 2011-2012**

No.	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE ESTACIÓN	UBICACIÓN	RÉGIMEN	PROGRAMACIÓN
23	XEBS-AM	1410 Khz.	La Más Perrona	Ciudad de México	Concesionaria	Original
24	XECO-AM	1380 Khz.	Romántica 1380	Ciudad de México	Concesionaria	Original
25	XEDA-AM	1290 Khz.	Radio Trece	Ciudad de México	Concesionaria	Original
26	XEDF-FM	104.1 Mhz.	FM Radio Uno FM	Ciudad de México	Concesionaria	Original
27	XEEST-AM	1440 Khz.	Cambio 14.40	Ciudad de México	Concesionaria	Original
28	XEFR-AM	1180 Khz.	Radio Felicidad	Ciudad de México	Concesionaria	Original
29	XEJP-AM	1150 Khz.	El Fonógrafo	Ciudad de México	Concesionaria	Original
30	XEJP-FM	93.7 Mhz.	Stereo Joya	Ciudad de México	Concesionaria	Original
31	XENET- AM	1320 Khz.	Radio Monitor	Ciudad de México	Concesionaria	Original
32	XEOC-AM	560 Khz.	Radio Chapultepec	Ciudad de México	Concesionaria	Original
33	XEOYE-FM	89.7 Mhz.	Oye 89.7 FM	Ciudad de México	Concesionaria	Original

**ESTACIONES DE RADIO CUYA SEÑAL SE ORIGINA EN EL  
DISTRITO FEDERAL, CON BASE EN EL CATÁLOGO DE MEDIOS APROBADO POR EL  
INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL PARA EL PROCESO ELECTORAL 2011-2012**

No.	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE ESTACIÓN	UBICACIÓN	RÉGIMEN	PROGRAMACIÓN
34	XEQ-FM	92.9 Mhz.	Ke Buena 92.9 FM	Ciudad de México	Concesionaria	Original
35	XEQK-AM	1350 Khz.	Tropicalísima	Ciudad de México	Concesionaria	Original
36	XERC-FM	97.7 Mhz.	Stereo 97.7 FM	Ciudad de México	Concesionaria	Original
37	XERFR-FM	103.3 Mhz.	Radio Fórmula-FM	Ciudad de México	Concesionaria	Original
38	XEUN-FM	96.1 Mhz.	Radio UNAM	Ciudad de México	Permisiónaria	Original
39	XEUR-AM	1530 Khz.	Colorín Colorradio 1530	Ciudad de México	Concesionaria	Original
40	XEW-FM	96.9 Mhz.	W Radio 96.9 FM	Ciudad de México	Concesionaria	Original
41	XEX-FM	101.7 Mhz.	Los 40 Principales 101.7 FM	Ciudad de México	Concesionaria	Original
42	XHDFM-FM	106.5 Mhz.	Mix 106.5 Mucho Ritmo	Ciudad de México	Concesionaria	Original
43	XHEXA-FM	104.9 Mhz.	Exa FM	Ciudad de México	Concesionaria	Original
44	XHFO-FM	92.1 Mhz.	Universal Stereo	Ciudad de México	Concesionaria	Original

**ESTACIONES DE RADIO CUYA SEÑAL SE ORIGINA EN EL  
DISTRITO FEDERAL, CON BASE EN EL CATÁLOGO DE MEDIOS APROBADO POR EL  
INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL PARA EL PROCESO ELECTORAL 2011-2012**

No.	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE ESTACIÓN	UBICACIÓN	RÉGIMEN	PROGRAMACIÓN
45	XHIMER-FM	94.5 Mhz.	Opus 94	Ciudad de México	Permisiónaria	Original
46	XHIMR-FM	107.9 Mhz.	Horizonte 108	Ciudad de México	Permisiónaria	Original
47	XHM-FM	88.9 Mhz.	88.9 Noticias Información que sirve	Ciudad de México	Concesionaria	Original
48	XHMM-FM	100.1 Mhz.	Stereo Cien	Ciudad de México	Concesionaria	Original
49	XHMVS-FM	102.5 Mhz.	La Mejor	Ciudad de México	Concesionaria	Original
50	XHOF-FM	105.7 Mhz.	Reactor 105	Ciudad de México	Permisiónaria	Original
51	XHPOP-FM	99.3 Mhz.	Digital 99.3 Sólo Éxitos	Ciudad de México	Concesionaria	Original
52	XHSH-FM	95.3 Mhz.	Amor 95.3 Sólo Música Romántica	Ciudad de México	Concesionaria	Original
53	XHSON-FM	100.9 Mhz.	Beat 100.9 FM	Ciudad de México	Concesionaria	Original
54	XHUAMA-FM	94.1 Mhz.	UAM Radio	Ciudad de México	Permisiónaria	Original

## ESTACIONES DE RADIO CUYA SEÑAL SE ORIGINA EN EL DISTRITO FEDERAL, CON BASE EN EL CATÁLOGO DE MEDIOS APROBADO POR EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL PARA EL PROCESO ELECTORAL 2011-2012

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

Información basada en el acuerdo **CG371/2011** del Consejo General del Instituto Federal Electoral, de fecha 14 de noviembre de 2011.

Total de medios: **60**

## CANALES DE TELEVISIÓN CUYA SEÑAL SE ORIGINA EN EL DISTRITO FEDERAL, CON BASE EN EL CATÁLOGO DE MEDIOS APROBADO POR EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL PARA EL PROCESO ELECTORAL 2011-2012

No.	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE ESTACIÓN	UBICACIÓN	RÉGIMEN	PROGRAMACIÓN
1	XEIPN-TV	11	Once TV	Ciudad de México	Permisiónaria	Original
2	XEQ-TV	9	Galavisión	Ciudad de México	Concesionaria	Original
3	XEW-TV	2	Canal 2	Ciudad de México	Concesionaria	Nacional
4	XHDF-TV	13	Azteca 13	Ciudad de México	Concesionaria	Nacional
5	XHGC-TV	5	Canal 5	Ciudad de México	Concesionaria	Nacional
6	XHIMT-TV	7	Azteca 7	Ciudad de México	Concesionaria	Nacional
7	XHTV-TV	4	Cuatro TV (Foro TV)	Ciudad de México	Concesionaria	Original
8	XEIMT-TV	22	Canal 22	Ciudad de México	Concesionaria	Original
9	XHTRES-TV	28	Cadena 3	Ciudad de México	Concesionaria	Original
10	XHTVM-TV	40	Canal 40	Ciudad de México	Concesionaria	Original
11		Según cablera	Milenio Televisión*			Original
12		Según cablera	CNN en Español*			Original

\* Canales de televisión que adicionalmente fueron monitoreados durante el Proceso Electoral de Gobernador 2011.

Información basada en el acuerdo **CG371/2011** del Consejo General del Instituto Federal Electoral, de fecha 14 de noviembre de 2011.

**Total de medios: 12**

## ESTACIONES DE RADIO CUYA SEÑAL SE ORIGINA EN EL ESTADO DE MÉXICO, CON BASE EN EL CATÁLOGO DE MEDIOS APROBADO POR EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL PARA EL PROCESO ELECTORAL 2011-2012

No.	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE ESTACIÓN	UBICACIÓN	RÉGIMEN	PROGRAMACIÓN
1	XHECA-FM	97.3 Mhz.	La Voladora Radio	Amecameca	Permisiónaria	Original
2	XERLK-AM	1170 Khz.	Super Stéreo Miled Atlacomulco	Atlacomulco	Concesionaria	Original
3	XEQY-AM	1200 Khz.	Qy Noticias, Información que Sirve	Toluca (Cacalomacán)	Concesionaria	Original
4	XECH-AM	1040 Khz.	Radio Capital	Toluca (Cacalomacán)	Concesionaria	Original
5	XEUACH-AM	1610 Khz.	Radio Chapingo	Texcoco (Chapingo)	Permisiónaria	Original
6	XEANA-AM	1670 Khz.	Radio Anáhuac	Huixquilucan	Permisiónaria	Original
7	XEXI-AM	1400 Khz.	La "I" de Ixtapan	Ixtapan de la Sal	Concesionaria	Original
8	XETOL-AM	1130 Khz.	Radio Lobo	Toluca	Concesionaria	Original

**ESTACIONES DE RADIO CUYA SEÑAL SE ORIGINA EN EL  
ESTADO DE MÉXICO, CON BASE EN EL CATÁLOGO DE MEDIOS APROBADO POR EL  
INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL PARA EL PROCESO ELECTORAL 2011-2012**

No.	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE ESTACIÓN	UBICACIÓN	RÉGIMEN	PROGRAMACIÓN
9	XEL-AM	1260 Khz.	La 12 60	Los Reyes	Concesionaria	Original
10	XEVOZ-AM	1590 Khz.	Luz 15 90	Los Reyes	Concesionaria	Original
11	XHMLO-FM	104.9 Mhz.	Crystal 104.9	Malinalco	Concesionaria	Original
12	XHCME-FM	103.7 Mhz.	Crystal Estado de México	Melchor Ocampo	Concesionaria	Original
13	XHARO-FM	104.5 Mhz.	Relax104.5	Nezahualcóyotl	Permisiónaria	Original
14	XHVFC-FM	102.1 Mhz.	Voz, Flor y Canto	Otumba	Permisiónaria	Original
15	XENK-AM	620 Khz.	Radio 620 AM Stereo	San Andrés de la Cañada (Ecatepec)	Concesionaria	Original
16	XEABC-AM	760 Khz.	ABC Radio	San Sebastián Chimalpa (La Paz)	Concesionaria	Original



**ESTACIONES DE RADIO CUYA SEÑAL SE ORIGINA EN EL  
ESTADO DE MÉXICO, CON BASE EN EL CATÁLOGO DE MEDIOS APROBADO POR EL  
INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL PARA EL PROCESO ELECTORAL 2011-2012**

No.	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE ESTACIÓN	UBICACIÓN	RÉGIMEN	PROGRAMACIÓN
17	XHENO-FM	90.1 Mhz.	Mix FM	Toluca	Concesionaria	Original
18	XHOEX-FM	89.3 Mhz.	Omega Experimental	Texcoco	Permisiónaria	Original
19	XEWF-AM	540 Khz.	Ke Buena AM 540 – La Poderosa del Oriente	Tlalmanalco	Concesionaria	Original
20	XEINFO-AM	1560 Khz.		Tlalnepantla	Concesionaria	Original
21	XERED-AM	1110 Khz.	Radio Red	Tlalnepantla	Concesionaria	Original
22	XHEDT-FM	93.3 Mhz.	Crystal 93.3	Toluca	Concesionaria	Original
23	XHNX-FM	98.9 Mhz.	Super Stereo Miled Toluca	Toluca	Concesionaria	Original
24	XHTOM-FM	102.1 Mhz.	Neurótica FM (Los 40 Principales)	Toluca	Concesionaria	Original

## ESTACIONES DE RADIO CUYA SEÑAL SE ORIGINA EN EL ESTADO DE MÉXICO, CON BASE EN EL CATÁLOGO DE MEDIOS APROBADO POR EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL PARA EL PROCESO ELECTORAL 2011-2012

No.	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE ESTACIÓN	UBICACIÓN	RÉGIMEN	PROGRAMACIÓN
25	XHZA-FM	101.3 Mhz.	Ultra 101.3 FM	Toluca	Concesionaria	Original
26	XHRJ-FM	92.5 Mhz.	Digital	Metepec	Concesionaria	Original
27	XHUAX-FM	99.7 Mhz.	Uni Radio	Metepec	Permisiónaria	Original
28	XEVAB-AM	1580 Khz.	Super Stereo Miled Valle de Bravo	Valle de Bravo	Concesionaria	Original
29	XHMEC-FM	91.7 Mhz.	Radio Mexiquense	Amecameca	Permisiónaria	Original
	XEATL-AM	1520 Khz.	Radio Mexiquense	Atlacomulco		
	XEGEM-AM	1600 Khz.	Radio Mexiquense	Metepec		
	XETEJ-AM	1250 Khz.	Radio Mexiquense	Tejupilco		
	XHGEM-FM	91.7 Mhz.	Radio Mexiquense	Metepec		
	XETUL-AM	1080 Khz.	Radio Mexiquense	Tultitlán		
	XHVAL-FM	104.5 Mhz.	Radio Mexiquense	Valle de Bravo		
	XHZUM-FM	88.5 Mhz.	Radio Mexiquense	Zumpango		

Información basada en el acuerdo **CG371/2011** del Consejo General del Instituto Federal Electoral, de fecha 14 de noviembre de 2011.

Total de medios: **29**

## CANALES DE TELEVISIÓN CUYA SEÑAL SE ORIGINA EN EL ESTADO DE MÉXICO, CON BASE EN EL CATÁLOGO DE MEDIOS APROBADO POR EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL PARA EL PROCESO ELECTORAL 2011-2012

No.	SIGLAS	FRECUENCIA	NOMBRE DE ESTACIÓN	UBICACIÓN	RÉGIMEN	PROGRAMACIÓN
1	XHPTP-TV	34	Televisión Mexiquense	Pico Tres Padres (Coacalco)	Permisiónaria	Original
	XHGEM-TV	12		Jocotitlán		
	XHTEJ-TV	12		Tejupilco		
2	XEX-TV	8	Canal 8 local	Atzomoni (Amecameca)	Concesionaria	Repetidora Canal 5
3	XHATZ-TV	32	Galavisión	Atzomoni (Amecameca)	Concesionaria	Repetidora Canal 9
4	XHTM-TV	10	Canal 10 local	Atzomoni (Amecameca)	Concesionaria	Repetidora Canal 2
5	XHLUC-TV	19	Azteca 7 México	Jocotitlán	Concesionaria	Repetidora Canal 7
6	XHTOK-FM	31	Canal 5	Jocotitlán	Concesionaria	Repetidora Canal 5
7	XHTOL-TV	10	Canal 10 local	Jocotitlán	Concesionaria	Repetidora Canal 2
8	XHXEM-TV	6	Azteca 13 México	Jocotitlán	Concesionaria	Repetidora Canal 13
9	XHVBM-TV	7	Once TV	Valle de Bravo	Permisiónaria	Repetidora Canal 11

Información basada en el acuerdo **CG371/2011** del Consejo General del Instituto Federal Electoral, de fecha 14 de noviembre de 2011.

**Total de medios: 9**

# INTERNET



## MOTORES DE BÚSQUEDA (Enlaces patrocinados)

Google México
Yahoo!
Live (MSN)
Bing
Ask

## CORREO ELECTRÓNICO (Espacios publicitarios)

Hotmail
Yahoo
Gmail

## PORTALES (Espacios publicitarios)

Prodigy MSN
Mercado Libre
Yahoo!
You Tube (Ads by Google)
Facebook
My Space
Esmas.com
Medio Tiempo
monografias.com
Ticketmaster
occ.com.mx
ESPN
Guía Roji
CompuTrabajo México
Musica.com
Softonic
Word Reference
Taringa

## SITIOS DE NOTICIAS (espacios publicitarios)

El Universal
La Jornada
Milenio
El Financiero
Reforma
Excélsior
Organización Editorial Mexicana (OEM)
SDPnoticias
Uno noticias
<a href="http://www.cronica.com.mx">http://www.cronica.com.mx</a>
Agencia de Noticias del Estado Mexicano NOTIMEX (para fines de información vinculada al Proceso Electoral 2012 en el Estado de México)

## PORTALES DE RADIODIFUSORAS Y TELEVISORAS (espacios publicitarios)

Televisa Noticias ( <a href="http://noticierostelevisa.esmas.com">http://noticierostelevisa.esmas.com</a> )
Azteca Noticias ( <a href="http://www.aztecanoticias.com.mx">http://www.aztecanoticias.com.mx</a> )
Grupo Fórmula ( <a href="http://www.radioformula.com.mx">www.radioformula.com.mx</a> )
Grupo Radio Centro ( <a href="http://www.radiocentro.com.mx">www.radiocentro.com.mx</a> )
Grupo Imagen ( <a href="http://www.imagen.com.mx">www.imagen.com.mx</a> )
Cadena Rasa ( <a href="http://www.rasa.com.mx">www.rasa.com.mx</a> )
Milenio Televisión ( <a href="http://www.milenio.com/portal/tv_live.htm">www.milenio.com/portal/tv_live.htm</a> )
CNN México ( <a href="http://mexico.cnn.com/">http://mexico.cnn.com/</a> )
CNN Expansión ( <a href="http://www.cnnexpansion.com">http://www.cnnexpansion.com</a> )
Univisión



## Páginas oficiales de los Partidos Políticos

Partido Acción Nacional
Partido Revolucionario Institucional
Partido de la Revolución Democrática
Partido Verde Ecologista de México
Partido del Trabajo
Partido Nueva Alianza
Movimiento Ciudadano



# Anexo

## 14.2.

### **Bitácoras de seguimiento**

















