



GACETA DEL GOBIERNO



ESTADO DE MÉXICO

Periódico Oficial del Gobierno del Estado Libre y Soberano de México
REGISTRO DGC NUM. 001 1021 CARACTERISTICAS 113282801

Mariano Matamoros Sur No. 308 C.P. 50130
Tomo CLXXXVII A:202/3/001/02
Número de ejemplares impresos: 600

Toluca de Lerdo, Méx., jueves 5 de marzo de 2009
No. 42

SUMARIO:

INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO DE MEXICO

ACUERDO No. CG/24/2009.- SUSTITUCION DEL VOCAL DE ORGANIZACION DE LA JUNTA MUNICIPAL 94 DE TEPETLAXTOC, PARA EL PROCESO ELECTORAL 2009.

ACUERDO No. CG/25/2009.- DESIGNACION DE CONSEJEROS ELECTORALES SUPLENTE DE LOS CONSEJOS DISTRITALES IX, XIII, XVII, XXXV Y XL, CON CABECERAS EN TEJUPILCO, ATLACOMULCO, HUIXQUILUCAN, METEPEC E IXTAPALUCA, ASI COMO DEL CONSEJO MUNICIPAL 87 DE TEMASCALTEPEC, CON MOTIVO DE LAS RENUNCIAS DE LOS NOMBRADOS POR EL CONSEJO GENERAL, MEDIANTE ACUERDOS CG/11/2009 Y CG/17/2009.

ACUERDO No. CG/26/2009.- REFORMAS A LOS LINEAMIENTOS EN MATERIA DE PROPAGANDA POLITICA Y ELECTORAL, DEL INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO DE MEXICO.

ACUERDO No. CG/27/2009.- MANUAL DE MONITOREO A MEDIOS DE COMUNICACION IMPRESOS Y ELECTRONICOS, PARA EL PERIODO DE PRECAMPANAS Y CAMPANAS ELECTORALES 2009.

"2009. AÑO DE JOSE MARIA MORELOS Y PAVON, SIERVO DE LA NACION"

SECCION TERCERA

INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO DE MEXICO

El Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, en su sesión ordinaria del día dos de marzo del año dos mil nueve, se sirvió expedir el siguiente:

ACUERDO N°. CG/24/2009

Sustitución del Vocal de Organización de la Junta Municipal 94 de Tepetlaoxtoc, para el Proceso Electoral 2009.

CONSIDERANDO

- I. Que la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México, en el artículo 11 párrafo primero, así como el Código Electoral del Estado de México en el artículo 78 primer párrafo, establecen que la organización, desarrollo y vigilancia de los procesos electorales para las elecciones de Gobernador, Diputados a la Legislatura del Estado y miembros de Ayuntamientos, es una función estatal que se realiza a través de un organismo público autónomo, de carácter permanente, independiente en sus decisiones y funcionamiento, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, denominado Instituto Electoral del Estado de México.
- II. Que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 95 fracciones V y VII, del Código Electoral del Estado de México, el Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, cuenta con la atribución de designar a los vocales de las juntas distritales y municipales así como de acordar lo conducente para la integración, instalación, funcionamiento y suspensión de actividades de los órganos desconcentrados del Instituto.
- III. Que de acuerdo a lo dispuesto por el artículo 99 fracción IV, del Código Electoral del Estado de México, es atribución de la Junta General proponer conjuntamente con la Comisión del Servicio Electoral Profesional, al Consejo General, a los candidatos a vocales de las Juntas Distritales y Municipales.
- IV. Que el Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, en sesión ordinaria celebrada el día diecinueve de enero del año dosmil nueve, designó mediante Acuerdo número CG/03/2009 (CG/tres/dos mil nueve), a los Vocales de las Juntas Municipales para el proceso electoral 2009, cuyo Punto Tercero establece que el Consejo General a petición fundada y motivada, podrá sustituir a los Vocales de las Juntas Distritales y Municipales.
- V. Que el día doce de febrero del año dos mil nueve, el ciudadano José Hugo Espejel Carrillo, quien fue designado Vocal de Organización de la Junta Distrital 94, con sede en el municipio de Tepetlaoxtoc, Estado de México conforme al

Acuerdo referido en el Considerando anterior, presentó vía Oficialía de Partes del Instituto Electoral del Estado de México, renuncia al referido cargo.

- VI. Que con motivo de la renuncia mencionada, el Director del Servicio Electoral Profesional, sometió a consideración de la Junta General como propuesta de la sustitución correspondiente, al ciudadano Aarón García Díaz, quien cumplió con todas las etapas del proceso de selección de aspirantes a vocales, y que se encuentra incluido en el listado de calificaciones de aspirantes a vocales que fuera presentado a la Comisión del Servicio Electoral Profesional en reunión de trabajo de fecha doce de enero del año en curso, listado que al excluir a los vocales designados se considera como lista de reserva.
- VII. Que el Estatuto del Servicio Electoral Profesional vigente hasta que concluya el proceso electoral dos mil nueve, en el artículo 41, fracción I, prevé la renuncia como causa de pérdida del nombramiento y baja del Servicio.
- VIII. Que la Junta General, en sesión ordinaria celebrada en fecha veintiocho de febrero del año dos mil nueve, una vez analizada la propuesta presentada por la Dirección del Servicio Electoral Profesional, estimó procedente aprobarla por Acuerdo número JG/15/2009 (JG/quince/dos mil nueve), al considerar que el ciudadano Aarón García Díaz reúne los requisitos exigidos tanto por el Estatuto del Servicio Electoral Profesional vigente hasta que concluya el proceso electoral dos mil nueve, como por las Adecuaciones al Programa General del Servicio Electoral Profesional dos mil ocho-dos mil nueve para Órganos Desconcentrados, por lo que ordenó su remisión al Consejo General para que, de considerarlo procedente, realice la designación correspondiente.
- IX. Que en virtud de lo señalado en los Considerandos anteriores, este Consejo General aprueba la propuesta de sustitución del Vocal de Organización de la Junta Municipal 94 del municipio de Tepetlaoxtoc, Estado de México, procediendo a realizar la designación correspondiente.

En mérito de lo anterior, se expide el siguiente:

ACUERDO

PRIMERO.- El Consejo General aprueba la propuesta de sustitución del Vocal de Organización de la Junta Municipal 94 del municipio de Tepetlaoxtoc, Estado de México, en los siguientes términos:

JUNTA MUNICIPAL	CARGO	CIUDADANO QUE RENUNCIA	VOCAL DESIGNADO
94 TEPETLAOXTOC	Vocal de Organización	José Hugo Espejel Carrillo	Aarón García Díaz

SEGUNDO.- El Consejero Presidente y el Secretario Ejecutivo General del Instituto Electoral del Estado de México, expedirán el nombramiento correspondiente.

TERCERO.- Se instruye a la Secretaría Ejecutiva General para que, por conducto de la Dirección del Servicio Electoral Profesional, notifique la designación motivo del presente Acuerdo, al ciudadano mencionado en el Punto de Acuerdo Primero.

TRANSITORIOS

PRIMERO.- Publíquese el Presente Acuerdo en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado Libre y Soberano de México, "Gaceta del Gobierno".

SEGUNDO.- El presente Acuerdo surtirá efectos a partir de su aprobación por el Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México.

Toluca, México, a dos de marzo de dos mil nueve.

"TÚ HACES LA MEJOR ELECCIÓN"
A T E N T A M E N T E
CONSEJERO PRESIDENTE DEL CONSEJO GENERAL
LIC. NORBERTO HERNÁNDEZ BAUTISTA
(RUBRICA).

SECRETARIO DEL CONSEJO GENERAL
ING. FRANCISCO JAVIER LÓPEZ CORRAL
(RUBRICA).

El Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, en su sesión ordinaria del día dos de marzo del año dos mil nueve, se sirvió expedir el siguiente:

ACUERDO N°. CG/25/2009

Designación de Consejeros Electorales Suplentes de los Consejos Distritales IX, XIII, XVII, XXXV y XL, con cabeceras en Tejupilco, Atlacomulco, Huixquilucan, Metepec e Ixtapaluca, así como del Consejo Municipal 87 de Temascaltepec, con motivo de las renunciaciones de los nombrados por el Consejo General, mediante Acuerdos CG/11/2009 y CG/17/2009.

CONSIDERANDO

- I. Que la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México, en el artículo 11 párrafo primero, así como el Código Electoral del Estado de México en el artículo 78 primer párrafo, establecen que la organización, desarrollo y vigilancia de los procesos electorales para las elecciones de Gobernador, Diputados a la Legislatura del Estado y miembros de Ayuntamientos, es una función estatal que se realiza a través de un organismo público autónomo, de carácter permanente, independiente en sus decisiones y funcionamiento, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, denominado Instituto Electoral del Estado de México.
- II. Que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 95 fracciones VI y VII, del Código Electoral del Estado de México, el Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, cuenta con la atribución de designar a los consejeros distritales y municipales de entre las propuestas de al menos el doble que al efecto realice la Junta General, destacándose que por cada consejero habrá un suplente; así como de acordar lo conducente para la integración, instalación, funcionamiento y suspensión de actividades de los órganos desconcentrados del Instituto.
- III. Que de acuerdo a lo dispuesto por el artículo 99 fracción VI, del Código Electoral del Estado de México, es atribución de la Junta General proponer al Consejo General, candidatos a consejeros electorales de los Consejos Distritales y Consejos Municipales Electorales.
- IV. Que el Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, designó mediante Acuerdos números CG/11/2009 (CG/once/dos mil nueve) y CG/17/2009 (CG/dieciséis/dos mil nueve), a los Consejeros Electorales de los Consejos Distritales y de los Consejos Municipales respectivamente, para el proceso electoral 2009.
- V. Que los ciudadanos Juan Dayne Barrueta Avilés, Teresa Escobar Tolentino, Guilebaldo Morales Florencio, Marco Antonio Galindo Manjarrez, Jaime Albarrán Romero y Lourdes Martínez Hernández, quienes fueron designados conforme al referido Acuerdo CG/11/2009 (CG/once/dos mil nueve) como Consejeros Electorales Suplentes de las fórmulas uno, cinco, tres, dos, tres y tres de los Consejos Electorales Distritales IX, XIII (en el caso de los mencionados en segundo y tercer lugar), XVII, XXXV y XL con cabeceras en Tejupilco, Atlacomulco, Huixquilucan, Metepec e Ixtapaluca, Estado de México, presentaron renunciaciones al cargo, los días dieciséis, nueve, diez, quince, veinticinco y ocho de febrero del año en curso, respectivamente.
- VI. Que en fecha veinte de febrero del año en curso, el ciudadano Carlos Hernández Morales, quien fue designado conforme al mencionado Acuerdo CG/17/2009 (CG/dieciséis/dos mil nueve), como Consejero Electoral Suplente de la fórmula número cuatro, del Consejo Municipal Electoral número 87, con sede en el municipio de Temascaltepec, Estado de México, presentó renuncia al cargo que le había sido conferido.
- VII. Que con motivo de las renunciaciones anteriormente mencionadas, el Director de Organización presentó a la Junta General, en sesión ordinaria celebrada el día veintiocho de febrero del año en curso, las propuestas A y B, para ocupar los cargos de Consejeros Electorales Distritales y Municipal Suplentes que quedaron vacantes y que se integran con ciudadanos que se encuentran inscritos en las Listas Definitivas de Candidatos a Consejeros Electorales de los Consejos Distritales 2009 y en las Listas Definitivas de Candidatos a Consejeros Electorales de los Consejos Municipales 2009, previamente aprobadas por la propia Junta General, en sesiones ordinarias celebradas los días dieciocho de diciembre del año dos mil ocho y diez de febrero del año dos mil nueve respectivamente. Las referidas propuestas A y B, fueron aprobadas por la Junta General mediante Acuerdo número JG/16/2009 (JG/dieciséis/dos mil nueve), y remitidas al Órgano Superior de Dirección para realizar las designaciones correspondientes.

- VIII. Que en razón de lo anterior y tomando en cuenta que el artículo 96, fracción VI, del Código Electoral del Estado de México ordena categóricamente que por cada consejero propietario habrá un suplente, resulta necesario designar nuevos Consejeros Suplentes en las referidas fórmulas de los Consejos Distritales y Municipal señalados. En tal virtud y toda vez que cumplen con los requisitos previstos por los artículos 114 y 123 en relación con el 88 del Código Electoral del Estado de México, este Consejo General aprueba la propuesta A de la Junta General de Consejeros Electorales Suplentes de los Consejos Distritales y Municipal ya mencionados, y en consecuencia es procedente realizar su designación correspondiente.

En mérito de lo anterior, se expide el siguiente:

ACUERDO

- PRIMERO.-** El Consejo General designa como Consejeros Electorales Suplentes de los Consejos Distritales IX, XIII, XVII, XXXV y XL, con cabeceras en Tejupilco, Atlacomulco, Huixquilucan, Metepec e Ixtapaluca, así como del Consejo Municipal 87 de Temascaltepec, Estado de México, a los ciudadanos que se enlistan en el documento adjunto al presente Acuerdo y que forma parte del mismo.
- SEGUNDO.-** El Consejero Presidente del Consejo General y el Secretario Ejecutivo General del Instituto Electoral del Estado de México, expedirán los nombramientos a los consejeros electorales designados en el Punto Primero de este Acuerdo.

TRANSITORIO

- PRIMERO.-** Publíquese el presente Acuerdo y su anexo en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado Libre y Soberano de México, "Gaceta del Gobierno".
- SEGUNDO.-** Se instruye a la Secretaría Ejecutiva General para que, por conducto de la Dirección de Organización, notifique a los ciudadanos designados, lo aprobado por este Acuerdo.
- TERCERO.-** El presente Acuerdo surtirá efectos a partir de su aprobación por el Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México.

Toluca, México, a dos de marzo de dos mil nueve.

"TÚ HACES LA MEJOR ELECCIÓN"
A T E N T A M E N T E
CONSEJERO PRESIDENTE DEL CONSEJO GENERAL

LIC. NORBERTO HERNÁNDEZ BAUTISTA
(RUBRICA).

SECRETARIO DEL CONSEJO GENERAL

ING. FRANCISCO JAVIER LÓPEZ CORRAL
(RUBRICA).

ANEXO DEL ACUERDO
CG/25/2009
CONSEJO GENERAL
SESIÓN ORDINARIA
2 DE MARZO 2009

DESIGNACIÓN DE CONSEJEROS SUPLENTE CON MOTIVO DE LAS RENUNCIAS DE LOS CONSEJEROS
DESIGNADOS CON ANTERIORIDAD.

DISTRITO	CABECERA	NOMBRE DE QUIEN RENUNCIA	CARGO	NOMBRE DE NUEVO SUPLENTE	CARGO
IX	TEJUPILCO	JUAN DAYNE BARRUETA AVILÉS	CS 1	MARTINEZ ABIANEDA CESAR	CS 1
XIII	ATLACOMULCO	TERESA ESCOBAR TOLENTINO	CS 5	MAXIMILIANO FLORES LORENA	CS 5
XIII	ATLACOMULCO	GUILEBALDO MORALES FLORENCIO	CS 3	SÁNCHEZ HERNÁNDEZ NOHEMI	CS 3
XVII	HUIXQUILUCAN	MARCO ANTONIO GALINDO MANJARES	CS 2	ROQUE RIOS VIANNEY	CS 2
XXXV	METEPEC	JAIME ALBARRAN ROMERO	CS 3	CUAPIO ESTRADA RENATTA ROSARIO	CS 3
XL	IXTAPALUCA	LOURDES MARTÍNEZ HERNÁNDEZ	CS 3	HERNANDEZ CANO FILIBERTO	CS 3
MUNICIPIO	CABECERA	NOMBRE DE QUIEN RENUNCIA	CARGO	NOMBRE DE NUEVO SUPLENTE	CARGO
87	TEMASCALTEPEC	CARLOS HERNÁNDEZ MORALES	CS 4	MARTÍNEZ TELLEZ GIRÓN ARTURO	CS 4

El Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, en su sesión ordinaria del día dos de marzo del año dos mil nueve, se sirvió expedir el siguiente:

ACUERDO N°. CG/26/2009

Reformas a los Lineamientos en Materia de Propaganda Política y Electoral, del Instituto Electoral del Estado de México.

CONSIDERANDO

- I. Que la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México, en el artículo 11 párrafo primero, así como el Código Electoral del Estado de México en el artículo 78 primer párrafo, establecen que la organización, desarrollo y vigilancia de los procesos electorales para las elecciones de Gobernador, Diputados a la Legislatura del Estado y miembros de Ayuntamientos, es una función estatal que se realiza a través de un organismo público autónomo, de carácter permanente, independiente en sus decisiones y funcionamiento, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, denominado Instituto Electoral del Estado de México.
- II. Que el Código Electoral del Estado de México, en el artículo 79, párrafo primero, señala que el Instituto Electoral del Estado de México se regirá para su organización, funcionamiento y control por las disposiciones constitucionales relativas y las del propio Código.
- III. Que el Código Electoral del Estado de México, en el artículo 95, fracción I, confiere al Consejo General la atribución de expedir los reglamentos interiores, lineamientos y demás disposiciones que sean necesarios para el buen funcionamiento del Instituto.
- IV. Que el Código Electoral del Estado de México, en los artículos 144 A al 144 H, establece las bases y limitaciones que deben observar las precampañas y la regulación de la propaganda electoral.
- V. Que el Código Electoral del Estado de México, en los artículos 152 al 159, establece las bases, restricciones y reglas a que están sujetas las campañas electorales; así como la regulación de propaganda electoral que realicen los partidos políticos y los candidatos registrados, para la obtención del voto.

- VI. Que la H. LVI Legislatura del Estado, expidió el decreto número 196, publicado en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado Libre y Soberano de México, "Gaceta del Gobierno", de fecha diez de septiembre del año dos mil ocho, con el que reformó, adicionó y derogó diversas disposiciones del Código Electoral del Estado de México, y cuyo Artículo Transitorio Sexto, ordenó que:
- "SEXTO.- El Instituto y el Tribunal deberán realizar las adecuaciones a su normatividad interna, conforme a lo previsto en el presente decreto, a más tardar el treinta y uno de diciembre de 2008".*
- VII. Que el Consejo General, en sesión extraordinaria celebrada el día dieciocho de diciembre del año dos mil ocho, aprobó el Acuerdo número CG/63/2008 (CG/sesenta y tres/dos mil ocho), por el que expidió los Lineamientos en Materia de Propaganda Política y Electoral, del Instituto Electoral del Estado de México, ello en cumplimiento al Transitorio Sexto referido en el Considerando anterior.
- VIII. Que el Libro Primero del Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, en el artículo 1.49, fracción III, señala como atribución de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, elaborar, actualizar, vigilar y dar cumplimiento a los lineamientos, normatividades y demás ordenamientos de la propia Comisión.
- IX. Que la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión del Instituto Electoral del Estado de México, una vez que estudió y analizó las reformas realizadas al Código Electoral del Estado de México, estimó procedente aprobar en Segunda Sesión Extraordinaria efectuada el día veintisiete de febrero del año dos mil nueve, a través del Acuerdo número 3 (tres), el "Proyecto de reforma y adición de los Lineamientos en Materia de Propaganda Política y Electoral", con el propósito de que los referidos lineamientos, regulen de manera más clara y precisa lo relativo a la colocación de propaganda política y electoral, en periodo de precampañas y campañas electorales.
- X. Que este Consejo General, una vez que analizó el proyecto de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión referido en el Considerando que antecede, considera procedentes las reformas y adiciones propuestas a los Lineamientos en Materia de Propaganda Política y Electoral, con excepción de los artículos 57 fracción XI, 84 y 89, los que deberán sistematizarse íntegramente.

En mérito de lo anterior, se expide el siguiente:

ACUERDO

- PRIMERO.-** El Consejo General aprueba las reformas a los Lineamientos en Materia de Propaganda Política y Electoral, del Instituto Electoral del Estado de México, en los términos que se precisan en el Considerando X y que constan en el documento adjunto al presente Acuerdo como parte integrante del mismo.
- SEGUNDO.-** Las reformas motivo de este Acuerdo entrarán en vigor a partir de la aprobación del mismo, por el Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México.
- TERCERO.-** Los artículos 57 fracción XI, 84 y 89 de los Lineamientos en Materia de Propaganda Política y Electoral, deberán ser revisados y sistematizados por la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México.

TRANSITORIOS

- ÚNICO.-** Publíquese el presente Acuerdo y su anexo en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado Libre y Soberano de México, "Gaceta del Gobierno".

Toluca, México, a dos de marzo de dos mil nueve.

"TÚ HACES LA MEJOR ELECCIÓN"
A T E N T A M E N T E
CONSEJERO PRESIDENTE DEL CONSEJO GENERAL

LIC. NORBERTO HERNÁNDEZ BAUTISTA
(RUBRICA).

SECRETARIO DEL CONSEJO GENERAL

ING. FRANCISCO JAVIER LÓPEZ CORRAL
(RUBRICA).

LINEAMIENTOS EN MATERIA DE PROPAGANDA POLÍTICA Y ELECTORAL

Artículo 3. Para los efectos de estos Lineamientos, cuando se hable de los siguientes conceptos se entenderá por:

- a) ...
- b) ...
- c) ...
- d) ...
- e) ...
- f) ...
- g) ...
- h) ...
- i) ...
- j) ...
- k) ...
- l) ...
- m) ...
- n) ...
- o) Comisión de Propaganda, a la Comisión de Propaganda que se instala en cada uno de los órganos desconcentrados.
- p) ...
- q) Escrito de controversia, al escrito que se presenta ante los Consejos mediante el cual un partido político o coalición denuncia una irregularidad en materia de colocación o fijación de propaganda electoral cometida por otro partido político o coalición, para efectos de iniciar el procedimiento establecido en el Título Segundo del Libro Tercero de los Lineamientos en Materia de Propaganda Política y Electoral.
- r) ...

Artículo 4. Los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos, están obligados a cumplir con lo dispuesto en el artículo 52 del Código. Su inobservancia, se sancionará en términos del Libro Sexto, Título Tercero de las infracciones y sanciones administrativas del Código, mediante el procedimiento administrativo sancionador.

Los Consejos Distritales y Municipales Electorales podrán resolver las controversias en materia de colocación o fijación de propaganda electoral, preferentemente a través de la amigable composición o de la mediación entre las partes involucradas y, en su caso, se continuará con el desarrollo procesal correspondiente.

Cuando reciban escritos que aludan a posibles infracciones distintas a la colocación o fijación de propaganda electoral, las remitirán a la Secretaría Ejecutiva en un término de 48 horas, previa investigación e integración del expediente con el material probatorio que hayan recabado, para la instauración del procedimiento administrativo sancionador establecido en el artículo 356 del Código.

Artículo 22. La propaganda impresa que utilicen los candidatos deberá contener la identificación precisa del partido político o coalición que registró al candidato.

Artículo 32. Los partidos políticos y coaliciones deberán retirar, para su reciclaje, su propaganda electoral dentro de los treinta días siguientes al de la jornada electoral. De no retirarla, el Consejo General con el auxilio de las autoridades competentes tomará las medidas necesarias para su retiro, con cargo al financiamiento público del partido político infractor.

Artículo 34. Para la utilización de los bienes de propiedad privada, la Comisión de Propaganda requerirá a los partidos políticos o coaliciones, en caso de controversia, presenten el permiso por escrito, otorgado por el propietario, poseedor o legítima persona que ejerza dominio sobre el inmueble para resolver lo que corresponda.

Artículo 35. ...

En este supuesto la Comisión de Propaganda podrá solicitar al propietario del inmueble, exhiba el título que acredite el dominio del bien, y, en su caso, ratifique el permiso correspondiente otorgado a favor de los partidos políticos, coaliciones o sus candidatos, asentándose en el acta correspondiente.

Artículo 36. La Comisión de Propaganda deberá llevar a cabo cuando menos dos recorridos, cuyas fechas serán determinadas por dicha Comisión, con el objeto de realizar revisiones en el territorio de su competencia, con la finalidad de verificar que los partidos políticos y coaliciones han colocado su propaganda en los términos y lugares señalados por estos Lineamientos.

...

...

Artículo 39. Los Consejos, se coordinarán para integrar el inventario de los lugares de uso común; para tal efecto, solicitarán a las autoridades estatales o municipales les proporcionen un inventario de los lugares de uso común susceptibles para la colocación y fijación de propaganda electoral, precisando con claridad el número de éstos, señalando la ubicación y medidas respectivas de cada lugar.

Los propios Consejos harán un inventario de los lugares de uso común en sus distritos o municipios según corresponda, los confrontarán y verificarán entre ellos, con la lista que las autoridades administrativas les proporcionen

Artículo 44. Cuando los representantes de los partidos políticos y coaliciones consideren que existieron irregularidades en el resultado del sorteo, contarán con un término de veinticuatro horas a partir de la fecha en que se les notifique el resultado, siendo aplicables las reglas de notificación mencionadas en el Código, para que mediante escrito y con las pruebas que sean procedentes, presenten su inconformidad ante los Consejos respectivos, quien a la recepción del mencionado escrito analizarán si existen elementos para considerar procedente la inconformidad, para que se revise el sorteo y la distribución de los mismos. En caso de que la parte inconforme sustente debidamente las irregularidades, se procederá a la anulación del sorteo.

Artículo 49. Para promover una controversia y dar seguimiento al desarrollo del proceso, los partidos políticos que hayan postulado una candidatura común, deberán hacerlo de manera separada.

Artículo 53. La Comisión de Propaganda se integrará por tres Consejeros Electorales; los cuales se designarán mediante insaculación, de entre ellos se designará al Presidente, quien no podrá presidir ninguna otra Comisión; también integran la Comisión los representantes de los partidos políticos, coaliciones; y un Secretario Técnico que será el Vocal de Organización del órgano desconcentrado respectivo.

...

Artículo 57. ...

I. ...

II. ...

III. ...

IV. Conocer, sustanciar y dirimir las controversias que surjan entre los partidos políticos, coaliciones y candidatos, relacionadas con la colocación o fijación de propaganda que se presenten ante los Consejos, Juntas o Comisión de Propaganda respectiva, preferentemente a través de la amigable composición o mediación.

V. Conocer, sustanciar y dirimir las controversias sobre colocación o fijación de propaganda remitidas para su trámite por el Consejo General, hasta la fase del proyecto de resolución, que invariablemente, deberá aprobar el Consejo correspondiente, en los términos señalados en la fracción IV.

VI. Derogado.

VII. ...

VIII. ...

IX. Remitir a la Secretaría Ejecutiva para la sustanciación del procedimiento respectivo las quejas o denuncias que se reciban en los órganos desconcentrados por parte de ciudadanos, partidos políticos, candidatos, funcionarios electorales, en las que se aleguen violaciones a la normatividad electoral, diferente a la colocación o fijación de propaganda electoral, previa

investigación e integración del expediente con el material probatorio que hayan recabado, en los términos del párrafo tercero del artículo 356 del Código.

X. Supervisar y vigilar, que una vez concluidas las precampañas y campañas electorales, los partidos políticos y coaliciones retiren, en los plazos establecidos en el Código, la propaganda que en apoyo a sus precandidatos y candidatos hubiesen fijado; Caso contrario, se dará aviso a la Secretaría Ejecutiva para que se tomen las medidas correspondientes.

XI. ...

XII. ...

XIII. ...

XIV. ...

XV. ...

XVI. ...

Artículo 58. ...

I. ...

II. ...

III. ...

IV. ...

V. ...

VI. Vigilar el seguimiento a la sustanciación de las controversias en materia de colocación o fijación de propaganda electoral que surjan dentro del ámbito de su competencia.

VII. ...

VIII. ...

IX. ...

X. ...

Título Segundo. Del Procedimiento

Capítulo I. Del Escrito de Controversia

Artículo 60. El escrito de controversia, será presentado por duplicado, a través del representante del partido político o coalición legalmente acreditado ante el Consejo respectivo.

El escrito deberá contener nombre y domicilio para recibir notificaciones dentro del ámbito territorial que corresponda al órgano ante el cual se interpone el escrito, en caso de no señalarse, las notificaciones, aún las personales, se fijarán en un lugar visible de la Junta respectiva, hasta en tanto señale un domicilio en términos del requisito mencionado.

Asimismo, deberán mencionar a las personas autorizadas para estos efectos; una breve narración de los hechos, anexando las pruebas que sustenten las irregularidades, empleando los medios de prueba que establece el Código en los artículos del 326 al 332; en el cual deberán estar relacionadas las pruebas con cada uno de los hechos.

Artículo 61. Cuando por razones ajenas al promovente no obren en su poder las pruebas, deberá enunciar aquellas que podrá ofrecer en un término de cuarenta y ocho horas a partir de presentado el escrito de controversia o, en su caso, solicitar las que deban requerirse, cuando se hayan solicitado por escrito al órgano competente.

Artículo 62. El Secretario Técnico, una vez presentado el escrito de controversia procederá a:

a) ...

b) ...

- c) Radicar la controversia, dándole el número de registro correspondiente en el Libro de Controversias en materia electoral.
- d) ...
- e) Informar a la Dirección de forma inmediata, de la recepción del o de los escritos de controversia que se presenten por los partidos políticos o coaliciones, así como del procedimiento que se inicie derivado del mismo.
- f) Acordar con el Presidente, la atención de los escritos de controversia, estudiando las constancias que integren el expediente y calificando su procedencia.
- g) ...
...
- h) ...
- i) Emplazar, en su caso, al partido político o coalición a quien se le atribuye el origen de la controversia, para que en un plazo de setenta y dos horas contadas a partir del emplazamiento, produzca su contestación y exponga lo que a su derecho convenga, haciéndole notar que puede allanarse a la controversia o conciliar con su contraparte, previniéndole a su vez, proporcione domicilio para recibir notificaciones dentro del ámbito territorial que le corresponda, con el apercibimiento que de no hacerlo las subsecuentes se fijarán en un lugar visible de la Junta.
- j) Convocar a una audiencia conciliatoria, para que se lleve a cabo una amigable composición o mediación, para la cual, tendrá que notificar previamente a las partes, misma que se deberá de llevar a cabo al tercer día de haber efectuado el emplazamiento. Para tales efectos, se levantará un acta en la que se precisen los acuerdos, un plazo de 48 horas, a partir de la conclusión de la audiencia, para su cumplimiento y la verificación del mismo por parte de la Comisión de Propaganda. A falta de acuerdo o incumplimiento de éste, se continuará con el procedimiento establecido en el artículo 65 de los presentes Lineamientos.

Artículo 63. Se entenderán como notoriamente improcedentes y serán desechados de plano los escritos de controversia por las siguientes causales:

- a) Cuando se promueva ante un Consejo u otra autoridad que no sea competente para resolver la controversia.
- b) ...
- c) ...
- d) Cuando no contengan los hechos en que se funde la controversia; o si no se ofrecen o se aportan pruebas.
- e) ...
- f) ...

Artículo 64. Procede el sobreseimiento en los escritos de controversia en los siguientes casos:

- a) ...
- b) ...

No procederá el sobreseimiento si del escrito de controversia se desprenden cuestiones de orden público.

...

Artículo 65. Una vez producida la contestación a la controversia y no mediando allanamiento o acuerdo conciliatorio, si las partes ofrecieron pruebas y les fueron admitidas, éstas se desahogarán dentro de los tres días siguientes al de la contestación de la controversia.

...

...

Artículo 66. Desahogadas las pruebas, inmediatamente el Secretario Técnico recibirá los alegatos verbales o por escrito y procederá a formular, dentro de los tres días siguientes al desahogo de las pruebas, un proyecto de resolución mediante los siguientes pasos:

- a) ...
- b) ...
- c) ...

Artículo 68. ...

- a) PREAMBULO, en el que se asentará el lugar, fecha y órgano que lo elabora, el número de expediente y el nombre del promovente.
- b) ...
- c) Un apartado de CONSIDERANDOS, donde se analicen los motivos planteados en el Escrito de controversia; se realizará el examen, y valoración de las pruebas; se invocarán los preceptos legales y las consideraciones de la Comisión, que funden y motiven el proyecto de resolución.
- d) ...

Artículo 69. Cuando se omita señalar en el escrito de controversia los preceptos jurídicos presuntamente violados o se citen de manera equivocada; la Comisión resolverá tomando en consideración los que debieran ser invocados o los que resulten aplicables al caso concreto.

Artículo 70. Al resolver la controversia, la Comisión de Propaganda deberá suplir las deficiencias u omisiones contenidas en el escrito cuando las mismas puedan ser deducidas de los hechos expuestos.

Artículo 78. Una vez aprobado el proyecto de resolución de la controversia por el Consejo respectivo, dentro del plazo de veinticuatro horas, el Presidente del mismo presentará un informe a la Comisión de Acceso, conteniendo el resultado de la controversia. Para el caso de que los Consejos hayan aprobado una propuesta de sanción, el Presidente del Consejo correspondiente informará de la clase de medidas que se consideran necesarias para restituir el orden jurídico electoral cuando éste haya sido transgredido. Con dicho informe, enviará el expediente original a efecto de verificar la debida observancia de las formalidades procesales derivadas de los presentes Lineamientos.

Artículo 79. Derogado.

Artículo 80. ...

La Comisión de Acceso se auxiliará de la Dirección de Partidos Políticos para efecto de realizar el estudio y análisis de los proyectos de resolución que hayan remitido los Consejos Distritales y Municipales, para los efectos señalados en el párrafo anterior.

Artículo 81. Para el caso de existir omisiones en el procedimiento, o se advierta que se trata de un asunto no resuelto, remitirán al órgano desconcentrado las actuaciones y demás constancias para su debido seguimiento.

Artículo 83. Derogado.

Artículo 84. ...

...

Artículo 89. ...

Artículo 90. ...

- a) ...

- b) Derogado.
- c) Elabore y distribuya propaganda electoral que contenga o esté impresa en alimentos enlatados, empaquetados, embotellados, aceites comestibles y en despensas; así como en materiales para construcción o en cualquier tipo de bien que represente la coacción del voto, el equivalente de 1000 a 2000 días salario mínimo general vigente en la capital del Estado de México.
- d) ...
- e) ...
- f) ...
- g) ...
- h) ...
- i) ...
- j) ...
- k) ...
- l) Derogado.

Artículo 94. ...

...

En caso de no haber señalado domicilio, o este estuviera ubicado fuera de la jurisdicción del órgano correspondiente, la notificación se efectuará en lugar visible de la Junta, mediante una cédula de fijación acompañada de la copia del acuerdo o resolución correspondiente.

Artículo 95. Los partidos políticos y coaliciones que ventilen una controversia sobre colocación o fijación de propaganda podrán celebrar acuerdo de amigable composición o mediación, en los términos del artículo 62 inciso j) de estos Lineamientos.

Artículo 97. Derogado.

Artículo 98. Derogado.

Artículo 99. Derogado.

Artículo 100. Derogado.

Artículo 101. Derogado.

Artículo 103. El presente libro tiene por objeto establecer los Lineamientos relativos a las disposiciones contenidas en los artículos 52 fracción I, 117 fracción XVI, 125 fracción XIV, 144 A al 144 F, y del 152 al 159 del Código en materia de propaganda en precampañas electorales.

Artículo 110. Los partidos políticos y precandidatos informarán a la Comisión de Propaganda, de sus programas para la utilización de las plazas públicas de las cabeceras municipales, particularmente para los cierres de precampaña.

Capítulo III. De las controversias sobre colocación o fijación de propaganda en periodo de precampañas

Artículo 119. Una vez instaladas las Comisiones de Propaganda de los Consejos Distritales y Municipales, los escritos de controversia deberán presentarse ante estos órganos para su atención, siendo aplicable el Libro Tercero de los presentes Lineamientos.

Los órganos desconcentrados del Instituto, distritales y municipales, deberán proponer a la Comisión de Acceso el proyecto de dictamen de todas las controversias sobre colocación o fijación de propaganda relativas a las precampañas, a más tardar el 18 de abril del año de la elección.

...

GLOSARIO

A

...

B

...

C

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

...

Controversia Electoral: Conflicto de intereses surgido entre los partidos políticos, coaliciones o candidatos registrados, propiciado en procesos electorales, por la colocación o fijación indebida de propaganda, destacando en las fases de precampañas y campañas electorales.

E

...

...

...

...

...

Escrito de controversia: Al escrito que se presenta ante los Consejos mediante el cual un partido político o coalición denuncia una irregularidad en materia de colocación o fijación de propaganda electoral cometida por otro partido político o coalición, para efectos de iniciar el procedimiento establecido en el Título Segundo del Libro Tercero de los Lineamientos en Materia de Propaganda Política y Electoral.

...

...

F

...

I

...

J

...

L

...

M

...

O

...

P

...

Q

Queja o denuncia: Medio a través del cual, cualquier persona física o moral o funcionario del Instituto, denuncia una presunta violación a la normatividad electoral, distinta a la colocación o fijación de propaganda electoral, la cual puede ser presentada ante el órgano central o desconcentrado, para su trámite mediante el procedimiento establecido en el Reglamento de Quejas y Denuncias aprobado por el Consejo General.

S

...

V

...

El Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, en su sesión ordinaria del día dos de marzo del año dos mil nueve, se sirvió expedir el siguiente:

ACUERDO N°. CG/27/2009

Manual de Monitoreo a Medios de Comunicación Impresos y Electrónicos, para el periodo de precampañas y campañas electorales 2009.

CONSIDERANDO

- I. Que la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México, en el artículo 11, párrafo primero, así como el Código Electoral del Estado de México en el artículo 78, primer párrafo, establecen que la organización, desarrollo y vigilancia de los procesos electorales para las elecciones de Gobernador, Diputados a la Legislatura del Estado y miembros de Ayuntamientos, es una función estatal que se realiza a través de un organismo público autónomo, de carácter permanente, independiente en sus decisiones y funcionamiento, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, denominado Instituto Electoral del Estado de México.
- II. Que el Código Electoral del Estado de México, en el artículo 36, señala que los partidos políticos, para el logro de los fines establecidos en la Constitución Federal y en la Constitución Particular, ajustarán sus actos a las disposiciones establecidas en el propio Código.
- III. Que el Código Electoral del Estado de México, en el artículo 52, fracciones II y XIII, establece como obligaciones de los partidos políticos las de conducir sus actividades dentro de los cauces legales y ajustar sus actos a los principios del estado democrático, respetando la libre participación política de los demás partidos y los derechos de los ciudadanos; sujetarse a las disposiciones que con apego a la ley emitan los órganos electorales en cada etapa del proceso; y respetar los reglamentos que expida el Consejo General y los lineamientos de las comisiones, siempre que éstos sean sancionados por aquél.

- IV. Que el Código Electoral del Estado de México, en el artículo 66, segundo párrafo, determina que el Consejo General realizará monitoreos cuantitativos y cualitativos y el seguimiento de notas informativas en medios de comunicación impresos y electrónicos a través de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, la cual le informará periódicamente al mismo sobre los resultados de tales monitoreos y seguimiento, que serán quincenales en tiempo de proceso electoral. Los informes referidos deberán contener una valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados, así como las recomendaciones que se estimen conducentes.
- V. Que el Código Electoral del Estado de México, en el artículo 81, fracción IV, señala que el Instituto Electoral del Estado de México tiene, entre otros fines, garantizar la celebración periódica y pacífica de las elecciones para renovar a los integrantes del Poder Legislativo y de los Ayuntamientos.
- VI. Que el artículo 85, del Código Electoral de la entidad, establece que el Consejo General del Instituto, es el órgano superior de dirección, responsable de vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales en materia electoral; así como el de velar por que los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, objetividad y profesionalismo guíen todas las actividades del Instituto Electoral del Estado de México.
- VII. Que el Código Electoral del Estado de México, en el artículo 95, fracción I, confiere al Consejo General la atribución de expedir los reglamentos interiores, así como los programas, lineamientos y demás disposiciones que sean necesarios para el buen funcionamiento del Instituto Electoral del Estado de México.
- VIII. Que el Código Electoral del Estado de México, en el artículo 144 B, señala que se entiende por actos de precampaña, a las reuniones públicas o privadas, debates, entrevistas en los medios de comunicación, visitas domiciliarias, asambleas, marchas y demás actividades que realicen los partidos políticos, dirigentes, aspirantes a candidatos, militantes, afiliados o simpatizantes con el propósito de promover u obtener una candidatura a los distintos cargos de elección popular, en los plazos establecidos en este Código.
- IX. Que el Código Electoral del Estado de México, en el artículo 144 F, precisa que las precampañas en las elecciones de diputados y miembros de ayuntamientos, podrán iniciarse a partir del dos de marzo y deberán concluir a más tardar el treinta y uno de marzo del año de la elección.
- X. Que el ordenamiento electoral ya referido, en el artículo 159, párrafos primero y segundo, indica que las campañas electorales iniciarán a partir del día siguiente al de la fecha de registro de candidaturas que apruebe el órgano electoral correspondiente para la elección respectiva y concluirán tres días antes de la jornada electoral, agregando que el día de la jornada y durante los tres días anteriores, no se permitirán reuniones o actos públicos de campaña, propaganda o de proselitismo electorales.
- XI. Que el Código Electoral del Estado de México, en el artículo 162, párrafos primero y segundo, determina que el Instituto realizará monitoreos de medios de comunicación electrónicos e impresos, públicos y privados, durante el periodo de precampaña y campaña electoral, o antes si así lo solicita un partido político; que los monitoreos tendrán como fin garantizar la equidad en la difusión de los actos proselitistas de los partidos, coaliciones y candidatos, que el monitoreo de medios servirá para apoyar la fiscalización de los partidos políticos y para prevenir que se rebasen los topes de campaña, que el Instituto podrá auxiliarse de empresas externas para realizar dicho monitoreo. Asimismo dispone que el Instituto realizará monitoreos de la propaganda de los partidos políticos colocada en bardas, anuncios espectaculares, postes, unidades de servicio público, y todo tipo de equipamiento utilizado para difundir mensajes.
- XII. Que el Reglamento para el Funcionamiento de las Comisiones del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, en el artículo 1.49 fracción III, otorga a la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, la atribución de elaborar, actualizar, vigilar y dar cumplimiento a los lineamientos, normatividades y demás ordenamientos de la propia Comisión.
- XIII. Que el Consejo General, en sesión extraordinaria celebrada el día veintitrés de diciembre del año dos mil ocho, aprobó mediante Acuerdo número CG/69/2008 (CG/sesenta y nueve/dos mil ocho), los Lineamientos de Monitoreo a Medios de Comunicación Impresos, Electrónicos y Alternos para el periodo de Precampañas y Campañas Electorales, del Instituto Electoral del Estado de México mismos que en el artículo 4 señalan, que son de orden público, que rigen los diversos monitoreos que realizará el Consejo General; y que los medios de comunicación susceptibles de ser monitoreados, son: a) Radio; b) Televisión; c) Medios Impresos; d) Internet; e) Cine; entre otros.
- XIV. Que el Consejo General en sesión extraordinaria celebrada el día veintitrés de febrero del año dos mil nueve, expidió el Acuerdo número CG/21/2009 (CG/veintiuno/dos mil nueve), por el que, entre otros aspectos, autorizó la

contratación de empresas externas auxiliares de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión para la realización de monitoreos a Medios de Comunicación Impresos y Electrónicos, durante el Periodo de Precampañas.

- XV. Que la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, en su Segunda Sesión Extraordinaria celebrada el día veintisiete de febrero del año en curso, aprobó mediante Acuerdo número 4 (cuatro), el "*Proyecto del Manual de Monitoreo a Medios de Comunicación Impresos y Electrónicos, para el periodo de precampañas y campañas electorales 2009*", así como sus anexos A y B, ordenando su remisión al Consejo General para su discusión, y en su caso, aprobación definitiva.
- XVI. Que este Consejo General, al realizar el estudio y análisis del Proyecto del Manual de Monitoreo a Medios de Comunicación Impresos y Electrónicos, para el periodo de precampañas y campañas electorales 2009, considera que el mismo se ajusta al marco legal aplicable, toda vez que regula lo relativo a su Objeto, Definiciones y Fines; contempla las atribuciones de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión del Instituto Electoral del Estado de México, establecen aspectos generales de los monitoreos cuantitativo y cualitativo así como las bases para verificar que los medios masivos de comunicación impresos y electrónicos otorguen un trato equitativo en la difusión de las campañas electorales de las coaliciones o partidos; por lo que constituye una herramienta valiosa para realizar el análisis del contenido de la información y la cuantificación de impactos e inserciones tanto en radio, televisión, medios impresos, Internet y cine, fortaleciendo con ello el cumplimiento de las obligaciones legales que en la materia este Instituto tiene, por lo que es procedente su aprobación definitiva.

En razón de lo anterior, se expide el siguiente:

ACUERDO

- ÚNICO.-** El Consejo General aprueba el *Manual de Monitoreo a Medios de Comunicación Impresos y Electrónicos, para el periodo de precampañas y campañas electorales 2009* y sus anexos, adjuntos al presente Acuerdo como parte del mismo.

TRANSITORIOS

- PRIMERO.-** Publíquese el presente Acuerdo y sus anexo en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado Libre y Soberano de México, "Gaceta del Gobierno".

- SEGUNDO.-** El Manual aprobado entrará en vigor a partir de su aprobación por el Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México.

Toluca, México, a dos de marzo de dos mil nueve.

"TÚ HACES LA MEJOR ELECCIÓN"
A T E N T A M E N T E
CONSEJERO PRESIDENTE DEL CONSEJO GENERAL

LIC. NORBERTO HERNÁNDEZ BAUTISTA
(RUBRICA).

SECRETARIO DEL CONSEJO GENERAL

ING. FRANCISCO JAVIER LÓPEZ CORRAL
(RUBRICA).



MANUAL PARA EL MONITOREO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESOS Y ELECTRÓNICOS PARA EL PERIODO DE PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS ELECTORALES LOCALES 2009

Presentación

El Instituto Electoral del Estado de México, a través de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión tiene como atribución vigilar el cumplimiento de lo dispuesto en el Código Electoral del Estado de México y coadyuvar con la fiscalización de los gastos de precampaña y campaña electoral de los partidos políticos y/o coaliciones. Para tal efecto, la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión debe realizar monitoreos de medios de comunicación electrónicos e impresos, los cuales tienen como propósito básico garantizar la equidad en los actos proselitistas de los partidos políticos, coaliciones, precandidatos y candidatos, con el fin de medir sus gastos de inversión en medios de comunicación para prevenir que se rebasen los topes de gastos de precampaña y campaña electoral.

Los anexos técnicos de Monitoreo a Medios Electrónicos e Impresos establecen de manera puntual las variables y los criterios de evaluación, tanto cuantitativa como cualitativamente, mismos que deberán ser aplicados por las áreas responsables o la empresa que se contrate para realizar el monitoreo de las precampañas y campañas electorales de partidos políticos, coaliciones, precandidatos y candidatos durante el proceso electoral 2009.

Fundamento legal

El Artículo 66, párrafo segundo del ordenamiento legal en cita, establece que "...el Consejo General realizará monitoreos cuantitativos y cualitativos, y el seguimiento de notas informativas en medios de comunicación impresos y electrónicos a través de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, la cual le informará periódicamente sobre los resultados de tales monitoreos y seguimiento, que serán quincenales en tiempo de proceso electoral, y deberán contener una valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados, así como las recomendaciones que se estimen conducentes". El Consejo General publicará los resultados de esta actividad en los principales diarios con circulación en el Estado.

Por otro lado, el Artículo 95 del Código en referencia establece como atribuciones del Consejo General en sus fracciones X y XVIII, "vigilar que las actividades de los partidos políticos se desarrollen con apego a este Código y cumplan con las obligaciones a que están sujetos"; "supervisar el cumplimiento de las normas aplicables a los partidos políticos y sus prerrogativas."

El Artículo 162 del mismo ordenamiento legal indica, que "El Instituto realizará monitoreos de medios de comunicación electrónicos e impresos, públicos y privados, durante el periodo de precampaña y campaña electoral o antes si así lo solicita un partido político. Los monitoreos tendrán como fin garantizar la equidad en la difusión de los actos proselitistas de los partidos, coaliciones, precandidatos y candidatos. El monitoreo de medios servirá para apoyar la fiscalización de de los partidos políticos y para prevenir que se rebasen los topes de gastos de campañas."

El Instituto podrá auxiliarse de empresas externas para realizar dicho monitoreo.

Objetivo

Garantizar la equidad y la valoración de la información (positiva, que el mensaje tenga un contenido favorable; negativa, se caracteriza por la afectación a los derechos de los precandidatos, candidatos, dirigentes políticos, militantes, simpatizantes, afiliados y partidos políticos; finalmente la neutra, será aquella que se identifique por su imparcialidad en su contenido) de toda propaganda que se de a conocer a través de medios de comunicación impresos, cine e Internet, en la difusión de los actos proselitistas de los precandidatos y candidatos, dirigentes políticos, militantes, simpatizantes, afiliados y partidos políticos, en periodo de precampañas y campañas electorales 2009; con el fin de vigilar su difusión en medios de comunicación y apoyar la fiscalización previniendo que se rebasen los topes de gastos de precampañas y campañas electorales.

Actividades previas de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión

1. Actualizar el Manual de Procedimientos que incluirá las variables y los formatos a utilizar en radio, televisión, prensa e Internet.
2. Previo a la ejecución del Monitoreo, la Secretaría Técnica deberá realizar un cronograma de actividades en el que consten los tiempos que se deberán otorgar a cada actividad.
4. Elaborar un directorio con las propuestas de empresas susceptibles a contratar para realizar el monitoreo mismo que se pondrá a disposición de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión

5. La Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión concertará y realizará visitas a las instalaciones de las empresas seleccionadas, para verificar que cuenten con la infraestructura necesaria y suficiente para realizar el monitoreo.
6. El Comité de Adquisiciones, Enajenaciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios del Instituto, llevará a cabo el procedimiento para la contratación de la empresa, seleccionando la propuesta técnica más viable a las necesidades del Instituto.
7. Se definirán los costos unitarios, de acuerdo a las tarifas publicadas de MasMedia, Viacsa, así como lo que aporte la empresa a contratar.

Criterios generales a observar en la contratación de la empresa que realizará el monitoreo

La Comisión propondrá al Comité de Adquisiciones, Enajenaciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios, contratar los servicios de una empresa, altamente calificada, para realizar el monitoreo de medios electrónicos e impresos para el proceso electoral 2009 en el Estado de México; bajo los siguientes criterios:

1. Deberán monitorearse los siguientes medios de comunicación:

- a) Radio;
- b) Televisión;
- c) Impresos, diarios, revistas, semanarios, publicaciones mensuales de mayor circulación en el Estado de México; e
- d) Internet; y
- e) Cine.

La empresa deberá:

2. Contar con experiencia en actividades de monitoreo en procesos electorales en el ámbito Estatal o Federal.
3. Tener tres años, al menos, de haber sido constituida legalmente.
4. Acreditar una trayectoria profesional reconocida en el monitoreo a medios de comunicación electrónicos e impresos.
5. Contar con personal suficiente, calificado y con experiencia para el manejo y procesamiento de la información generada en el monitoreo.
6. Aceptar supervisión directa y continua, por parte del personal del Instituto Electoral del Estado de México, así como de los integrantes de la Comisión de Acceso a Medios de la actividad que desarrolla su personal, conociendo con exactitud cuáles y cuántos medios se están monitoreando.
7. Contar con equipamiento y sistemas automatizados propios para el procesamiento y almacenamiento de la información generada a partir del monitoreo de la programación de las estaciones de radio, televisión, internet y las inserciones de prensa.
8. El producto que entregue la empresa al Instituto Electoral del Estado de México deberá ser digitalizado.
9. Contar con capacidad técnica suficiente para el monitoreo de todos los medios (electrónicos, impresos) que el Instituto Electoral del Estado de México a través de la Comisión de Acceso a Medios determine o le solicite.
10. Tener la capacidad de generar una página Web exclusiva para el Instituto, donde se almacenen los informes quincenales, extraordinarios y finales, así como el pautado de transmisión correspondiente por medio, por actor y por partido político, y pueda ser consultada en todo momento, con el control de acceso, seguridad y confidencialidad establecidos previamente entre la empresa y la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión.
11. Contar con la capacidad técnica para operar en instalaciones alternas en puntos estratégicos para la cobertura total en el Estado de México.
12. Ajustarse a los lineamientos y manual de monitoreo, al catálogo de medios aprobados por el Instituto Federal Electoral, así como los que esta Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión determine.
13. Proporcionar informes quincenales, extraordinarios y finales cuantitativos y cualitativos que se desprendan de los monitoreos, acompañados de gráficas y cuadros comparativos que garanticen la fácil comprensión de la información reportada, almacenados en medio magnético, con informes ejecutivos, pautados y los testigos digitales correspondientes y el número de copias e impresiones que determine la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión.
14. Contar con un respaldo de la información producto del monitoreo en todo momento y mantener los testigos hasta que lo determine la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión.
15. La empresa deberá tener en cuenta, en su oferta de propuesta técnica el catálogo de los medios a monitorear, con base en los siguientes elementos:
 - a) Catálogo de los medios electrónicos aprobados por el IFE
 - b) Tiraje y cobertura de medios impresos.
 - c) Relación de los sitios más visitados de Internet.
 - d) Los medios que determine la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión.

16. Deberán comparecer las empresas ante la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, para exponer su capacidad técnica.

17. La Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión se allegará de información acerca de distintas empresas especializadas en el ramo, a efecto de que sus integrantes y personal del Instituto Electoral del Estado de México verifiquen sus capacidades y realicen las visitas que consideren necesarias.

18. La empresa que sea contratada por el Instituto Electoral del Estado de México deberá obligarse a 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 ésta conducta cause.

19. La empresa que sea contratada deberá aceptar que la información, los datos y los resultados de su actuación son propiedad del Instituto Electoral del Estado de México.

I. Recopilación y seguimiento de la información

La empresa o las instancias del IEEM que realicen el monitoreo tanto cuantitativos como cualitativos en medios de comunicación electrónicos e impresos, deberán registrar, capturar y reportar, cuando menos, las variables expuestas en los anexos que se acompañan al presente Manual. En caso de que tenga alguna modificación o adecuación se dará a conocer con toda oportunidad.

La empresa que se contrate deberá crear una página Web exclusivamente para el uso de las personas designadas y/o autorizadas por el Instituto, con el control de acceso, seguridad y confidencialidad establecidos previamente entre la empresa y la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión.

Derivado de lo anterior, la empresa entregará con toda oportunidad a la Presidencia de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión las claves de acceso a la página y ésta a su vez las distribuirá a los partidos políticos, a los Consejeros Electorales integrantes de la referida Comisión y a su Secretario Técnico.

En la página Web se deberá crear un sistema que permita el almacenamiento (archivo histórico) de toda la información generada durante el monitoreo, deberán observarse tanto los informes ejecutivos parciales y finales así como el pautado de transmisión correspondiente por medio, por actor, por partido político y por coalición.

El sistema, tanto para el monitoreo cuantitativo como cualitativo, deberá presentar gráficas en línea conforme a la información que se vaya generando, además de que deberá permitir la impresión de todo su contenido en general.

La empresa deberá contar con un respaldo de la información producto del monitoreo en todo momento y mantener los testigos hasta la conclusión del Proceso Electoral respectivo:

La empresa deberá incorporar a su oferta de propuesta técnica el catálogo de los medios a monitorear con base en los siguientes elementos:

- a) Catálogo de medios aprobado por el IFE
- b) Los medios que determine la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión.
- c) Número de tiraje de impresos

Para llevar a cabo el seguimiento de las precampañas y campañas electorales, se monitorearán los medios seleccionados durante la barra programática en un horario comprendido de las 06:00 A.M. a las 24:00 horas, los siete días de la semana en los siguientes ámbitos, según corresponda:

- a) Institucionales;
- b) Precampaña y Campaña electoral de los precandidatos y candidatos a miembros de Ayuntamientos;
- c) Precampaña y Campaña electoral de los precandidatos y candidatos a Diputados;

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, siempre y cuando éstos aparezcan en el encabezado y en el cuerpo de la misma.

La información de carácter nacional de los partidos políticos, será susceptible de monitoreo cuando se refiera a propaganda de precampaña y campaña electoral de los partidos políticos acreditados ante el Instituto, así como de precandidatos y candidatos que contiendan en el respectivo Proceso Electoral del Estado.

2. Monitoreo cuantitativo

Se deberá 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, cine, televisión y las expresiones que durante la precampaña y campaña electoral producen y difunden los partidos políticos, coaliciones, precandidatos, candidatos, dirigentes, militantes y simpatizantes, de acuerdo a lo siguiente:

- I. La propaganda gratuita o pagada que los partidos políticos, coaliciones, así como sus precandidatos, candidatos, dirigentes, militantes y simpatizantes, difundan en los medios de comunicación.
- II. La información vertida por los partidos políticos, coaliciones, así como sus precandidatos, candidatos, dirigentes, funcionarios, militantes y simpatizantes partidistas que emitan declaraciones en tal carácter.

- III. Las noticias generadas por funcionarios públicos municipales, estatales o federales únicamente cuando el actor directo emita una declaración en el ámbito estatal y sobre un tema de interés partidista estatal.
- IV. 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, así como análisis y ensayo).
- V. Fotografías y caricaturas que hagan referencia directa a los partidos políticos, coaliciones y sus precandidatos y candidatos. Publicidad virtual en internet, cine y televisión de los partidos políticos, coaliciones y sus precandidatos y candidatos.

3. Monitoreo Cualitativo

En el caso del monitoreo cualitativo el Sistema de la información deberá contar con una síntesis informativa electrónica junto con el testigo digital.

En el monitoreo se atenderá la información que haga referencia explícita a los precandidatos, candidatos de los partidos políticos y coaliciones, lo que incluye: información sobre acontecimientos y declaraciones de dirigentes partidistas cuando éstos se refieran a temas de precampaña y campaña electoral, o cuando el emisor sea el propio partido, coalición, sus precandidatos o sus candidatos, aún en el caso de que se consideren otros temas.

En el monitoreo la empresa o las instancias del Instituto, seleccionarán la información que se difunda en las precampañas y campañas electorales de cada uno de los partidos políticos o coaliciones, en medios electrónicos y en prensa, realizando un análisis de contenido y clasificándola como: a favor, en contra o imparcial de acuerdo a las siguientes definiciones:

A favor: Cuando presente adjetivos que favorezcan a los partidos políticos, coaliciones, precandidatos y candidatos, o se emitan juicios de valor a favor de los mismos; o cuando se resalten actos por medio de adjetivos positivos.

En contra: Cuando presente adjetivos que perjudiquen a los partidos políticos, coaliciones, precandidatos y candidatos, o se emitan juicios de valor negativos a éstos; o que se resalten actos por medio de adjetivos negativos.

Neutra: Cuando sólo se presente la información de los hechos, sin mostrar valoración alguna, es decir, evitando adjetivos y mostrando los hechos con objetividad.

En el monitoreo cualitativo también será necesario considerar los siguientes elementos en el tratamiento informativo que den los medios respecto de las precampañas y campañas electorales:

Objetividad: Considerando como el apego fiel a los hechos y evitar la subjetividad en las notas informativas.

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 y campañas electorales, tomando en cuenta el contenido y alcance de la nota informativa, 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 espacios noticiosos se difunden las actividades de las precampañas 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 para garantizar la calidad de audio y de imagen, así como la claridad, fluidez y coherencia en los mensajes.

Tiempo de transmisión y espacio publicado: El tiempo y espacio que se destine a la información sobre las precampañas y campañas electorales de los precandidatos, candidatos, de los partidos políticos o coaliciones dentro del noticiero o medio impreso.

4. Informes parciales

La empresa a contratar o las instancias del IEEM deberán entregar informes quincenales y finales tanto de manera impresa como en medio magnético, de la propaganda que se observe en medios de comunicación impresos y electrónicos durante el periodo de precampañas y campañas electorales, con los testigos digitales correspondientes.

A solicitud expresa de los integrantes de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, así como del Órgano Técnico de Fiscalización, requerirán a la empresa por escrito informes extraordinarios del monitoreo, debiendo entregarlos, a más tardar 48 horas después de haber recibido la solicitud.

5. Monitoreo alterno

Durante el periodo de campañas, el Instituto de manera paralela realizará un Monitoreo alterno y muestral a las actividades de la empresa, con el propósito de observar la correcta aplicación de los lineamientos. Esta actividad la llevará a cabo la Unidad de Comunicación Social con un grupo de trabajo, con el apoyo de la Unidad de Informática y Estadística, así como personal de apoyo que para tal fin determine la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión.

Para tal efecto, la Secretaría Técnica de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión deberá proponer a ésta, un anexo técnico, que contendrá los elementos necesarios para realizarlo.

6. Presentación de resultados

Apoyada en la empresa a contratar, la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión informará periódicamente al Consejo General sobre los informes quincenales, extraordinarios y los resultados de los monitoreos, mismos que contendrán una valoración de la actuación de los medios de comunicación monitoreados así como las recomendaciones que se estimen conducentes, hará una valoración a través de la cual se emitirá una recomendación conforme a lo que la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión estime conducente. De acuerdo al Artículo 66 del Código Electoral el Instituto publicará en los principales diarios de circulación en el Estado, los resultados de dicha valoración y recomendaciones.

La empresa a contratar o las instancias del IEM presentarán los reportes parciales y los resultados finales por tipo de medio de comunicación, por precandidato y candidatos, por coalición y partidos políticos que estarán acompañados de gráficas y cuadros comparativos que garanticen la fácil comprensión de la información reportada.

Los reportes parciales y finales deberán entregarse en forma impresa y contenidos en formato de disco compacto (CD), conteniendo informes ejecutivos, pautados y los testigos correspondientes, con el número de copias que previamente solicite la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión.

Una vez presentados los resultados del monitoreo, el Consejo General del Instituto los publicará en los principales diarios con circulación en el Estado.

ANEXO "A"

Variables mínimas que deberán ser consideradas en los informes del monitoreo cuantitativo

I. Medios Electrónicos

Con base en lo establecido por el Código Electoral del Estado de México en los Artículos 66 y 162, el Instituto realizará monitoreos a medios de comunicación electrónicos e impresos, para verificar la propaganda electoral de los partidos políticos, coaliciones, sus precandidatos y candidatos a los diferentes cargos de elección popular para cuantificar e identificar los impactos propagandísticos o patrocinios en radio, televisión, Internet y cine.

A) Radio

1. **Número Consecutivo.**- Se otorgará un número consecutivo a cada promocional de acuerdo con el orden cronológico de aparición;
2. **Fecha de transmisión.**- En formato día, mes y año; (dd/mm/aa)
3. **Hora de transmisión.**- Inicio del promocional en el formato de horas, minutos y segundos; (00:00:00)
4. **Tipo de promocional transmitido.**- Tipo de promocional transmitido; (independientemente de que la transmisión se realice a través de estaciones de origen o repetidoras)
 - Spot;
 - Entrevista;
 - Programa donde se mencione un partido o coalición o a sus precandidatos y candidatos.
5. **Grupo Radiofónico** .- Grupo radiofónico al que pertenece la estación;
6. **Nombre de la Estación.**- Nombre de la estación donde se presentó el promocional, deberá señalar además las siglas de identificación de la estación y banda;
7. **Frecuencia y Banda.**- Frecuencia y banda donde se transmite el mensaje;
8. **Municipio donde se transmitió el mensaje;**
9. **Municipio donde se recibe la nota;**
10. **Cobertura.**- Cobertura de la estación, especificando si es nacional, estatal, local y de otros estados que por su cobertura influyen al electorado estatal;
11. **Identificación.**- Identificación de la versión transmitida, mediante el nombre con el cual la empresa denomina el promocional;
12. **Duración.**-Tiempo de duración del promocional transmitido, en formato de minutos y segundos; (00:00)
13. **Nombre del Programa.**- Nombre del programa o de los programas entre los que se transmitió el promocional;
14. **Ubicación dentro del programa**
 - Inicio;
 - Desarrollo;
 - Final.

15. **Nombre del partido político, coalición, precandidato o candidato;**
16. **Tipo de campaña electoral.**- Indicar si es Institucional cuando sólo se promoció el partido político, la coalición, o en su caso, los precandidatos y candidatos a diputados o miembros de ayuntamientos;
17. **Adjetivación.**- Calificación de la nota.
 - a) A favor.
 - b) En contra.
 - c) Neutro
18. **Además de las variables que la empresa proponga.**

B) Televisión

1. **Número consecutivo.**- Se otorgará un número consecutivo a cada promocional de acuerdo con el orden cronológico de aparición;
2. **Fecha de transmisión.**- En formato día, mes y año; (dd/mm/aa)
3. **Hora de transmisión.**- Inicio del promocional en el formato de horas, minutos y segundos;(00:00:00)
4. **Tipo de promocional transmitido.**- Tipo de promocional transmitido; (independientemente de que la transmisión se realice a través de estaciones de origen o repetidoras)
 - Spot;
 - Entrevista;
 - Programa donde se mencione un partido o coalición o a sus precandidatos y candidatos.
 - Cintillo: Superposición con audio ó sin audio;
 - Publicidad virtual;
 - Publicidad fija de vallas en estadios;
 - Exposición del emblema del partido político en estudio.
5. **Grupo.**- Grupo al que pertenece el canal;
6. **Nombre del canal.**- Nombre, número y siglas del canal donde se presentó el promocional;
7. **Municipio donde se transmitió el monitoreo;**
8. **Cobertura de transmisión.**- Cobertura de transmisión nacional, local, megaplaza (en un grupo de Estados) y restringida; (Cable Net, sistemas: Sky y Directv)
9. **Identificación de la versión transmitida.**- Identificación de la versión transmitida, mediante el nombre con el cual la empresa denomina el promocional;
10. **Duración.**-Tiempo de duración del promocional transmitido, en formato de minutos y segundos; (00:00)
11. **Nombre del Programa.**- Nombre del programa o de los programas entre los que se transmitió el promocional;
12. **Ubicación dentro del programa**
 - Inicio;
 - Desarrollo;
 - Final
13. **Nombre del partido político, coalición, precandidato o candidato;**
14. **Tipo de campaña electoral.**- Indicar si es Institucional cuando sólo se promoció el partido político; o en su caso, de diputados o miembros de ayuntamientos cuando se promoció a los precandidatos y candidatos;
15. **Adjetivación.**- Calificación de la nota;
 - a) A favor;
 - b) En contra;
 - c) Neutro
16. **Además de las variables que la empresa proponga.**

C) 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 periodo de precampañas 2009 que comercializan sus espacios en internet y en aquellos otros sitios que sean solicitados por los integrantes de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión.

1. **Número consecutivo.**- Se otorgará un número consecutivo a cada banner, de acuerdo con el orden cronológico de aparición;
2. **Fecha de transmisión.**- En formato día, mes y año; (dd/mm/aa)
3. **Clasificación.**- Anuncio o banner, ventana pop (ventana emergente que sale al cargarse la página), precisar la ventana en la que se ubica; cual es el lugar que ocupa dentro de dicha página, su tamaño, así como si es animado o no; en su caso si es exclusiva del partido político;
4. **Dirección electrónica.**- Dirección electrónica de la página donde se ubica el promocional;
5. **Identificación de la versión transmitida.**- Identificación de la versión transmitida, mediante el nombre con el cual la empresa denomina el promocional;
6. **Nombre del partido político, coalición, precandidato o candidato.**- El nombre del partido político, coalición, precandidato o candidato que se promoció;
7. **Tipo de precampaña y campaña electoral.**- Indicar si es Institucional cuando sólo se promoció el partido político, coalición, precandidato o candidato, o en su caso, de diputados o miembros de los ayuntamientos cuando se promoció a los candidatos;
8. **Costo unitario.**- De acuerdo a las tarifas publicadas de MasMedia, Viacsa, así como lo que aporte la empresa a contratar.
9. **Costo total.**- Inversión total estimada de los promocionales, colocada al final de cada tipo de pauta; (quincenal, extraordinario y final)
10. **Adjetivación.**- Calificación de la nota:
 - a) A favor;
 - b) En contra;
 - c) Neutro
11. **Además de las variables que la empresa proponga.**

D) Cine

El cine es un medio masivo de comunicación electrónica que permite la fácil penetración de mensajes en el público gracias a la aceptación dentro de la sociedad. En elecciones recientes ha sido utilizado como un medio eficaz para la difusión de propaganda política, por esta razón se hace necesario el monitoreo en cine.

1. **Número consecutivo.**- Se otorgará un número consecutivo;
2. **Nombre de la exhibidora;** (Cinepolis, Cinemex, MMCinemas, Cinemas Lumière, Cinemark D.F, zona conurbada)
 - a) Siglas;
 - b) Fecha y hora de transmisión.
3. **Cobertura**
 - a) Local;
 - b) Estatal;
 - c) Conurbado.
4. **Nombre del partido político, coalición, precandidato o candidato.**- El nombre del partido político, coalición, precandidato o candidato que se promoció;
- 5.- **Tipo de precampaña y campaña electoral.**- Indicar si es Institucional cuando sólo se promoció el partido político, coalición, precandidato o candidato, o en su caso, de diputados o miembros de los ayuntamientos cuando se promoció a los precandidatos y candidatos;
6. **Nombre del complejo o plaza en la que se transmitió**
 - a) Número de sala;
 - b) Película durante la que se transmitió el mensaje
7. **Municipio o Distrito;**
8. **Tiempo (duración)**
9. **Costo unitario.**- De acuerdo a las tarifas máximas y mínimas que previamente de a conocer la empresa a contratar a través de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión.
10. **Costo total.**- Inversión total estimada de los promocionales, colocada al final de cada tipo de pauta (quincenal, extraordinario y final);

11. **Adjetivación.-** Calificación de la nota.
 - a) A favor.
 - b) En contra.
 - c) Neutro
12. **Además de las variables que la empresa proponga.**

2. Medios Impresos

El monitoreo cuantitativo a medios de comunicación impresos, tiene como fin verificar la propaganda electoral de los partidos políticos, coaliciones, sus precandidatos y candidatos a los diferentes cargos de elección popular para cuantificar e identificar los impactos propagandísticos o patrocinios en las inserciones pagadas en medios impresos, su fundamento legal se encuentra establecido en los Artículos 66 y 162 del Código Electoral de Estado de México.

1. **Número consecutivo.-** se otorgara un número de acuerdo al orden de aparición;
2. **Fecha.-** En que se publicó la nota, formato dd/mm/aa;
3. **Municipio.-** Municipio donde se generó la información; partido político, coalición, sus precandidatos y candidatos a que hace referencia el medio;
4. **Grupo editorial.-** Al que pertenece la publicación;
5. **Medio.-** Donde se publicó la nota;
6. **Clasificación:**
 - a) Nacional
 - b) Regional
 - c) Local
7. **Partido político, coalición, precandidato o candidato;**
8. **Tipo de precampaña y campaña electoral.-** Indicar si es Institucional cuando sólo se promoció el partido político, coalición, precandidato o candidato, o en su caso, de diputados o miembros de los ayuntamientos cuando se promoció a los precandidatos y candidatos;
9. **Nota periodística.-** Nota, cintillo, foto, columna, etc;
10. **Ubicación.-** Ubicación en el medio especificando la sección:
 - a) Primera plana
 - b) Página par o impar
 - c) Interiores
 - d) Contraportada
11. **Tamaño.-** Una plana, media plana, robaplana, un cuarto, cintillo, etc;
12. **Equidad.-** Elementos del tratamiento informativo
 - a) Objetividad
 - b) Equidad
 - c) Calidad uniforme en el manejo de la información
13. **Costo unitario.-** De acuerdo a las tarifas publicadas de MasMedia, Viacsa, así como lo que aporte la empresa a contratar.
14. **Costo total.-** Inversión total estimada de los promocionales, colocada al final de cada tipo de pauta (quincenal, extraordinario y final).
15. **Adjetivación.-** Calificación de la nota.
 - a) A favor.
 - b) En contra.
 - c) Neutro
16. **Resumen.-** Resumen de la nota.
17. **Además de las variables que la empresa proponga.**

ANEXO "B"
VARIABLES MÍNIMAS QUE SE DEBERÁN CONSIDERAR EN LOS INFORMES DEL MONITOREO CUALITATIVO

El monitoreo cualitativo a medios de comunicación electrónicos, se encuentra justificado en los Artículos 66 y 162 del Código Electoral del Estado de México, cuyo fin consistirá en analizar el tratamiento de la información generada en los medios de comunicación electrónicos, que arrojen los resultados.

I. Medios Electrónicos
a) Radio

<ol style="list-style-type: none"> 1.- Número Consecutivo. 2.- Nombre de la estación. <ol style="list-style-type: none"> a) Frecuencia b) Banda c) Siglas; y d) Fecha y hora de transmisión 3.- Nombre del noticiario, servicio informativo o programa en que se transmitió. 4.- Municipio donde se emitió y se recibió la información; partido político, coalición, precandidato o candidato al que hace referencia el medio. 5.- Notas periodísticas. 6. Tiempo destinado al mensaje o promoción destinado. 7. Ubicación en el monitoreo o programa. <ol style="list-style-type: none"> a) Entrada del programa b) Desarrollo o cuerpo del programa c) Resumen final 8. Adjetivación. <ol style="list-style-type: none"> a) A favor b) En contra c) Neutro 9. Elementos del medio informativo. <ol style="list-style-type: none"> a) Objetividad b) Equidad c) Calidad uniforme en el manejo de la información d) Tiempo de transmisión y espacio publicado 10. Nota compartida de dos o más Partidos políticos o coaliciones. 11. Resumen de la nota estimada de los promocionales, colocada al final de cada tipo de pauta (quincenal, extraordinario y final). 	<p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cita y voz: Presentación de la noticia por el conductor, con reportero y con la voz del precandidato, candidato, del partido político o coalición. ▪ Cita y audio: Presentación de la noticia por el conductor, con reportero, pero sin la voz del precandidato, candidato del partido político o coalición. ▪ Sólo voz: Entrevistas en vivo o llamadas telefónicas de los precandidatos, candidatos del partido político o coalición. ▪ Sólo cita: Únicamente lectura de la información por parte del conductor, sin ningún tipo de apoyo.
--	---

b) Spot Radio

<ol style="list-style-type: none"> 1.- Número consecutivo. 2.- Nombre de la estación. <ol style="list-style-type: none"> a) Frecuencia; b) Banda; c) Siglas; y d) Fecha y hora de transmisión 3.- Nombre del programa durante el que se transmitió el spot. 4.- Lugar donde se emitió y se recibió la información del partido político, coalición, precandidato o candidato al que hace referencia el medio. 	<p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentador del mensaje • Presentación directa en voz del propio precandidato, candidato y/o partido político • Presentación del mensaje con música • Voz de ciudadanos opinando sobre el precandidato, candidato y/o partido
---	--

<p>5.- Formato de spot.</p> <p>a) Mediante presentador</p> <p>b) Mensaje Personal del precandidato, candidato y/o Partido Político</p> <p>c) Jingle</p> <p>d) Con opinión ciudadana</p> <p>6.- Duración del spot.</p> <p>7.- Tipo de mensaje.</p> <p>a) Informativo</p> <p>b) Propositivo</p> <p>c) Crítico</p> <p>8.- Adjetivación.</p> <p>a) A favor</p> <p>b) En contra</p> <p>c) Neutro</p>	
---	--

c) Televisión

<ol style="list-style-type: none"> 1) Número consecutivo. 2) Nombre de la televisora. <ol style="list-style-type: none"> a) Nombre del canal b) Siglas c) Fecha y hora de transmisión 3) Cobertura. <ol style="list-style-type: none"> a) Local b) Nacional c) Megaplaza d) Restringida 4) Nombre del noticiero, servicio informativo o programa en que se transmitió. 5) Lugar donde se emitió y se recibió la información del partido político, coalición precandidato o candidato al que hace referencia el medio. 6) Notas periodísticas. 7) Tiempo destinado al mensaje o promocional monitoreado. 8) Ubicación en el noticiero o en el programa. <ol style="list-style-type: none"> a) Entrada del programa b) Desarrollo o cuerpo del programa c) Resumen final 9) Tipo de emisión por bloqueo. 10) Adjetivación de la nota. <ol style="list-style-type: none"> a) A favor b) En contra c) Neutro 11) Elementos del tratamiento informativo. <ol style="list-style-type: none"> a) Objetividad b) Equidad c) Calidad uniforme en el manejo de la información d) Tiempo de transmisión y espacio publicado 12) Resumen de la nota. 13) Nota compartida de dos o más Partidos políticos o coaliciones. 	<p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Imagen de transmisión directa: Presentación del conductor o reportero, con la imagen y el audio del precandidato, candidato, partido político o coalición de que se trate. En este aspecto se incluirán las entrevistas realizadas en directo. ▪ Imagen grabada en el momento del suceso: presentación del conductor, con cobertura de reportero y con la imagen del precandidato, candidato, partido político o coalición, pero sin el audio directo. ▪ Imagen de archivo: Reporte de las notas por el conductor, con imagen de apoyo de archivo. ▪ Sólo cita: Lectura de las notas del precandidato, candidato, partido o político o coalición, por parte del conductor sin ningún tipo de apoyo técnico.
--	---

d) Spot Televisión

<ol style="list-style-type: none"> 1.- Número consecutivo. 2.- Nombre del canal. <ol style="list-style-type: none"> a) Siglas; b) Fecha y hora de transmisión; 3.- Sistema. <ol style="list-style-type: none"> a) Abierto b) Cable c) Satelital 4.- Nombre del programa. 5.- Lugar donde se emitió y se recibió la información del partido político, coalición, precandidato o candidato al que hace referencia el medio. 6.- Formato de spot. <ol style="list-style-type: none"> a) Mediante presentador b) Voz Off c) Presentación del mensaje por el precandidato, candidato o partido político d) Animación e) Opinión ciudadana 7.- Duración del spot. 8.- Tipo de mensaje. <ol style="list-style-type: none"> a) Informativo b) Propositivo c) Crítico 9.- Adjetivación. <ol style="list-style-type: none"> a) A favor b) En contra c) Neutro 	<p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentador del mensaje • Presentación directa en voz del propio precandidato, candidato, partido político o coalición • Presentación del mensaje con música • Ciudadanos opinando sobre el precandidato, candidato, partido político o coalición • Manejo de imagen del partido político, coalición precandidato o candidato • Voz de ciudadanos opinando sobre el precandidato, candidato, partido político o coalición
---	--

e) Internet (de manera referencial)

<ol style="list-style-type: none"> 1) Número consecutivo. 2) Nombre y dirección electrónica de la página en la que se ubica la inserción. 3) Tipo de inserción publicada <ol style="list-style-type: none"> a) Banner b) Pop ups c) Cintillo d) Nota 4) Se deberá registrar: <ol style="list-style-type: none"> a) Identificación de la versión publicada b) Fecha de publicación c) Ubicación de la inserción en la página (dirección electrónica) 5) Resumen de la nota. 6) Partido político, coalición y/o precandidato, candidato que se promoció. 7) Adjetivación. <ol style="list-style-type: none"> a) A favor b) En contra c) Neutro 	<p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Anuncio del precandidato y candidato. ▪ Imagen del logotipo del partido político o coalición.
--	---

f) Cine

<ol style="list-style-type: none"> 1.- Número consecutivo. 2.- Nombre de la exhibidora (Cinapolis, Cinemex, Mmcinemas, Cinemas Lumière, Cinemark D.F., conurbado). <ol style="list-style-type: none"> a) Siglas b) Fecha y hora de transmisión 3.- Cobertura. <ol style="list-style-type: none"> a) Local b) Estatal c) Conurbado 4.- Nombre del complejo o plaza en la que se transmitió. <ol style="list-style-type: none"> a) No. de sala b) Película durante la que se transmitió el mensaje 5.- Municipio o Distrito. 6.- Tiempo (duración). 7.- Adjetivación. <ol style="list-style-type: none"> a) A favor b) En contra c) Neutro 	<p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetividad • Manejo de Información o tipo de mensaje <ol style="list-style-type: none"> a) A favor b) Descalificativo c) Crítica d) Imparcial • Formato <ol style="list-style-type: none"> a) Mensaje b) De entrevista c) Informativo-Narrativo
---	---

II. Medios Impresos

En el monitoreo cualitativo a medios de comunicación impresos, se analizara 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 al tiraje, cuya base se encuentra estipulada en el Código de la materia, en sus artículos 66 y 162.

<ol style="list-style-type: none"> 1) Número consecutivo. 2) Nombre del medio. 3) Periodicidad. 4) Fecha de publicación. 5) Lugar donde se emitió y se recibió la información del partido político, coalición, precandidato o candidato al que hace referencia el medio. 6) Notas periodísticas. 7) Nota compartida de dos o más partidos políticos o coaliciones. 8) Ubicación: Identificar el orden de aparición con base en las siguientes categorías: <ol style="list-style-type: none"> a) Primera plana b) Página par o impar c) Interiores d) Contraportada 9) Espacio otorgado (1/8; ¼; ½; ¾, una plana, cintillo o robaplana) 10) Adjetivación. <ol style="list-style-type: none"> a) A favor b) En contra c) Neutro 11) Resumen de la nota. 	<p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fotografía blanco y negro acompañando a las notas, entrevistas, reportajes, columnas políticas, artículos y editoriales. ▪ Fotografía a color acompañando a las notas, entrevistas, reportajes, columnas políticas, artículos y editoriales. ▪ Caricatura en relación con las notas, entrevistas, reportajes, columnas políticas, artículos y editoriales. ▪ Emblema del partido político o coalición ilustrando o distinguiendo las notas, entrevistas, reportajes, columnas políticas, artículos, fotografías, ilustraciones o caricatura y editoriales. ▪ Gráficos en torno a las notas, entrevistas, reportajes, columnas políticas, artículos, fotografías y editoriales. ▪ Ninguna.
---	--