

**GLOSARIO DE LOS LINEAMIENTOS DE MONITOREO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS,
IMPRESOS Y ALTERNOS**

Actos de campaña: Reuniones públicas, asambleas, marchas y, en general, los eventos en que los candidatos o voceros de los partidos se dirigen al electorado para promover sus candidaturas.

Bitácora de registro: Formato aprobado por la Comisión, en el cual el monitorista debe anotar los datos de la propaganda observada, resultado de sus recorridos en campo.

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.

Cédula de identificación: Documento en el que se hacen constar los datos reportados por los monitoristas, en el que aparece además la fotografía con la propaganda de que se trate y un croquis de ubicación donde esta fue encontrada.

Convocatoria: Anuncio público en diarios de mayor circulación, página web y carteles, mediante los cuales el Instituto da a conocer un conjunto de procedimientos que permiten la contratación del personal que desarrollará el monitoreo dentro los periodos de precampaña, intercampaña y campaña electoral.

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.

Informe: Documento que contiene la descripción detallada relacionada con la actividad de monitoreo, llevada a cabo en los distritos electorales dentro del Estado de México o en los Estados colindantes al mismo, siendo estos los siguientes:

1. **Informe quincenal:** Aquél que se elabora y entrega al término de periodos de quince días.
2. **Informe final:** Aquél que se elabora y entrega al término de los periodos de precampañas, intercampañas, así como de campañas electorales y al concluir los trabajos de monitoreo.
3. **Informe extraterritorial:** Contiene la información relacionada con la propaganda observada fuera del territorio de cada uno de los distritos y municipios del Estado de México.

**GLOSARIO DE LOS LINEAMIENTOS DE MONITOREO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS,
IMPRESOS Y ALTERNOS**

4. **Informe extraordinario:** Lo solicitado en cualquier momento a la Comisión, por el Órgano Técnico o en su caso por los partidos políticos o coaliciones.

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.

Manual de procedimientos: Documento utilizado para la ejecución del monitoreo a medios de comunicación electrónicos, impresos, alternos, Internet y cine para los periodos de precampañas y campañas electorales del proceso electoral local respectivo.

Mapa de cobertura: Instrumento técnico, legal, idóneo y pertinente elaborado por el Instituto Federal Electoral, que determina las áreas geográficas donde la señal de los canales de televisión y estaciones de radio sean escuchadas o vistas y constituye la base para la elaboración de los Catálogos de Medios.

Medios de comunicación: Instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional que llega a auditorios numerosos o a las técnicas modernas de difusión masiva como son los medios electrónicos (radio y televisión), medios impresos, medios alternos, Internet y cine.

Monitoreo: Verificación, con base en la pauta aprobada por el IFE, del número de promocionales transmitidos por los partidos políticos y coaliciones en radio y televisión, así como el tratamiento que se da en los espacios noticiosos a la información relacionada con las precampañas y campañas electorales de los actores políticos. Asimismo, el seguimiento que se da a la propaganda difundida por los actores políticos en medios impresos, Internet y cine.

Monitoreo a medios de comunicación alternos: Identificación, registro, captura y testimonio de la propaganda de los actores políticos colocada en todo tipo de espacio o equipamiento utilizado para difundir mensajes.

Monitoreo cualitativo: Estudio 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: Estudio 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 extraterritorial: Monitoreo que se realiza fuera del territorio de cada uno de los distritos electorales, municipios y de los límites territoriales del Estado de México.

**GLOSARIO DE LOS LINEAMIENTOS DE MONITOREO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS,
IMPRESOS Y ALTERNOS**

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.

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.

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.

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, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el propósito de presentar y promover ante la ciudadanía las candidaturas registradas.

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