

M

Monitorio

Medios de Comunicación Alternos y Cine



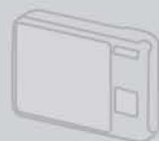
Informe Final Acumulado

Del 27 de febrero
al 7 de junio



Proceso Electoral
de Diputados Locales y
Ayuntamientos 2014-2015

| | | |
|------|--|----|
| 1 | MONITOREO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALTERNOS..... | 4 |
| 1.1. | Renuncias presentadas durante el monitoreo..... | 5 |
| 1.2. | Incidencias presentadas durante el monitoreo..... | 6 |
| 1.3. | Desglose de la información del monitoreo a medios de comunicación alternos.. | 7 |
| | a) Eventos de difusión..... | 13 |
| | b) Propaganda móvil o de tránsito..... | 16 |
| | c) Publicidad directa..... | 19 |
| | d) Soportes promocionales..... | 22 |
| 2 | MONITOREO EXTRATERRITORIAL..... | 25 |
| | a) Monitoreo extraterritorial en el Distrito Federal..... | 26 |
| | b) Monitoreo extraterritorial en los estados colindantes al Estado de México | 26 |
| | c) Cédulas de Identificación del Monitoreo extraterritorial en el Distrito Federal.. | 27 |
| 3 | MONITOREO EN CINE..... | 28 |
| 4 | CLASIFICACIÓN DE LA NUEVA PROPAGANDA OBSERVADA..... | 31 |
| | a) Propaganda Apócrifa..... | 32 |
| | b) Propaganda Denostativa..... | 33 |
| | c) Propaganda Negativa..... | 34 |
| | CONCLUSIONES..... | 35 |



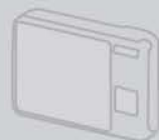
INTRODUCCIÓN

La Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México, a través de la Secretaría Técnica rinde el informe final acumulado del Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos y Cine de los periodos de Precampañas, Intercampañas, Campañas Electorales, periodo de Reflexión y Jornada Electoral, que comprende del 27 de febrero al 7 de junio del presente año, relativo a todos los registros de propaganda empleada por los actores políticos.

Los datos presentan una naturaleza cuantitativa e indicativa conforme a la observación y registro efectuado por los Monitoristas, con base en el Artículo 8 de los Lineamientos de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos, Digitales, Alternos y Cine del Instituto Electoral del Estado de México, aprobados mediante Acuerdo N° IEEM/CG/05/2015.

El Monitoreo se desarrolló mediante el levantamiento, registro, captura, revisión, validación y análisis de la Información recabada en campo, en el que se contó con la coordinación a nivel distrital, de los Vocales Ejecutivos y con el apoyo de los Coordinadores Distritales de Monitoreo, Monitoristas y Capturistas de las 45 Juntas Distritales, así como de los Coordinadores Regionales de Monitoreo, todos ellos coadyuvaron en la implementación de dicha actividad.

En el presente se señalan los resultados obtenidos del Sistema de Monitoreo a medios de Comunicación Alternos (SIMMCA), de dichos periodos reportados, cuyos elementos propagandísticos usados por los actores políticos enmarcan la contienda a los diferentes cargos de elección popular, en los 45 Distritos Electorales y 125 Municipios del Estado de México.





1 MONITOREO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN ALTERNOS



1.1 Renuncias presentadas durante el monitoreo

Las renuncias se presentaron desde que se contrató al personal de monitoreo en el periodo del 20 de febrero al 7 de junio, donde hubo **86** renuncias de Monitoristas, **2** de Coordinador Distrital de Monitoreo y **5** cambios entre Monitoristas y Coordinadores Distritales de Monitoreo y viceversa, como se observa a detalle en la siguiente tabla:

Tabla 1. Renuncias presentadas del 20 de febrero al 7 de junio de 2015

| DISTRITO | | RENUNCIAS DE MONITORISTAS | RENUNCIAS DE COORDINADOR DISTRITAL DE MONITOREO | CAMBIO DE COORDINADOR DISTRITAL DE MONITOREO A MONITORISTA | CAMBIO DE MONITORISTA A COORDINADOR DISTRITAL DE MONITOREO |
|----------|----------------------|---------------------------|---|--|--|
| 1 | TOLUCA | 9 | 0 | 0 | 0 |
| 2 | TOLUCA | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 3 | TEMOAYA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 4 | LERMA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 5 | TENANGO DEL VALLE | 2 | 0 | 0 | 0 |
| 6 | TIANGUISTENCO | 2 | 0 | 0 | 0 |
| 7 | TENANCINGO | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 8 | SULTEPEC | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 9 | TEJUPILCO | 23 | 0 | 0 | 0 |
| 10 | VALLE DE BRAVO | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 11 | SANTO TOMAS | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 12 | EL ORO | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 13 | ATLACOMULCO | 9 | 0 | 0 | 0 |
| 14 | JILOTEPEC | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 15 | IXTLAHUACA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 16 | ATIZAPAN DE ZARAGOZA | 3 | 0 | 0 | 0 |
| 17 | HUIXQUILUCAN | 4 | 0 | 0 | 0 |
| 18 | TLALNEPANTLA | 3 | 0 | 0 | 0 |
| 19 | CUAUTITLAN | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 20 | ZUMPANGO | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 21 | ECATEPEC | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 22 | ECATEPEC | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 23 | TEXCOCO | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 24 | NEZAHUALCOYOTL | 3 | 0 | 1 | 0 |
| 25 | NEZAHUALCOYOTL | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 26 | NEZAHUALCOYOTL | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 27 | CHALCO | 2 | 0 | 0 | 0 |
| 28 | AMECAMECA | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 29 | NAUCALPAN | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 30 | NAUCALPAN | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 31 | LA PAZ | 3 | 0 | 0 | 0 |
| 32 | NEZAHUALCOYOTL | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 33 | ECATEPEC | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 34 | IXTAPAN DE LA SAL | 0 | 0 | 1 | 0 |
| 35 | METEPEC | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 36 | VILLA DEL CARBON | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 37 | TLALNEPANTLA | 3 | 0 | 0 | 0 |
| 38 | COACALCO | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 39 | OTUMBA | 1 | 0 | 1 | 0 |
| 40 | IXTAPALUCA | 1 | 0 | 0 | 0 |
| 41 | NEZAHUALCOYOTL | 1 | 1 | 0 | 1 |
| 42 | ECATEPEC | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 43 | CUAUTITLAN IZCALLI | 5 | 0 | 0 | 0 |
| 44 | NICOLAS ROMERO | 3 | 0 | 0 | 0 |
| 45 | ZINACANTEPEC | 1 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | | 86 | 2 | 3 | 2 |

Nota: * Solo fue cambio de coordinador a Monitorista y viceversa

Fuente: Elaboración con datos obtenidos en el desarrollo del Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos, del 20 de febrero al 7 de junio de 2015.

1.2 Incidencias presentadas durante el monitoreo

Se presentaron **12** incidencias de Monitoristas, a continuación se describen cada una de ellas:

Tabla 2. Incidencias presentadas del 27 de febrero al 7 de junio de 2015

| | DISTRITO ELECTORAL | FECHA | INCIDENCIA |
|----|--------------------------|-------------|--|
| 1 | XXII ECATEPEC | 21 de abril | Una Monitorista sufrió asalto a mano armada y se levantó la carpeta de investigación correspondiente. |
| 2 | II TOLUCA | 28 de abril | Una Monitorista recibió agresión verbal por un ciudadano, que según el dicho de los presentes, es presidente del Comité Municipal del PAN. |
| 3 | XXXVI VILLA DEL CARBON | 3 de mayo | El diputado local del referido distrito es Everardo Pedro Vargas quién trató de intimidar a una Monitorista, al momento de tomar medida de la barda que está pintada con el nombre de la candidata del PRI Isabel Castro Cid del Prado. La Monitorista portaba su chaleco e identificación al momento de los hechos, le pidió que se identificara y ella así lo hizo, le tomó sus datos y le mencionó que la reportaría por meterse en propiedad privada, además pidió que se identificara su esposo que la acompañaba en ese momento. |
| 4 | XVI ATIZAPAN DE ZARAGOZA | 5 de mayo | La comitiva del Partido Acción Nacional abordó a un Monitorista y le preguntó qué facultades tenía él para monitorear un evento de difusión, que si no se retiraba llamarían a la seguridad pública; el Monitorista se identificó y acreditó su función con el respectivo gafete. El Monitorista hizo lo correspondiente y llamó a la Coordinadora Distrital de Monitoreo, la cual le dio la indicación de que esperara a la seguridad pública y entonces se identificara con ellos pues están para brindar el apoyo. |
| 5 | XL IXTAPALUCA | 5 de mayo | Durante el recorrido de su área de monitoreo, varios sujetos mediante el uso de la violencia, lo despojaron de sus implementos personales y dinero en efectivo, además de haber sido golpeado. Se levantó una denuncia con número de noticia criminal 302110061015, ante el Agente del Ministerio Público. |
| 6 | II TOLUCA | 6 de mayo | Al hacer su recorrido en San Pedro Totoltepec, una Monitorista sufrió agresión por parte de una ciudadana quién molesta por que la primera tomó fotografías, le quitó y deterioró la cámara fotográfica propiedad del Instituto. |
| 7 | XXVII CHALCO | 12 de mayo | Mientras el Monitorista realizaba su recorrido sufrió un asalto, en el acto le quitaron dinero y su celular. El Monitorista, al no haber perdido la cámara fotográfica en el asalto, no levantó ninguna denuncia ante el Agente del Ministerio Público. |
| 8 | XVIII TLALNEPANTLA | 14 de mayo | Una Monitorista al estar en campo realizando sus actividades de monitoreo, justo en el momento que se encontraba fotografiando un anuncio espectacular, un sujeto le arrebató de las manos la cámara fotográfica. La Monitorista y el Coordinador de Logística acudieron a la Agencia del Ministerio Público expés a presentar la denuncia correspondiente, realizando el levantamiento de la noticia criminal No. 483910059715. |
| 9 | XXXVII TLALNEPANTLA | 20 de mayo | El Monitorista fue agredido verbalmente por un ciudadano debido a que le tomó fotografía a su domicilio y llamó a una patrulla. El comandante de la patrulla 15011 detuvo al Monitorista indicándole que sería remitido, finalmente lo dejaron ir no sin antes solicitarle dinero y que borrara de su cámara todos los testigos recabados. |
| 10 | XXII ECATEPEC | 23 de mayo | El Monitorista sufrió una agresión por parte de algunos vecinos al estar tomando fotografías de la propaganda electoral cuando se encontraba en la Calle Salvador Sánchez Colín de la sección 1454 Col. Granjas Valle de Guadalupe. Le quisieron arrebatrar la cámara y en el forcejeo la misma se cayó al suelo sufriendo daños. El Coordinador Distrital de Monitoreo prestó su cámara al Monitorista y se realizó la gestión correspondiente para que la Dirección de Administración sustituyera la referida cámara por una nueva. |
| 11 | XLII ECATEPEC | 24 de mayo | Personas que portaban chalecos con la leyenda de "Federación Felicidad" se encontraban repartiendo propaganda de la coalición del PRI, cuando la Monitorista al pedir permiso para realizar su trabajo de tomar fotografías de los elementos que estaban obsequiando a los automovilistas la empezaron a agredir con groserías. La Monitorista les explicó que era su trabajo y que les estaba pidiendo permiso. |
| 12 | XV IXTLAHUACA | 31 de mayo | A un Monitorista le robaron su cámara fotográfica, siendo agredido verbalmente, en un evento de difusión de cierre de campaña del Partido Movimiento Ciudadano, en el municipio de San Bartolo Morelos. |

Fuente: Elaboración con datos obtenidos en el desarrollo del Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos, del 27 de febrero al 7 de junio de 2015.

1.3. Desglose de la información del monitoreo a medios de comunicación alternos

Dentro de las actividades del monitoreo en el Proceso Electoral 2014-2015, los Monitoristas realizaron un total de **3,847** recorridos, de los cuales se obtuvo la suma total de **205,640** registros, en los cuatro tipos de medios alternos, como se indica en la siguiente tabla:

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

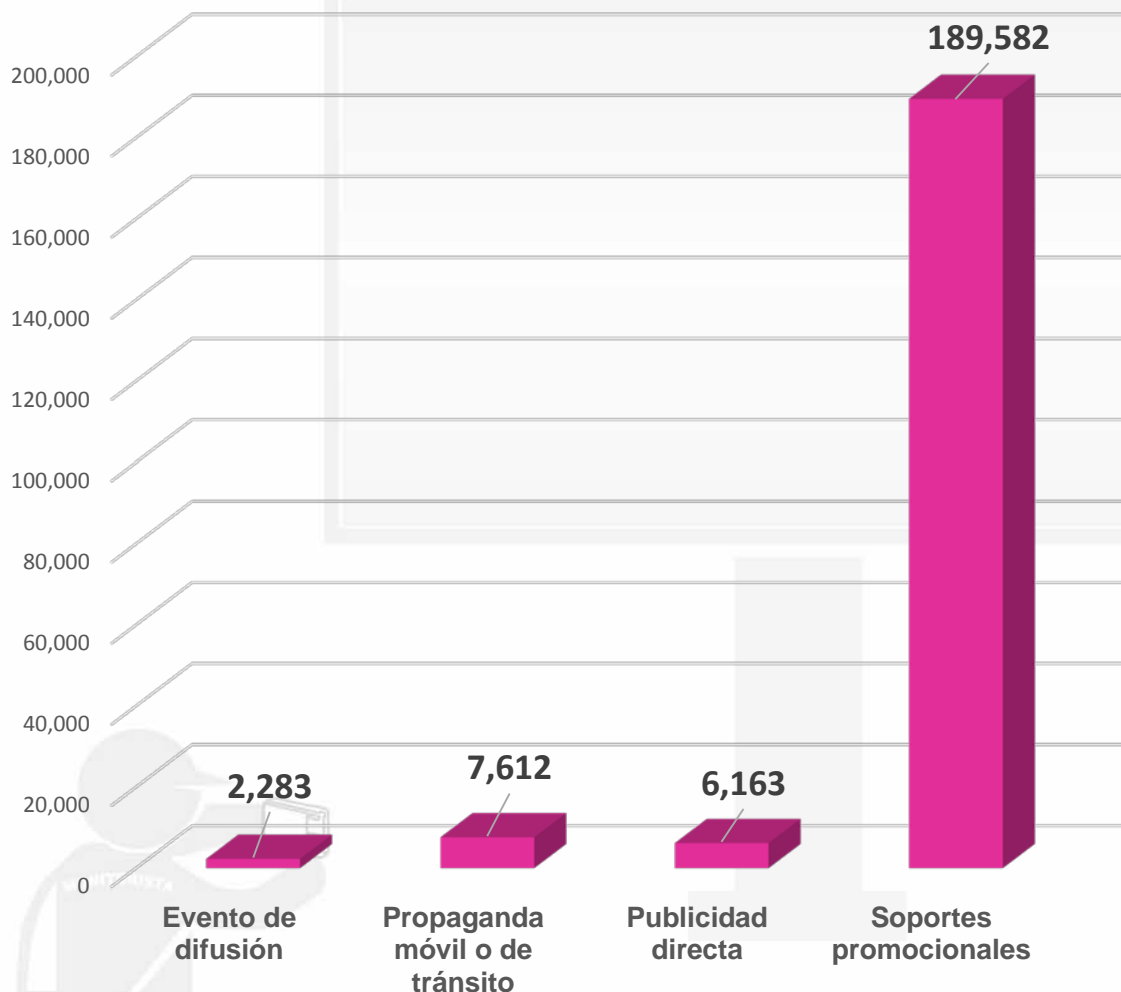
| TIPO DE MEDIO ALTERNO | PRECAMPAÑAS | INTERCAMPAÑAS | CAMPAÑAS | PERIODO DE REFLEXIÓN | JORNADA ELECTORAL | TOTAL |
|--------------------------------|------------------------------|----------------------------|-------------------------|----------------------|-------------------|-----------------------------|
| | 27 de febrero al 23 de marzo | 24 de marzo al 30 de abril | 1 de mayo al 3 de junio | 4 al 6 de junio | 7 de junio | 27 de febrero al 7 de junio |
| Evento de difusión | 59 | 33 | 2,191 | 0 | 0 | 2,283 |
| Propaganda móvil o de tránsito | 649 | 2,056 | 4,792 | 103 | 12 | 7,612 |
| Publicidad directa | 393 | 974 | 4,284 | 468 | 44 | 6,163 |
| Soportes promocionales | 21,868 | 19,064 | 142,522 | 5,495 | 633 | 189,582 |
| TOTAL | 22,969 | 22,127 | 153,789 | 6,066 | 689 | 205,640 |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) del 27 de febrero al 7 de junio de 2015.

Nota: La información en específico se puede consultar en el Informe a Detalle (CD).

De la suma total de **205,640** registros capturados en el Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) durante este Proceso Electoral, en los cuatro tipos de medios alternos se observaron y registraron **2,283** en eventos de difusión, **7,612** en propaganda móvil o de tránsito, **6,163** en publicidad directa y **189,582** en soportes promocionales, como se indica en la siguiente figura:

Figura 1. Total de elementos propagandísticos registrados por tipo de medio alternativo



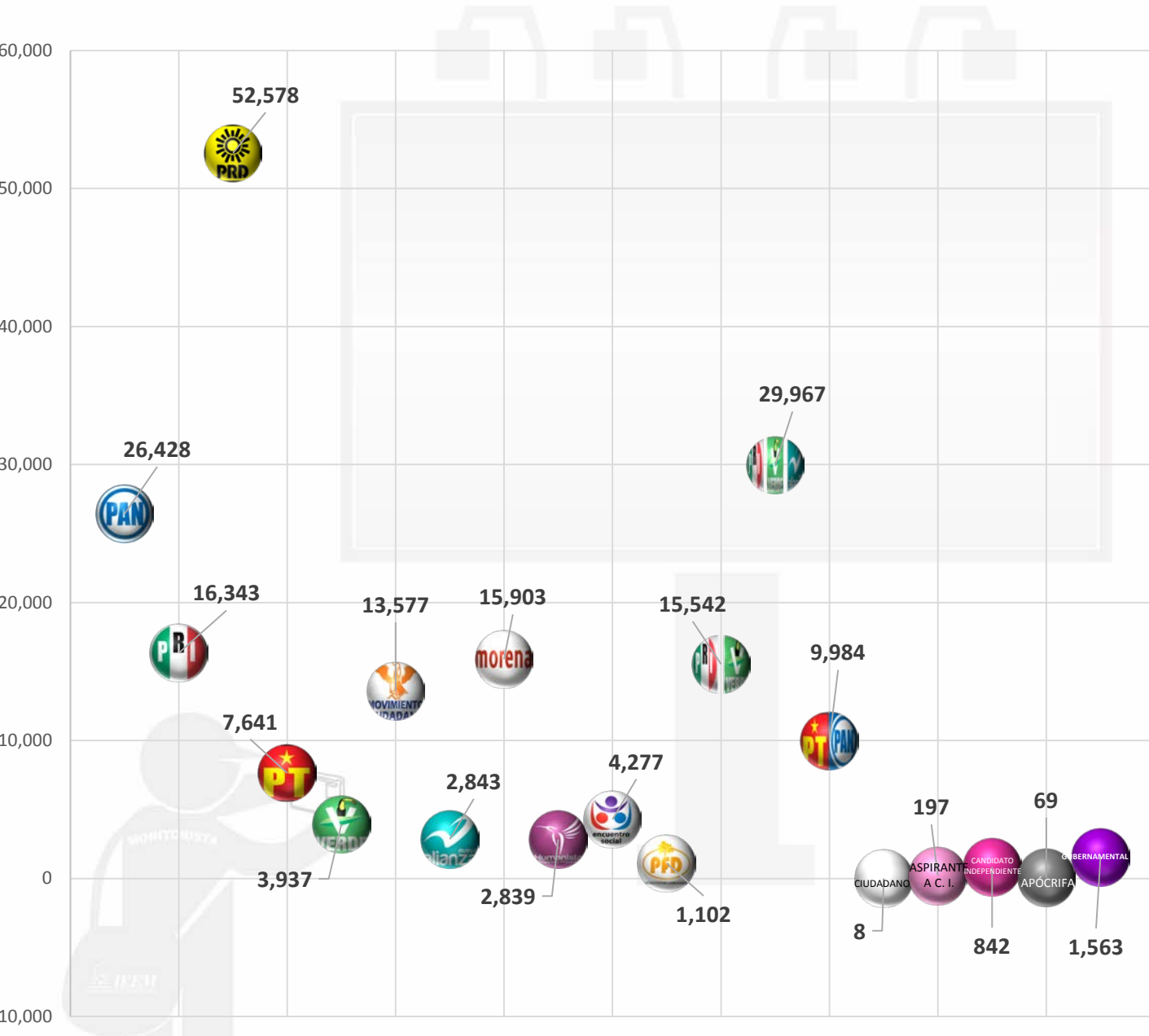
Total = 205,640

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) del 27 de febrero al 7 de junio de 2015.

Nota: La información en específico se puede consultar en el Informe a Detalle (CD).

En el desarrollo del monitoreo, se observó propaganda política, electoral y gubernamental de los cuatro tipos de medios alternos y de los diferentes actores políticos, donde se detectó que el Partido de la Revolución Democrática registró **52,578** elementos, siendo éste el que ocupó el lugar más alto; como se muestra en la siguiente figura:

Figura 2. Total de elementos propagandísticos registrados por actor político en los cuatro tipos de medios alternos



Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) del 27 de febrero al 7 de junio de 2015.

Nota: La información en específico se puede consultar en el Informe a Detalle (CD).

De los **205,640** registros observados y capturados en el SIMMCA, se expone por actor político y por periodo electoral la cantidad observada de cada uno de ellos; como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 4. Total de elementos propagandísticos registrados por actor político en los cuatro tipos de medios alternos

| ACTOR POLÍTICO | PRECAMPAÑAS | INTERCAMPAÑAS | CAMPAÑAS | PERIODO DE REFLEXIÓN | JORNADA ELECTORAL | TOTAL |
|-------------------------------------|------------------------------|----------------------------|-------------------------|----------------------|-------------------|-----------------------------|
| | 27 de febrero al 23 de marzo | 24 de marzo al 30 de abril | 1 de mayo al 3 de junio | 4 al 6 de junio | 7 de junio | 27 de febrero al 7 de junio |
| PAN | 2,125 | 2,776 | 20,713 | 742 | 72 | 26,428 |
| PRI | 808 | 2,706 | 11,785 | 922 | 122 | 16,343 |
| PRD | 12,670 | 6,412 | 32,701 | 690 | 105 | 52,578 |
| PT | 548 | 920 | 5,902 | 241 | 30 | 7,641 |
| PVEM | 966 | 1,821 | 1,079 | 70 | 1 | 3,937 |
| MC | 1,789 | 2,719 | 8,596 | 422 | 51 | 13,577 |
| NA | 208 | 415 | 2,094 | 117 | 9 | 2,843 |
| MORENA | 2,740 | 3,032 | 9,713 | 385 | 33 | 15,903 |
| PH | 519 | 562 | 1,684 | 55 | 19 | 2,839 |
| ES | 406 | 641 | 3,059 | 160 | 11 | 4,277 |
| PFD | 3 | 101 | 880 | 104 | 14 | 1,102 |
| COA. PRI-PVEM | 0 | 0 | 15,184 | 338 | 20 | 15,542 |
| COA. PRI-PVEM-NA | 0 | 0 | 28,884 | 952 | 131 | 29,967 |
| COA. PT-PAN | 0 | 0 | 9,214 | 714 | 56 | 9,984 |
| CIUDADANO | 8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 8 |
| ASPIRANTE A CANDIDATO INDEPENDIENTE | 179 | 18 | 0 | 0 | 0 | 197 |
| CANDIDATO INDEPENDIENTE | 0 | 0 | 810 | 32 | 0 | 842 |
| APÓCRIFA | 0 | 4 | 50 | 13 | 2 | 69 |
| GOBIERNAMENTAL | 0 | 0 | 1,441 | 109 | 13 | 1,563 |
| TOTAL | 22,969 | 22,127 | 153,789 | 6,066 | 689 | 205,640 |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) del 27 de febrero al 7 de junio de 2015.

Nota: La información en específico se puede consultar en el Informe a Detalle (CD).

A continuación se desglosa el tipo de propaganda observada consiste en: electoral, política y gubernamental, de los cuatro tipos de medios se registraron **111,601** de propaganda electoral de ayuntamientos; **50,590** de propaganda electoral de diputados; **5,138** de propaganda electoral; **36,748** elementos de propaganda política y **1,563** de gubernamental, como a continuación se muestra:

Tabla 5. Total de elementos propagandísticos registrados por tipo de medio alterno y tipo de propaganda

| Tipo de propaganda Tipo de medio alterno | Electoral ayuntamientos | Electoral diputados | Electoral | Política | Gubernamental | Total |
|---|-------------------------|---------------------|--------------|---------------|---------------|----------------|
| Eventos de difusión | 1,403 | 692 | 25 | 159 | 4 | 2,283 |
| Propaganda móvil o de tránsito | 2,786 | 967 | 237 | 3,600 | 22 | 7,612 |
| Publicidad directa | 1,967 | 1,449 | 358 | 2,388 | 1 | 6,163 |
| Soportes promocionales | 105,445 | 47,482 | 4,518 | 30,601 | 1,536 | 189,582 |
| Total | 111,601 | 50,590 | 5,138 | 36,748 | 1,563 | 205,640 |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) del 27 de febrero al 7 de junio de 2015.

Nota: La información en específico se puede consultar en el Informe a Detalle (CD).

La propaganda **Gubernamental** se monitoreó a partir de las Campañas Electorales, Periodo de Reflexión y Jornada Electoral, es decir del 1 de mayo al 7 de junio del presente año, donde se observó un total de **1,563** registros de los cuatro tipos de medios alternos, de los soportes promocionales se obtuvo un total de **1,536** elementos, siendo éste el que ocupó el lugar más alto, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 6. Total de elementos propagandísticos registrados por tipo de medio alternativo y tipo de propaganda gubernamental

| MEDIO ALTERNO | TIPO DE PROPAGANDA | TIPO DE MEDIO ALTERNO | TOTAL | | |
|--------------------------------|-------------------------|--------------------------------------|-------|-----|-------|
| Evento de difusión | Gubernamental federal | Similares | 1 | 4 | |
| | Gubernamental municipal | Jornada comunitaria | 1 | | |
| | | Similares | 1 | | |
| | | Evento cultural o de entretenimiento | 1 | | |
| Propaganda móvil o de tránsito | Gubernamental estatal | Calcomanías | 10 | 22 | |
| | | Dovelas | 2 | | |
| | | Lonas / vinilona | 1 | | |
| | | Similares | 9 | | |
| Publicidad directa | Gubernamental federal | Volante | 1 | 1 | |
| Soportes promocionales | Gubernamental federal | Anuncio espectacular | 3 | 232 | 1,536 |
| | | Banner | 22 | | |
| | | Barda pintada | 20 | | |
| | | Cartel | 4 | | |
| | | Cartelera | 138 | | |
| | | Lonas / vinilonas | 36 | | |
| | | Publivalla | 1 | | |
| | | Rotulo | 3 | | |
| | | Similares | 5 | | |
| | Gubernamental estatal | Anuncio espectacular | 228 | 921 | |
| | | Banner | 46 | | |
| | | Barda pintada | 24 | | |
| | | Cartel | 21 | | |
| | | Cartelera | 341 | | |
| | | Display | 1 | | |
| | | Lonas / vinilonas | 12 | | |
| | | Mupi | 1 | | |
| | | Parabus | 88 | | |
| | | Publivalla | 147 | | |
| | Gubernamental municipal | Repartidor de volantes | 1 | 383 | |
| | | Similares | 11 | | |
| | | Anuncio espectacular | 3 | | |
| | | Banner | 19 | | |
| | | Barda pintada | 176 | | |
| | | Cartel | 2 | | |
| | | Cartelera | 120 | | |
| | | Lonas / vinilonas | 26 | | |
| | | Mupi | 1 | | |
| | Pendon | 1 | | | |
| | Rotulo | 24 | | | |
| | Similares | 11 | | | |
| TOTAL | | | 1,563 | | |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) del 1 de mayo al 7 de junio de 2015.

a) Eventos de difusión

Se registraron un total de **2,283 Eventos de difusión**, éstos fueron observados con mayor frecuencia en el Distrito Electoral XXVIII con sede en Amecameca con **175** registros, con menor número de registros los Distritos Electorales XXX de Naucalpan presentando solo **8** registros de este tipo de medio alterno, como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 7. Eventos de difusión por Distrito Electoral

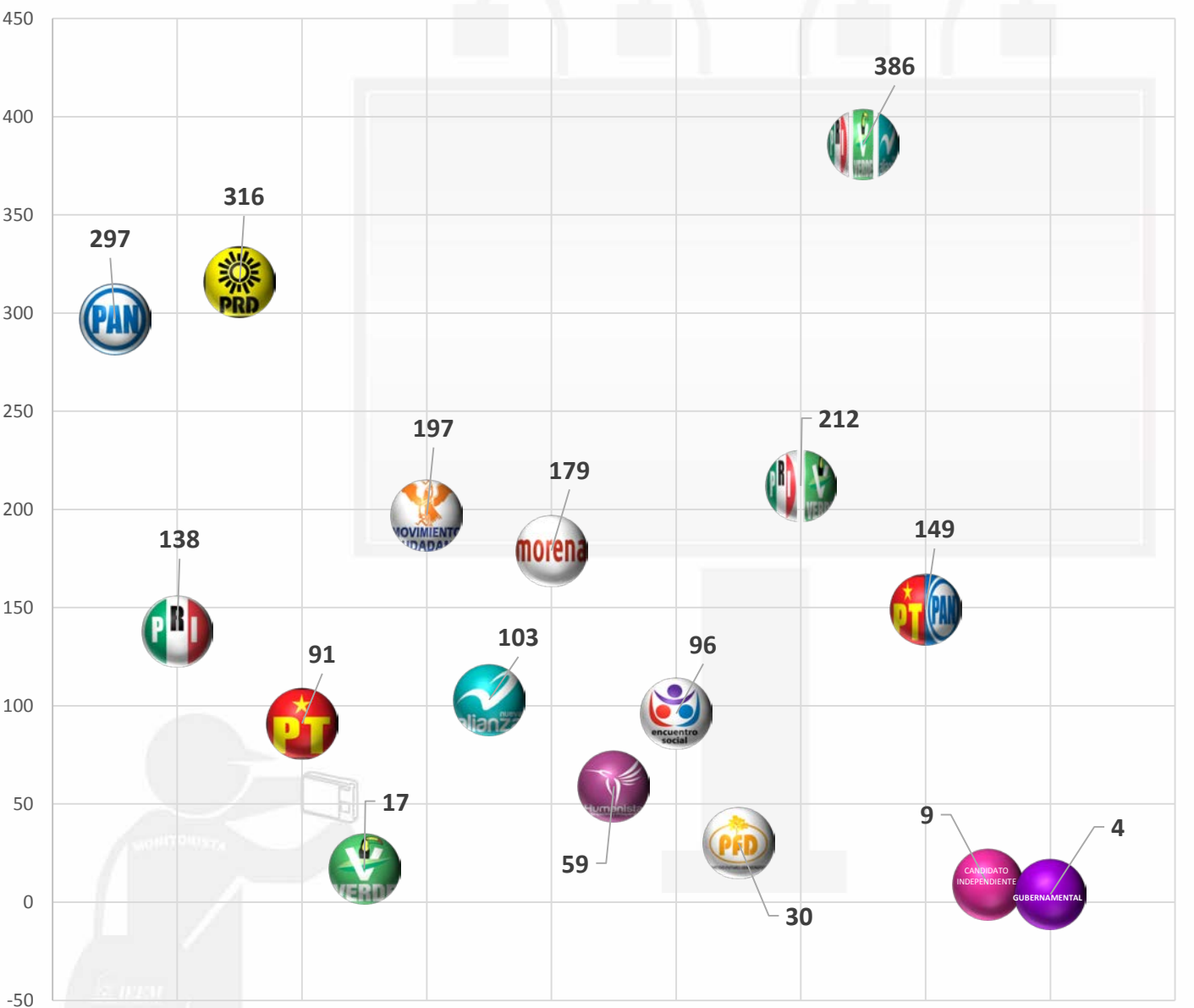
| DISTRITO | TOTAL | DISTRITO | TOTAL | DISTRITO | TOTAL |
|----------------------|-------|---------------------------|-------|---------------------------|-------|
| I. Toluca | 46 | XVI. Atizapán de Zaragoza | 57 | XXXI. La Paz | 45 |
| II. Toluca | 18 | XVII. Huixquilucan | 54 | XXXII. Nezahualcóyotl | 14 |
| III. Temoaya | 64 | XVIII. Tlalnepantla | 75 | XXXIII. Ecatepec | 71 |
| IV. Lerma | 75 | XIX. Cuautitlán | 68 | XXXIV. Ixtapan de la Sal | 47 |
| V. Tenango del Valle | 89 | XX. Zumpango | 80 | XXXV. Metepec | 27 |
| VI. Tianguistenco | 51 | XXI. Ecatepec | 13 | XXXVI. Villa del Carbón | 55 |
| VII. Tenancingo | 68 | XXII. Ecatepec | 9 | XXXVII. Tlalnepantla | 66 |
| VIII. Sultepec | 26 | XXIII. Texcoco | 104 | XXXVIII. Coacalco | 31 |
| IX. Tejupilco | 15 | XXIV. Nezahualcóyotl | 12 | XXXIX. Otumba | 117 |
| X. Valle de Bravo | 43 | XXV. Nezahualcóyotl | 19 | XL. Ixtapaluca | 95 |
| XI. Santo Tomás | 31 | XXVI. Nezahualcóyotl | 59 | XLI. Nezahualcóyotl | 43 |
| XII. El Oro | 37 | XXVII. Chalco | 84 | XLII. Ecatepec | 16 |
| XIII. Atlacomulco | 34 | XXVIII. Amecameca | 175 | XLIII. Cuautitlán Izcalli | 37 |
| XIV. Jilotepec | 79 | XXIX. Naucalpan | 42 | XLIV. Nicolás Romero | 31 |
| XV. Ixtlahuaca | 37 | XXX. Naucalpan | 8 | XLV. Zinacantepec | 16 |
| TOTAL | | | 2,283 | | |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) del 27 de febrero al 7 de junio de 2015.

Nota: La información en específico se puede consultar en el Informe a Detalle (CD).

De los **2,283** registros de **Eventos de difusión**, el mayor número obtenido por actor político correspondió a la coalición PRI-PVEM-NA con **386** eventos, en menor número lo obtuvo el apartado de Propaganda Gubernamental con **4** registros; como se muestra en la siguiente figura:

Figura 3. Eventos de difusión por actor político



Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) del 27 de febrero al 7 de junio de 2015.

Nota: La información en específico se puede consultar en el Informe a Detalle (CD).

En el siguiente cuadro se presentan los **Eventos de difusión** por actor político, haciendo un total de **2,283** registros que se localizaron:

**Tabla 8. Eventos de difusión
por actor político y por periodo de registro**

| ACTOR POLÍTICO | PRECAMPAÑAS | INTERCAMPAÑAS | CAMPAÑAS | PERIODO DE REFLEXIÓN | JORNADA ELECTORAL | TOTAL |
|---|------------------------------|----------------------------|-------------------------|-------------------------|----------------------|--------------------------------|
| | 27 de febrero al 23 de marzo | 24 de marzo al 30 de abril | 1 de mayo al 3 de junio | 4 al 6 de junio | 7 de junio | 27 de febrero al 7 de junio |
| PAN | 3 | 4 | 290 | 0 | 0 | 297 |
| PRI | 1 | 0 | 137 | 0 | 0 | 138 |
| PRD | 15 | 7 | 294 | 0 | 0 | 316 |
| PT | 1 | 0 | 90 | 0 | 0 | 91 |
| PVEM | 0 | 2 | 15 | 0 | 0 | 17 |
| MC | 22 | 1 | 174 | 0 | 0 | 197 |
| NA | 0 | 11 | 92 | 0 | 0 | 103 |
| MORENA | 14 | 5 | 160 | 0 | 0 | 179 |
| PH | 2 | 1 | 56 | 0 | 0 | 59 |
| ES | 1 | 2 | 93 | 0 | 0 | 96 |
| PFD | 0 | 0 | 30 | 0 | 0 | 30 |
| COA. PRI-PVEM | 0 | 0 | 212 | 0 | 0 | 212 |
| COA. PRI-PVEM-NA | 0 | 0 | 386 | 0 | 0 | 386 |
| COA. PT-PAN | 0 | 0 | 149 | 0 | 0 | 149 |
| CIUDADANO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ASPIRANTE A CANDIDATO INDEPENDIENTE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| CANDIDATO INDEPENDIENTE | 0 | 0 | 9 | 0 | 0 | 9 |
| APÓCRIFA | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| GUBERNAMENTAL | 0 | 0 | 4 | 0 | 0 | 4 |
| TOTAL | 59 | 33 | 2,191 | 0 | 0 | 2,283 |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) del 27 de febrero al 7 de junio de 2015.

Nota: La información en específico se puede consultar en el Informe a Detalle (CD).

b) Propaganda móvil o de tránsito

En el registro de **7,612** elementos de **Propaganda móvil o de tránsito**, el mayor número se identificó en el Distrito Electoral IX con sede en Tejupilco, con un total de **432**; en segundo lugar el Distrito XXXI de La Paz con **413** registros y en tercer lugar el Distrito XXXII con sede en Nezahualcóyotl con **400**, como a continuación se puede observar:

Tabla 9. Propaganda móvil o de tránsito por Distrito Electoral

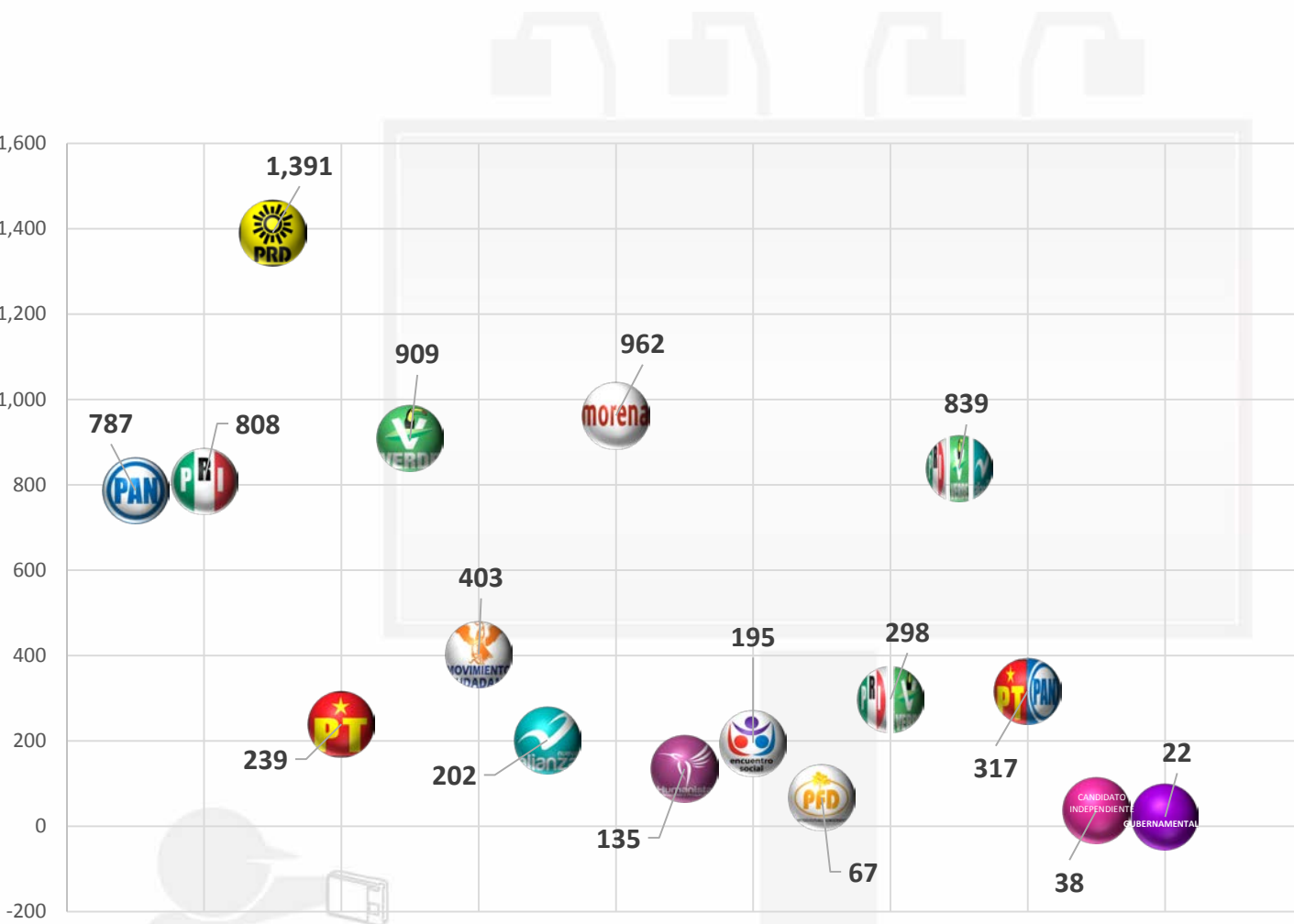
| DISTRITO | TOTAL | DISTRITO | TOTAL | DISTRITO | TOTAL |
|----------------------|-------|---------------------------|-------|---------------------------|-------|
| I. Toluca | 346 | XVI. Atizapán de Zaragoza | 159 | XXXI. La Paz | 413 |
| II. Toluca | 212 | XVII. Huixquilucan | 113 | XXXII. Nezahualcóyotl | 400 |
| III. Temoaya | 71 | XVIII. Tlalnepantla | 350 | XXXIII. Ecatepec | 258 |
| IV. Lerma | 277 | XIX. Cuautitlán | 95 | XXXIV. Ixtapan de la Sal | 65 |
| V. Tenango del Valle | 49 | XX. Zumpango | 90 | XXXV. Metepec | 46 |
| VI. Tianguistenco | 68 | XXI. Ecatepec | 45 | XXXVI. Villa del Carbón | 238 |
| VII. Tenancingo | 147 | XXII. Ecatepec | 127 | XXXVII. Tlalnepantla | 251 |
| VIII. Sultepec | 97 | XXIII. Texcoco | 94 | XXXVIII. Coacalco | 181 |
| IX. Tejupilco | 432 | XXIV. Nezahualcóyotl | 28 | XXXIX. Otumba | 167 |
| X. Valle de Bravo | 84 | XXV. Nezahualcóyotl | 222 | XL. Ixtapaluca | 254 |
| XI. Santo Tomás | 74 | XXVI. Nezahualcóyotl | 231 | XLI. Nezahualcóyotl | 106 |
| XII. El Oro | 33 | XXVII. Chalco | 215 | XLII. Ecatepec | 197 |
| XIII. Atlacomulco | 168 | XXVIII. Amecameca | 96 | XLIII. Cuautitlán Izcalli | 94 |
| XIV. Jilotepec | 284 | XXIX. Naucalpan | 336 | XLIV. Nicolás Romero | 59 |
| XV. Ixtlahuaca | 144 | XXX. Naucalpan | 150 | XLV. Zinacantepec | 46 |
| TOTAL | | | 7,612 | | |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) del 27 de febrero al 7 de junio de 2015.

Nota: La información en específico se puede consultar en el Informe a Detalle (CD).

De los **7,612** registros observados en **Propaganda móvil o de tránsito**, el Partido de la Revolución Democrática fue quién generó la mayor cantidad de cédulas de identificación con **1,391**; en menor número el rubro de *Gubernamental* con **22** registros, como a continuación se muestra:

Figura 4. Propaganda móvil o de tránsito por actor político



Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) del 27 de febrero al 7 de junio de 2015.

Nota: La información en específico se puede consultar en el Informe a Detalle (CD).

Del total de **7,612** registros en **Propaganda móvil o de tránsito**, en la siguiente tabla se desglosa la información obtenida por actor político y por periodo electoral.

**Tabla 10. Propaganda móvil o de tránsito
por actor político y por periodo de registro**

| ACTOR POLÍTICO | PRECAMPAÑAS | INTERCAMPAÑAS | CAMPAÑAS | PERIODO DE REFLEXIÓN | JORNADA ELECTORAL | TOTAL |
|-------------------------------------|------------------------------|----------------------------|-------------------------|----------------------|-------------------|-----------------------------|
| | 27 de febrero al 23 de marzo | 24 de marzo al 30 de abril | 1 de mayo al 3 de junio | 4 al 6 de junio | 7 de junio | 27 de febrero al 7 de junio |
| PAN | 26 | 233 | 520 | 8 | 0 | 787 |
| PRI | 150 | 244 | 401 | 13 | 0 | 808 |
| PRD | 168 | 335 | 866 | 21 | 1 | 1,391 |
| PT | 7 | 30 | 200 | 2 | 0 | 239 |
| PVEM | 119 | 569 | 218 | 3 | 0 | 909 |
| MC | 48 | 94 | 260 | 0 | 1 | 403 |
| NA | 0 | 36 | 165 | 1 | 0 | 202 |
| MORENA | 97 | 435 | 427 | 2 | 1 | 962 |
| PH | 16 | 41 | 75 | 3 | 0 | 135 |
| ES | 18 | 39 | 137 | 1 | 0 | 195 |
| PFD | 0 | 0 | 61 | 3 | 3 | 67 |
| COA. PRI-PVEM | 0 | 0 | 289 | 9 | 0 | 298 |
| COA. PRI-PVEM-NA | 0 | 0 | 805 | 29 | 5 | 839 |
| COA. PT-PAN | 0 | 0 | 310 | 6 | 1 | 317 |
| CIUDADANO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ASPIRANTE A CANDIDATO INDEPENDIENTE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| CANDIDATO INDEPENDIENTE | 0 | 0 | 38 | 0 | 0 | 38 |
| APÓCRIFA | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| GOBIERNAMENTAL | 0 | 0 | 20 | 2 | 0 | 22 |
| TOTAL | 649 | 2,056 | 4,792 | 103 | 12 | 7,612 |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) del 27 de febrero al 7 de junio de 2015.

Nota: La información en específico se puede consultar en el Informe a Detalle (CD).

c) Publicidad directa

En **Publicidad directa** se capturaron **6,163** elementos. El mayor número se presentó en el Distrito Electoral XXXI con sede en La Paz, con un total de **447** registros y con **14** en el Distrito Electoral XII con sede en El Oro, como a continuación se indica:

Tabla 11. Publicidad directa por Distrito Electoral

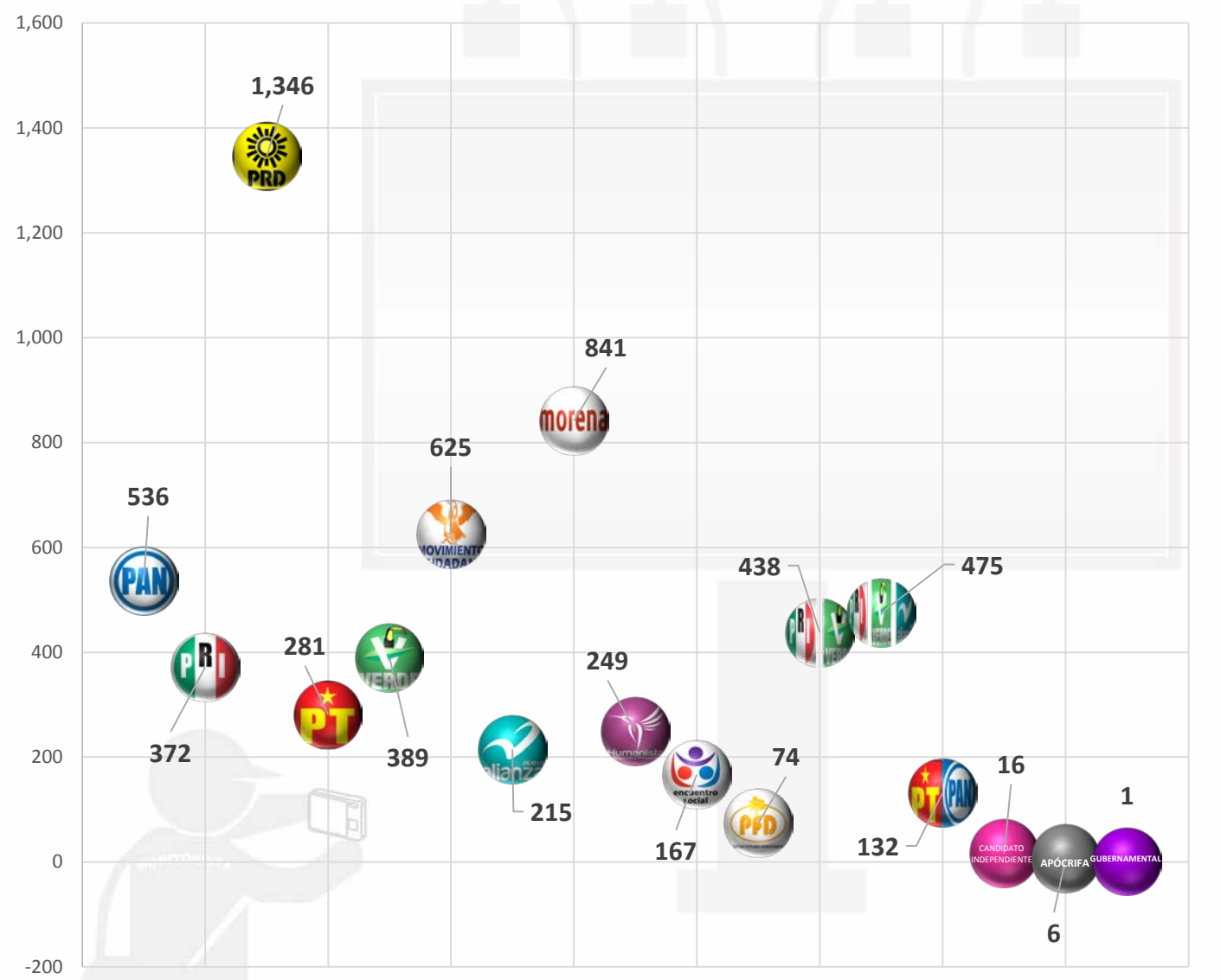
| DISTRITO | TOTAL | DISTRITO | TOTAL | DISTRITO | TOTAL |
|----------------------|-------|---------------------------|-------|---------------------------|-------|
| I. Toluca | 144 | XVI. Atizapán de Zaragoza | 100 | XXXI. La Paz | 447 |
| II. Toluca | 108 | XVII. Huixquilucan | 19 | XXXII. Nezahualcóyotl | 249 |
| III. Temoaya | 37 | XVIII. Tlalnepantla | 406 | XXXIII. Ecatepec | 348 |
| IV. Lerma | 143 | XIX. Cuautitlán | 72 | XXXIV. Ixtapan de la Sal | 25 |
| V. Tenango del Valle | 41 | XX. Zumpango | 149 | XXXV. Metepec | 286 |
| VI. Tianguistenco | 87 | XXI. Ecatepec | 113 | XXXVI. Villa del Carbón | 42 |
| VII. Tenancingo | 100 | XXII. Ecatepec | 162 | XXXVII. Tlalnepantla | 187 |
| VIII. Sultepec | 27 | XXIII. Texcoco | 32 | XXXVIII. Coacalco | 185 |
| IX. Tejupilco | 57 | XXIV. Nezahualcóyotl | 372 | XXXIX. Otumba | 123 |
| X. Valle de Bravo | 53 | XXV. Nezahualcóyotl | 273 | XL. Ixtapaluca | 88 |
| XI. Santo Tomás | 45 | XXVI. Nezahualcóyotl | 248 | XLI. Nezahualcóyotl | 266 |
| XII. El Oro | 14 | XXVII. Chalco | 247 | XLII. Ecatepec | 286 |
| XIII. Atlacomulco | 81 | XXVIII. Amecameca | 60 | XLIII. Cuautitlán Izcalli | 68 |
| XIV. Jilotepec | 62 | XXIX. Naucalpan | 56 | XLIV. Nicolás Romero | 80 |
| XV. Ixtlahuaca | 34 | XXX. Naucalpan | 123 | XLV. Zinacantepec | 18 |
| TOTAL | | | 6,163 | | |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) del 27 de febrero al 7 de junio de 2015.

Nota: La información en específico se puede consultar en el Informe a Detalle (CD).

De los **6,163** registros localizados en **Publicidad directa**, el actor político con mayor número de elementos observados se le acreditan al Partido de la Revolución Democrática con **1,346**, con el menor número de esos elementos se le abonan al rubro de propaganda *Gubernamental* con **1** registro, como se muestra en la siguiente figura:

Figura 5. Publicidad directa por actor político



Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) del 27 de febrero al 7 de junio de 2015.

Nota: La información en específico se puede consultar en el Informe a Detalle (CD).

En la siguiente tabla se muestran los registros que obtuvo el personal de monitoreo en **Publicidad directa**, por actor político en cada periodo de registro haciendo un total de los **6,163** registros.

**Tabla 12. Publicidad directa
por actor político y por periodo de registro**

| ACTOR POLÍTICO | PRECAMPAÑAS | INTERCAMPAÑAS | CAMPAÑAS | PERIODO DE REFLEXIÓN | JORNADA ELECTORAL | TOTAL |
|-------------------------------------|------------------------------|----------------------------|-------------------------|----------------------|-------------------|-----------------------------|
| | 27 de febrero al 23 de marzo | 24 de marzo al 30 de abril | 1 de mayo al 3 de junio | 4 al 6 de junio | 7 de junio | 27 de febrero al 7 de junio |
| PAN | 10 | 68 | 413 | 38 | 7 | 536 |
| PRI | 2 | 24 | 297 | 48 | 1 | 372 |
| PRD | 245 | 179 | 876 | 38 | 8 | 1,346 |
| PT | 11 | 20 | 222 | 28 | 0 | 281 |
| PVEM | 14 | 146 | 183 | 45 | 1 | 389 |
| MC | 47 | 81 | 439 | 55 | 3 | 625 |
| NA | 0 | 36 | 145 | 30 | 4 | 215 |
| MORENA | 54 | 376 | 369 | 39 | 3 | 841 |
| PH | 4 | 32 | 184 | 25 | 4 | 249 |
| ES | 6 | 12 | 118 | 31 | 0 | 167 |
| PFD | 0 | 0 | 49 | 24 | 1 | 74 |
| COA. PRI-PVEM | 0 | 0 | 416 | 18 | 4 | 438 |
| COA. PRI-PVEM-NA | 0 | 0 | 441 | 31 | 3 | 475 |
| COA. PT-PAN | 0 | 0 | 116 | 13 | 3 | 132 |
| CIUDADANO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| ASPIRANTE A CANDIDATO INDEPENDIENTE | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| CANDIDATO INDEPENDIENTE | 0 | 0 | 15 | 1 | 0 | 16 |
| APÓCRIFA | 0 | 0 | 0 | 4 | 2 | 6 |
| GUBERNAMENTAL | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| TOTAL | 393 | 974 | 4,284 | 468 | 44 | 6,163 |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) del 27 de febrero al 7 de junio de 2015.

Nota: La información en específico se puede consultar en el Informe a Detalle (CD).

d) Soportes promocionales

Se cuantificaron **189,582** elementos observados en el rubro de **Soportes promocionales**. El mayor número de registros fue de **11,600** localizados en el Distrito Electoral XXV con sede en Nezahualcóyotl; el menor número fue de **562**, en el Distrito VIII de Sultepec. La información complementaría se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 13. Soportes promocionales por Distrito Electoral

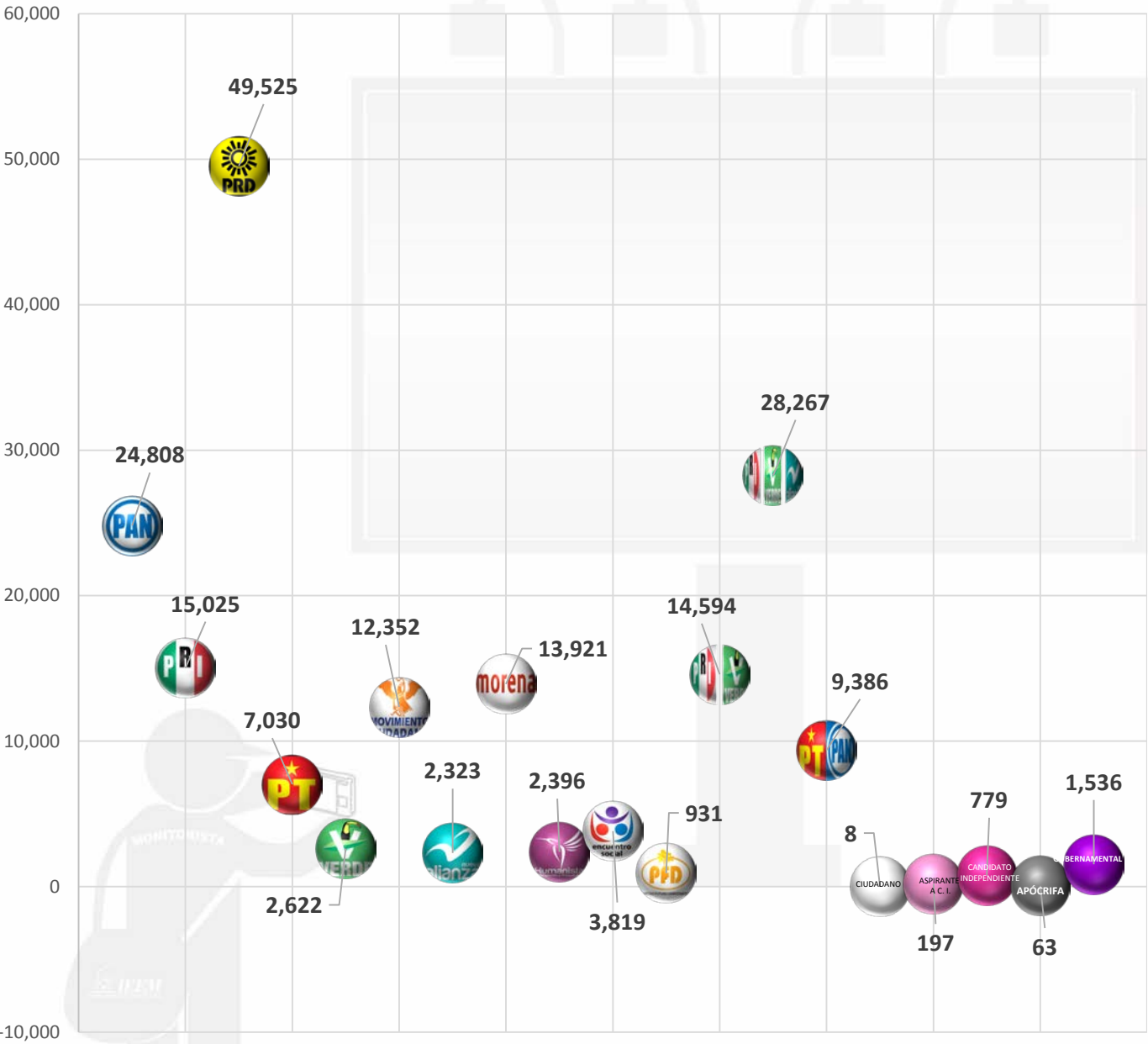
| DISTRITO | TOTAL | DISTRITO | TOTAL | DISTRITO | TOTAL |
|----------------------|-------|---------------------------|---------|---------------------------|-------|
| I. Toluca | 3,891 | XVI. Atizapán de Zaragoza | 3,661 | XXXI. La Paz | 4,092 |
| II. Toluca | 2,756 | XVII. Huixquilucan | 3,561 | XXXII. Nezahualcóyotl | 6,781 |
| III. Temoaya | 3,360 | XVIII. Tlalnepantla | 4,949 | XXXIII. Ecatepec | 3,866 |
| IV. Lerma | 2,833 | XIX. Cuautitlán | 4,488 | XXXIV. Ixtapan de la Sal | 768 |
| V. Tenango del Valle | 3,682 | XX. Zumpango | 6,546 | XXXV. Metepec | 2,371 |
| VI. Tianguistenco | 3,985 | XXI. Ecatepec | 3,305 | XXXVI. Villa del Carbón | 4,592 |
| VII. Tenancingo | 3,697 | XXII. Ecatepec | 4,152 | XXXVII. Tlalnepantla | 5,151 |
| VIII. Sultepec | 562 | XXIII. Texcoco | 6,890 | XXXVIII. Coacalco | 4,860 |
| IX. Tejupilco | 1,595 | XXIV. Nezahualcóyotl | 3,518 | XXXIX. Otumba | 6,199 |
| X. Valle de Bravo | 1,907 | XXV. Nezahualcóyotl | 11,600 | XL. Ixtapaluca | 7,429 |
| XI. Santo Tomás | 2,027 | XXVI. Nezahualcóyotl | 7,325 | XLI. Nezahualcóyotl | 7,138 |
| XII. El Oro | 1,453 | XXVII. Chalco | 10,125 | XLII. Ecatepec | 6,052 |
| XIII. Atlacomulco | 1,255 | XXVIII. Amecameca | 5,853 | XLIII. Cuautitlán Izcalli | 4,068 |
| XIV. Jilotepec | 1,870 | XXIX. Naucalpan | 4,488 | XLIV. Nicolás Romero | 3,601 |
| XV. Ixtlahuaca | 2,399 | XXX. Naucalpan | 3,090 | XLV. Zinacantepec | 1,791 |
| TOTAL | | | 189,582 | | |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) del 27 de febrero al 7 de junio de 2015.

Nota: La información en específico se puede consultar en el Informe a Detalle (CD).

De los **189,582** registros en **Soportes promocionales**, el menor número por actor político lo obtuvo el rubro de propaganda *Ciudadano* con **8** elementos; el mayor número lo obtuvo el Partido de la Revolución Democrática con **49,525** registros, como se señala en la siguiente figura:

Figura 6. Soportes promocionales por actor político



Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) del 27 de febrero al 7 de junio de 2015.

Nota: La información en específico se puede consultar en el Informe a Detalle (CD).

De los **189,582** registros que se encontraron y fueron capturados en el rubro de **Soportes promocionales**, se muestra a continuación el desglose de la información por actor político en cada periodo de registro:

Tabla 14. Soportes promocionales por actor político y por periodo de registro

| ACTOR POLÍTICO | PRECAMPAÑAS | INTERCAMPAÑAS | CAMPAÑAS | PERIODO DE REFLEXIÓN | JORNADA ELECTORAL | TOTAL |
|-------------------------------------|------------------------------|----------------------------|-------------------------|----------------------|-------------------|-----------------------------|
| | 27 de febrero al 23 de marzo | 24 de marzo al 30 de abril | 1 de mayo al 3 de junio | 4 al 6 de junio | 7 de junio | 27 de febrero al 7 de junio |
| PAN | 2,086 | 2,471 | 19,490 | 696 | 65 | 24,808 |
| PRI | 655 | 2,438 | 10,950 | 861 | 121 | 15,025 |
| PRD | 12,242 | 5,891 | 30,665 | 631 | 96 | 49,525 |
| PT | 529 | 870 | 5,390 | 211 | 30 | 7,030 |
| PVEM | 833 | 1,104 | 663 | 22 | 0 | 2,622 |
| MC | 1,672 | 2,543 | 7,723 | 367 | 47 | 12,352 |
| NA | 208 | 332 | 1,692 | 86 | 5 | 2,323 |
| MORENA | 2,575 | 2,216 | 8,757 | 344 | 29 | 13,921 |
| PH | 497 | 488 | 1,369 | 27 | 15 | 2,396 |
| ES | 381 | 588 | 2,711 | 128 | 11 | 3,819 |
| PFD | 3 | 101 | 740 | 77 | 10 | 931 |
| COA. PRI-PVEM | 0 | 0 | 14,267 | 311 | 16 | 14,594 |
| COA. PRI-PVEM-NA | 0 | 0 | 27,252 | 892 | 123 | 28,267 |
| COA. PT-PAN | 0 | 0 | 8,639 | 695 | 52 | 9,386 |
| CIUDADANO | 8 | 0 | 0 | 0 | 0 | 8 |
| ASPIRANTE A CANDIDATO INDEPENDIENTE | 179 | 18 | 0 | 0 | 0 | 197 |
| CANDIDATO INDEPENDIENTE | 0 | 0 | 748 | 31 | 0 | 779 |
| APÓCRIFA | 0 | 4 | 50 | 9 | 0 | 63 |
| GOBERNAMENTAL | 0 | 0 | 1,416 | 107 | 13 | 1,536 |
| TOTAL | 21,868 | 19,064 | 142,522 | 5,495 | 633 | 189,582 |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos en el Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) del 27 de febrero al 7 de junio de 2015.

Nota: La información en específico se puede consultar en el Informe a Detalle (CD).



2 MONITOREO

EXTRATERRITORIAL



a) Monitoreo extraterritorial en el Distrito Federal

El monitoreo extraterritorial en el Distrito Federal se realizó en el periodo comprendido del 10 al 31 de mayo del presente año. Encontrándose solo 4 registros de propaganda: 2 gubernamental y 2 de tipo electoral del Partido de la Revolución Democrática, como se describe en la siguiente tabla:

Tabla 15. Concentrado de elementos propagandísticos localizados en el desarrollo del monitoreo

| DISTRITO | NOMBRE DE LA VIALIDAD | FECHA | TIPO DE PROPAGANDA | TIPO DE MEDIO ALTERNO | PARTIDO POLITICO, COALICION O CANDIDATO INDEPENDIENTE | NOMBRE DEL ACTOR POLITICO | VERSIÓN | REGISTROS |
|------------------|-----------------------|------------|-----------------------|-----------------------|---|---------------------------|---------------------------------------|-----------|
| DISTRITO FEDERAL | METRO ROSARIO | 10/05/2015 | ELECTORAL | CARTELERA | PRD | SIN ACTOR POLITICO | POR TU SEGURIDAD, LO VAMOS A CAMBIAR. | 1 |
| DISTRITO FEDERAL | METRO ROSARIO | 10/05/2015 | ELECTORAL | CARTELERA | PRD | SIN ACTOR POLITICO | POR TU SEGURIDAD, LO VAMOS A CAMBIAR. | 1 |
| DISTRITO FEDERAL | METRO ROSARIO | 10/05/2015 | GUBERNAMENTAL ESTATAL | CARTELERA | GUBERNAMENTAL ESTATAL | GUBERNAMENTAL ESTATAL | SIN VERSIÓN | 1 |
| DISTRITO FEDERAL | METRO ROSARIO | 10/05/2015 | GUBERNAMENTAL ESTATAL | CARTELERA | GUBERNAMENTAL ESTATAL | GUBERNAMENTAL ESTATAL | SIN VERSIÓN | 1 |
| TOTAL | | | | | | | | 4 |

Fuente: Elaboración en el desarrollo del Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos del 10 al 31 de mayo de 2015.

b) Monitoreo extraterritorial en los estados colindantes al Estado de México

En este rubro solo 15 Juntas Distritales realizaron este monitoreo el cual solo se llevó a cabo en Campañas Electorales no encontrándose propaganda electoral ni gubernamental.



3 MONITOREO EN CINE



En el periodo comprendido del 27 de febrero al 6 de junio, los Coordinadores Regionales de Monitoreo acudieron a realizar el monitoreo a cine en 29 Distritos Electorales, acumulando 116 visitas a 67 complejos cinematográficos y encontrando en solo 6 de ellos, un total de 12 registros de propaganda política del Partido Verde Ecologista de México y propaganda electoral del Partido Acción Nacional, Partido Revolucionario Institucional y de la Coalición PRI-PVEM-NA, como se indica en la siguiente tabla:

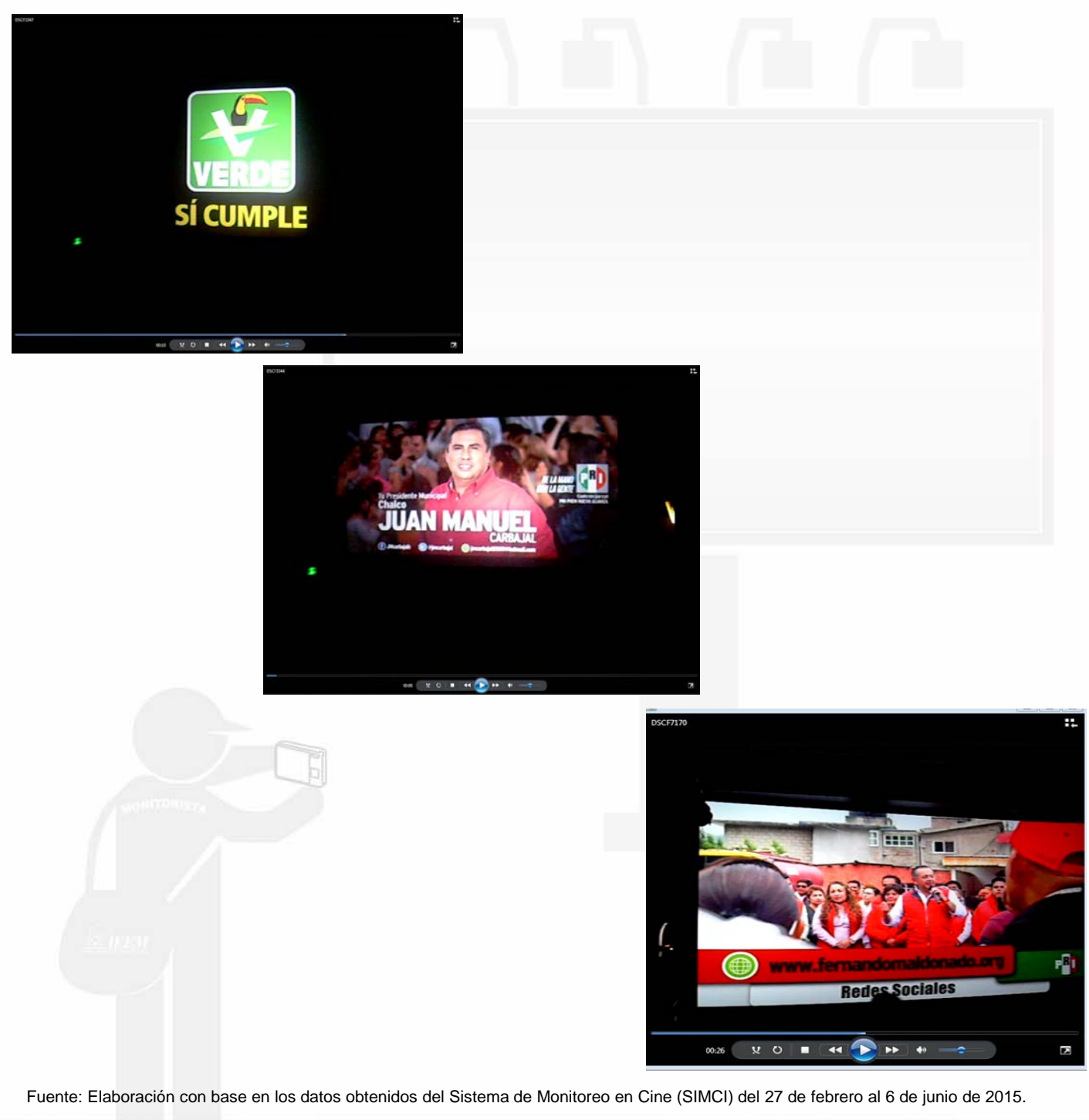
Tabla 16. Resultados obtenidos de las visitas a algunos complejos cinematográficos en el Estado de México

| DISTRITO | | COMPLEJO CINEMATOGRAFICO | FECHA | PELÍCULA | ACTOR POLITICO | TIPO DE PROPAGANDA | PARTIDO POLÍTICO | VERSIÓN |
|----------|-----------------|--------------------------------------|------------|-----------------------|--------------------------------------|-------------------------|------------------|---|
| 1 | 17 HUIXQUILUCAN | CINEMEX CENTRO COMERCIAL MAGNOCENTRO | 09/05/2015 | EL SECRETO DE ADELINE | SIN ACTOR POLITICO | POLÍTICA | PVEM | FAUNA SILVESTRE ESTÁ DESAPARECIENDO Y PÉRDIDA DE BOSQUES Y SELVAS |
| | | | | | | POLÍTICA | PVEM | |
| 2 | 19 CUAUTITLÁN | CINEMEX LA VIA | 09/05/2015 | THE AVENGERS 2 | SIN ACTOR POLITICO | POLÍTICA | PVEM | |
| | | | | | | POLÍTICA | PVEM | |
| 3 | 23 TEXCOCO | CINEMEX PLAZA PUERTA TEXCOCO | 09/05/2015 | EL SECRETO DE ADALINE | SIN ACTOR POLITICO | POLÍTICA | PVEM | FAUNA SILVESTRE ESTÁ DESAPARECIENDO Y PÉRDIDA DE BOSQUES Y SELVAS |
| 4 | 38 COACALCO | CINEMEX PERINORTE | 23/05/2015 | TOMORROWLAND | SIN ACTOR POLITICO | POLÍTICA | PVEM | SIN VERSIÓN |
| | | | | | | POLÍTICA | PVEM | |
| | | | | | | ELECTORAL | PAN | |
| 5 | 27 CHALCO | CINEMEX PLAZA CHALCO | 23/05/2015 | TOMORROWLAND | JUAN MANUEL CARBAJAL HERNANDEZ | ELECTORAL AYUNTAMIENTOS | PRI | CONSTRUYENDO UN CHALCO MEJOR |
| | | | | | SIN ACTOR POLITICO | ELECTORAL | PAN | CAMBIEMOS EL RUMBO |
| | | | | | | POLÍTICA | PVEM | PÉRDIDA DE BOSQUES Y SELVAS, FAUNA SILVESTRE ESTÁ DESAPARECIENDO |
| 6 | 17 HUIXQUILUCAN | CINEPOLIS PASEO INTERLOMAS | 23/05/2015 | TOMORROWLAND | FERNANDO ALFREDO MALDONADO HERNANDEZ | ELECTORAL AYUNTAMIENTOS | PRI-PVEM-NA | TU PRESIDENTE MUNICIPAL HUIXQUILUCAN |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema de Monitoreo en Cine (SIMCI) del 27 de febrero al 6 de junio de 2015.

En la siguiente figura se muestran 3 imágenes de los testigos obtenidos en el **Monitoreo en cine:**

Figura 8. Imágenes de los resultados obtenidos de las visitas a algunos complejos cinematográficos en el Estado de México



Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema de Monitoreo en Cine (SIMCI) del 27 de febrero al 6 de junio de 2015.



4 CLASIFICACIÓN DE LA NUEVA PROPAGANDA OBSERVADA



Derivado de los comentarios realizados en la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, la Dirección de Partidos Políticos realizó una clasificación de la propaganda que se presentó diferente a la comúnmente ya clasificada, misma que fue observada y registrada durante los periodos de Intercampañas y Campañas Electorales.

Esta propaganda al no tenerse la certeza de quién o quiénes la originaron, se tendrá por registrada en un apartado sin incluirse a ningún actor político, y solo podrá servir en los casos de alguna queja o medio de impugnación.


a) Propaganda Apócrifa



Es aquella que pretende hacerse pasar por propaganda legítima que emiten los Partidos Políticos o Actores Políticos, sin que sea así, usando los mismos elementos, o elementos muy parecidos (como emblema del partido, colores, y en general el formato con que se ubica a la propaganda de cada partido político) a la propaganda auténtica, como se muestra en la siguiente figura:

Figura 9. Cédula de identificación considerada como Propaganda Apócrifa

INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO DE MÉXICO
MONITOREO A MEDIO DE COMUNICACIÓN ALTERNOS
PRECAMPAÑAS, INTERCAMPAÑAS Y CAMPAÑAS ELECTORALES
CÉDULA DE IDENTIFICACIÓN
SOPORTES PROMOCIONALES

FECHA Y HORA DE IMPRESIÓN : 15/06/2015 15:00:52



| | | | | |
|--|-------------------------|--|--|--|
| DISTRITO I TOLUCA | MUNICIPIO 107 TOLUCA | CONSECUTIVO 26 | NOMBRE(S) DEL O LOS ACTORES POLÍTICOS /SIN ACTOR POLITICO | |
| FECHA 25/04/2015 10:30 (dd/mm/yyyy) | SECCIÓN 5259 | TIPO DE SOPORTE PROMOCIONAL 2. ANUNCIO ESPECTACULAR | MEDIDAS ALTURA: 6 LONGITUD: 8 TOTAL: 48 | |
| NOMBRE DE LA VIALIDAD LAS TORRES | | TIPO DE ANUNCIO ESPECTACULAR UNA CARA | SIMILARES VERSIÓN | |
| COLONIA/LOCALIDAD MODERNA DE LA CRUZ | | ESTAS ENTRANDO AL ESTADO DE MÉXICO DONDE EL NUMERO DE BENEFICIARIOS DE MEDICAMENTOS Y ESTUDIOS M | | |
| PARTIDO POLÍTICO, COALICIÓN O CANDIDATO INDEPENDIENTE | | TIPO DE PROPAGANDA /POLITICA | | |
| /APOCRIFA | | | | |
| CROQUIS DE UBICACIÓN | | FOTOGRAFÍA | | |
|  | |  | | |
| VOCAL EJECUTIVO MARINA VALDES GARCIA | | MONITORISTA 301.LORENA YAZMIN VALENZUELA GARCÍA | | |

Fuente: Cédula de identificación obtenidas del Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) del 24 de marzo al 7 de junio de 2015.

Nota: la definición de propaganda apócrifa fue elaborado por el personal de la Dirección de Partidos Políticos

b) Propaganda Denostativa

Es aquella que usa adjetivos o imágenes que ofenden, agravian, calumnian, denigran, injurian, insultan o ultrajan a los actores políticos referidos explícita o implícitamente, como se muestra en la siguiente figura:

Figura 10. Cédula de identificación considerada como Propaganda Denostativa

INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO DE MÉXICO
MONITOREO A MEDIO DE COMUNICACIÓN ALTERNOS
CAMPAÑAS ELECTORALES
CÉDULA DE IDENTIFICACIÓN
SOPORTES PROMOCIONALES

FECHA Y HORA DE IMPRESIÓN : 15/06/2015 13:54:33



| | | | | |
|---|--------------|--------------------|---------------------------------------|--------------|
| DISTRITO | MUNICIPIO | CONSECUTIVO | NOMBRE(S) DEL O LOS ACTORES POLÍTICOS | |
| IV LERMA | 63 OCOYOACAC | 557 | /SIN ACTOR POLITICO | |
| FECHA | | SECCIÓN | TIPO DE SOPORTE PROMOCIONAL | MEDIDAS |
| 05/06/2015 12:00 (dd/mm/yyyy) | | 3831 | 2.ANUNCIO ESPECTACULAR | ALTURA: 5 |
| NOMBRE DE LA VIALIDAD | | | TIPO DE ANUNCIO ESPECTACULAR | LONGITUD: 10 |
| LA CAMPANA | | | UNA CARA | TOTAL: 50 |
| COLONIA/LOCALIDAD | | | SIMILARES | VERSIÓN |
| QUINTA LOS BARANDALES | | | | |
| PARTIDO POLÍTICO, COALICIÓN O CANDIDATO | | TIPO DE PROPAGANDA | | |
| INDEPENDIENTE | | /POLITICA | | |
| /APOCRIFA | | | | |
| CROQUIS DE UBICACIÓN | | | FOTOGRAFÍA | |
| | | | | |
| VOCAL EJECUTIVO | | | MONITORISTA | |
| MARTHA SEGURA RAMIREZ | | | 20.ESTEBAN JIMENEZ FLORES | |

Fuente: Cédula de identificación obtenidas del Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) del 24 de marzo al 7 de junio de 2015.

Nota: la definición de propaganda denostativa fue elaborado por el personal de la Dirección de Partidos Políticos

c) Propaganda Negativa

Es aquella que sin usar los adjetivos o imágenes de la propaganda denostativa, refieren hechos, datos o circunstancias negativos, que afectan la imagen de los actores políticos referidos explícita o implícitamente, como se muestra en la siguiente figura:

Figura 11. Cédula de identificación considerada como Propaganda Negativa

INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO DE MÉXICO
 MONITOREO A MEDIO DE COMUNICACIÓN ALTERNOS
 CAMPAÑAS ELECTORALES
 CÉDULA DE IDENTIFICACIÓN
 SOPORTES PROMOCIONALES

FECHA Y HORA DE IMPRESIÓN : 15/06/2015 14:25:18



| | | | | | |
|---|--|---------------------------------|---|--|-----------------------|
| DISTRITO XXVI NEZAHUALCOYOTL | | MUNICIPIO 60 NEZAHUALCOYOTL | CONSECUTIVO 1238 | NOMBRE(S) DEL O LOS ACTORES POLÍTICOS /SIN ACTOR POLITICO | |
| FECHA 30/05/2015 11:59 (dd/mm/yyyy) | | SECCIÓN 3278 | TIPO DE SOPORTE PROMOCIONAL 4. LONAS / VINILONAS | | MEDIDAS ALTURA: .7 |
| NOMBRE DE LA VIALIDAD CALLE 13 | | TIPO DE ANUNCIO ESPECTACULAR | | LONGITUD: .7 | TOTAL: .49 |
| COLONIA/LOCALIDAD MARAVILLAS | | SIMILARES | | VERSIÓN SIN VERSION | |
| PARTIDO POLÍTICO, COALICIÓN O CANDIDATO INDEPENDIENTE | | TIPO DE PROPAGANDA /POLITICA | | | |
| /APOCRIFA | | | | | |
| CROQUIS DE UBICACIÓN | | | FOTOGRAFÍA | | |
|  | | |  | | |
| VOCAL EJECUTIVO MARIA MAGDALENA RAMIREZ JIMENEZ | | | MONITORISTA 162.LEONARDO GONZALEZ DEANDA | | |

Fuente: Cédula de identificación obtenidas del Sistema de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos (SIMMCA) del 24 de marzo al 7 de junio de 2015.

Nota: la definición de propaganda negativa fue elaborado por el personal de la Dirección de Partidos Políticos

CONCLUSIONES

Durante el desarrollo del Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos 2015, del 27 de febrero al 7 de junio, se capturaron **205,640** registros de la propaganda observada en los 45 Distritos Electorales del Estado de México, dentro de la clasificación de los cuatro tipos de medios de comunicación alternos siendo estos: Eventos de Difusión, Propaganda Móvil o de Tránsito, Publicidad Directa y Soportes Promocionales.

El equipo de Monitoristas realizó un total de **3,847** recorridos en las 300 Áreas de Monitoreo de los distritos electorales del Estado de México, para captar elementos propagandísticos utilizados por parte de los actores políticos. Cabe mencionar que para este periodo de monitoreo del proceso electoral 2015 se monitoreó la propaganda política, electoral, gubernamental y extraterritorial.

De los **205,640** registros, 54% fueron clasificados como propaganda electoral de ayuntamientos, 25% pertenece a la propaganda de diputados, 3% a la propaganda electoral, el 17% corresponde a propaganda política y el 1% se relaciona con propaganda gubernamental.

Respecto a los **Eventos de difusión** se generaron **2,283** cédulas de identificación, donde “promoción del voto” obtuvo el mayor número de registros con un 25%; los de menor número fueron los clasificados como: “apertura”, “concierto”, “concurso” y “proyección audiovisual” con el 1% de registros respectivamente.

En cuanto a los actores políticos, la coalición PRI-PVEM-NA obtuvo el 17% de registros; el Partido Acción Nacional y el Partido de la Revolución Democrática el 13%; la coalición PRI-PVEM y el Partido Movimiento Ciudadano 9%; el Partido Político MORENA obtuvo el 8%; la coalición PT-PAN el 7%; el Partido Revolucionario Institucional 6%; el Partido Nueva Alianza 5%; el Partido Encuentro Social y el Partido del Trabajo alcanzaron el 4% respectivamente; el Partido Humanista 3%; el Partido Futuro Democrático 1%; el Partido Verde Ecologista de México el 0.6%; Candidato Independiente 0.3%, Gubernamental con 0.1% de registros.

En cuanto a la **Propaganda móvil o de tránsito** se obtuvieron **7,612** registros, donde el “transporte privado” prevaleció con el 66%, obteniendo el mayor porcentaje; en segundo lugar el “transporte público” con el 19% y en último lugar el “perifoneo” con 15%.

En este apartado, el Partido de la Revolución Democrática registró el mayor número de elementos con el 18%; el Partido Político MORENA 13%; el Partido Verde Ecologista de México 12%; la coalición PRI-PVEM-NA y el Partido Revolucionario Institucional con 11% respectivamente; el Partido Acción Nacional 9%; el Partido Movimiento Ciudadano 5%; la coalición PT-PAN y la coalición PRI-PVEM ambos con 4%; el Partido del Trabajo, Nueva Alianza, el Partido Encuentro Social igualaron con el 3%; el Partido Humanista 2%; el Partido Futuro Democrático 1%; la figura de Candidato Independiente 0.6% y la propaganda Gubernamental obtuvo el 0.4% de registros.

Con respecto a la **Publicidad directa** se acumularon **6,163** registros, donde el elemento propagandístico más observado fue la “calcomanía” alcanzando un 32%, encontrándose en el segundo lugar el “volante” con 19% de los registros capturados.

De modo que el Partido de la Revolución Democrática registró el 21% siendo éste el que obtuvo el mayor número; el Partido Político MORENA 13%; el Partido Movimiento Ciudadano 10%; el Partido Acción Nacional 9%; la coalición PRI-PVEM-NA 8%; la coalición PRI-PVEM 7%; el Partido Verde Ecologista de México y el Partido Revolucionario Institucional 6% respectivamente; el Partido del Trabajo 5%; el Partido Humanista 4%; el Partido Nueva Alianza y el Partido Encuentro Social alcanzaron el 3% cada uno; la coalición PT-PAN 2%; el Partido Futuro Democrático 1%; Candidato Independiente obtuvo el 0.7%; la propaganda Apócrifa 0.2% y la Gubernamental se colocó con 0.1% de los registros.

En cuanto al rubro de Soportes promocionales se obtuvieron 189,582 elementos, siendo las “lonas y vinilonas” las más observadas con un total del 67%, en segundo lugar “barda pintada” con el 21% de registros.

El actor político que obtuvo el mayor número de los registros fue el Partido de la Revolución Democrática con el 25%; en segundo lugar la coalición PRI-PVEM-NA con 14%; el Partido Acción Nacional obtuvo el 13%; enseguida la coalición PRI-PVEM y el Partido Revolucionario Institucional con 8% respectivamente; el Partido Político MORENA 7%; el Partido Movimiento Ciudadano 6%; la coalición PT-PAN 5%; el Partido del Trabajo 4%; el Partido Encuentro Social 3%; el Partido Verde Ecologista de México 2%; el Partido Nueva Alianza y el Partido Humanista 1% cada uno; la propaganda Gubernamental 0.9%; el Partido Futuro Democrático 0.7%; el rubro de Candidato Independiente el 0.5%; el rubro de Aspirante a Candidato Independiente registró el 0.4%; la propaganda Apócrifa 0.3% y Ciudadano con el 0.1% de registros.

En el Monitoreo extraterritorial se detectaron 4 registros en los recorridos que se realizaron en el Distrito Federal; en los estados colindantes con el Estado de México no se encontró ningún elemento de propaganda.

En cuanto al Monitoreo a cine se realizaron 116 visitas a 67 complejos cinematográficos dentro de 29 Distritos Electorales del Estado de México, detectando propaganda política del Partido Verde Ecologista de México y propaganda electoral del Partido Acción Nacional, así como del Partido Revolucionario Institucional y de la Coalición PRI-PVEM-NA.

Nota: El análisis de los datos anteriores, así como el desglose de la información por actor político se pueden consultar con mayor precisión en el informe a detalle contenido en el CD.