

**Toluca de Lerdo, México, 18 de julio de 2018.**

**Acta Estenográfica de la Novena Sesión Ordinaria de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión del Instituto Electoral del Estado de México, llevada a cabo en la Sala de Comisiones de esta institución, sito en Paseo Tollocan No. 944, segundo piso, colonia Santa Ana Tlapaltitlán, en la forma siguiente:**

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Muy buenos días.

Vamos a dar inicio a la Novena Sesión Ordinaria de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, en términos de lo que disponen los artículos cuatro, fracción I, inciso c); 10, fracciones I y IV; 11, fracción I, y 25 del Reglamento de Comisiones del Consejo General de este Instituto.

Y voy a pedirle a la Secretaria, a la doctora Paty Bernal, que inicie los trabajos pasando lista de presentes y, en su caso, haga la declaración de quórum legal.

Paty.

**SECRETARIA TÉCNICA, MTRA. ALMA PATRICIA BERNAL OCEGUERA:** Gracias, señor Presidente.

Con gusto.

Buenos días a todos.

Procederé a pasar lista de asistencia para esta Novena Sesión Ordinaria, citada para el 18 de julio de 2018, en punto de las 11:00 horas.

Maestro Saúl Mandujano Rubio, presidente de esta Comisión. (Presente)

Doctora María Guadalupe González Jordan, consejera electoral e integrante. (Presente)

Maestra Laura Daniella Durán Ceja, consejera electoral e integrante de esta Comisión. (Presente)

Por parte del Partido Acción Nacional, la licenciada Marlene Miranda Espinosa. (Presente)

Por parte del Partido del Trabajo, el ciudadano David Hernández López. (Presente)

Por parte del Partido Verde Ecologista de México, el licenciado Oscar Hugo López Rodríguez. (Presente)

Por parte de Nueva Alianza, la licenciada Mayté Martín del Campo Valverde. (Presente)

Por parte de Morena, el ciudadano Jorge Mauricio Castillo López. (Presente)

Por parte de Encuentro Social, Jesús Enrique Flores Vázquez. (Presente)

Y la de la voz, Patricia Bernal.

Consejero, le informo que se encuentran presentes las consejeras y consejero con derecho a voto, así como las y los representantes de los partidos que he mencionado.

Por lo tanto, en términos del artículo 11, fracción VIII, del Reglamento de Comisiones, existe quórum legal para continuar con la sesión.

Si me lo permite, también le informo que contamos con la presencia de la maestra María Verónica Veloz Valencia, jefa de la Unidad de Comunicación Social.

**JEFA DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL, MTRA. MARÍA VERÓNICA VELOZ VALENCIA:** Buenos días.

**SECRETARIA TÉCNICA, MTRA. ALMA PATRICIA BERNAL OCEGUERA:** Muchísimas gracias.

Sería cuanto.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Dado que existe quórum legal, con fundamento en lo previsto por los artículos 10, fracción IV; 27 y 29 del Reglamento de Comisiones del Consejo General de este Instituto, damos formalmente inicio a la Novena Sesión Ordinaria de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, siendo las 11 horas con 12 minutos, del día 18 de julio del 2018.

Y le pido a la Secretaria Técnica, que continúe con el siguiente punto del orden del día.

**SECRETARIA TÉCNICA, MTRA. ALMA PATRICIA BERNAL OCEGUERA:** Con gusto, señor Presidente.

El siguiente punto es el número dos y corresponde a la lectura y aprobación del orden del día.

La propuesta de orden del día es la siguiente:

1. Lista de presentes y declaración de quórum legal.

2. Lectura y aprobación del orden del día.
3. Lectura y aprobación del Acta Estenográfica de la Quinta Sesión Extraordinaria.
4. Presentación del Informe Final de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet, del periodo de campañas 2018, por parte de la Empresa Verificación y Monitoreo, S.A. de C.V.
5. Presentación de Informe Final Acumulado de Monitoreo de Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet, por parte de la Empresa Verificación y Monitoreo, S.A. de C.V.
6. Presentación del Informe Final de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos y Cine, del periodo de campañas 2018, por parte de la Dirección de Partidos Políticos.
7. Presentación del Informe Final Acumulado a Medios de Comunicación Alternos y Cine, por parte de la Dirección de Partidos Políticos.
8. Asuntos generales.

Sería cuanto.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Muchas gracias, Paty.

Está a consideración de las y los representantes de los partidos políticos, así como de las consejeras electorales, la aprobación del orden del día.

Se les consulta si desean incluir algún asunto general.

De no ser el caso, le pido a la Secretaria Técnica que requiera el consenso de las y los representantes de los partidos políticos, así como el voto de las consejeras y consejero electoral, con relación al orden del día, Paty.

**SECRETARIA TÉCNICA, MTRA. ALMA PATRICIA BERNAL OCEGUERA:** Con gusto, señor Presidente.

Preguntaría respetuosamente, en primer lugar, a las y los representantes de los partidos políticos presentes, si contamos con su consenso para la aprobación del orden del día propuesto.

Solicitaría entonces ahora a las consejeras y consejero electoral que, si están de acuerdo en aprobar el orden del día propuesto para la presente sesión, se sirvan manifestarlo levantando la mano.

Señor Presidente, la propuesta de orden del día ha sido aprobada, con el consenso de los representantes de los partidos políticos presentes y por unanimidad de votos de las consejeras y consejero integrantes de esta Comisión.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Muchas gracias, Paty.

Te pido que continúes con el siguiente punto del orden del día.

**SECRETARIA TÉCNICA, MTRA. ALMA PATRICIA BERNAL OCEGUERA:** El siguiente punto es el número tres y corresponde a la lectura y aprobación del Acta Estenográfica de la Quinta Sesión Extraordinaria.

Sería cuanto.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** El Acta Estenográfica de la Quinta Sesión Extraordinaria fue remitida junto con la documentación que se envió con la convocatoria, y con fundamento en el artículo 31 del Reglamento de Comisiones del Consejo General de este Instituto, le pido a la Secretaria Técnica que consulte a los integrantes de esta Comisión, si existe consenso y aprobación para dispensar su lectura.

**SECRETARIA TÉCNICA, MTRA. ALMA PATRICIA BERNAL OCEGUERA:** Con gusto, señor Presidente.

Solicitaría, respetuosamente, a las y los representantes de los partidos políticos, manifiesten su consenso respecto de la dispensa de la lectura del Acta Estenográfica de la Quinta Sesión Extraordinaria, que en su oportunidad fue circulada con la convocatoria.

Existe el consenso.

Solicitaría entonces a las consejeras y consejero, que si están de acuerdo con la dispensa de dicha lectura se sirvan manifestarlo levantando la mano.

La propuesta ha sido aprobada por consenso de las y los representantes de los partidos y por unanimidad de votos, de las consejeras y consejero integrantes de esta Comisión.

Sería cuanto.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Una vez que se acordó la dispensa de la lectura, les pregunto si tienen alguna observación o comentario respecto del Acta Estenográfica de la Quinta Sesión Extraordinaria.

De no existir observaciones, le pido a la Secretaria Técnica proceda a recabar, entonces, el consenso y la aprobación correspondiente.

**SECRETARIA TÉCNICA, MTRA. ALMA PATRICIA BERNAL OCEGUERA:** Con gusto, señor Presidente.

Solicitaría a las y los representantes de los partidos políticos, manifiesten su consenso respecto del Acta Estenográfica de la Quinta Sesión Extraordinaria de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión, celebrada el 10 de julio de 2018, que en su oportunidad fue entregada para su conocimiento.

Existe el consenso.

Solicitaría a las consejeras y consejero electorales integrantes de esta Comisión respetuosamente que, si están de acuerdo en aprobar dicha acta, se sirvan manifestarlo levantando la mano.

El Acta Estenográfica ha sido aprobada por unanimidad de votos de las consejeras y consejero integrantes de esta Comisión, y con el consenso de los representantes presentes.

Sería cuanto.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Gracias.

Paty, te pido entonces que le demos trámite al siguiente punto del orden del día.

**SECRETARIA TÉCNICA, MTRA. ALMA PATRICIA BERNAL OCEGUERA:** Con gusto, señor Presidente.

El siguiente punto del orden del día es el cuatro y corresponde a la Presentación del Informe Final de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del periodo de campañas 2018, por parte de la empresa Verificación y Monitoreo, S.A. de C.V.

Sería cuanto.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Sí.

Gracias, Paty.

Voy a pedir que si nos apoyan, para que pase el personal de la empresa.

Muy buenos días [REDACTED] y Javier. Voy a pedirles, para darle trámite a este punto del orden del día, al representante legal de la Empresa Verificación y Monitoreo y al personal que le acompaña, que nos hagan favor de realizar la Presentación del

Informe Final del Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet del periodo de campañas 2018.

Tienes el uso de la palabra, [REDACTED], para hacer la presentación.

**C. [REDACTED]:** Buen día. Muchas gracias.

Un poco cambiando el formato, les voy a pedir si me excusan el día de hoy hacer esto sentado, porque es un montón de información el día de hoy y necesito ir la siguiendo aquí, en mi computadora, si no les molesta.

El día de hoy vamos hacer la presentación de cuatro informes ejecutivos.

El primero de ellos corresponde al último periodo de las campañas que se había quedado sin presentar aquí, que va del 23 al 27 de junio; posteriormente haremos el Informe Ejecutivo del periodo acumulado de toda la campaña.

Después de eso presentaré el Informe Ejecutivo del periodo de reflexión, mismo que ya se entregó, y finalmente el Informe Final Acumulado desde el principio del proceso hasta este momento.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** [REDACTED], nada más para ubicarnos en el orden del día, te pediría que en este punto ahora sólo te aboques al Informe Final de Campañas, porque así está armado el orden del día, y cuando ya presentes el Informe de Campañas, lo tendríamos por presentado y te daría el uso de la palabra para pasar al siguiente punto del orden del día, que sería la Presentación del Informe Final Acumulado.

Entonces ahora sería sólo el Informe Final de Campañas Electorales.

**C. [REDACTED]:** De acuerdo.

En ese caso te pido [REDACTED], que vayamos, por favor, directo a la página 12, para presentar el Informe Final de Campañas.

Señor Presidente, teniendo en consideración regreso al formato, porque es menos información la que voy a dar en este momento y aquí la traiga en la mano.

En cuanto al final acumulado al periodo de campañas a medios de comunicación, que va del 24 de mayo al 27 de junio de 2018, este es nuestro Informe Ejecutivo.

El cumplimiento de la pauta en radio.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Espérate tantito, ese es el final acumulado de campañas, ¿no?

**C. [REDACTED]:** De la campaña, sí.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Es que, además, para ubicarme tantito-----.

**C. [REDACTED]:** Sí, sí, sí.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Ahora vamos a presentar el Informe Final de Campaña. ¿Es éste, sí? ¿Es el que vas a presentar?

**C. [REDACTED]:** Sí, esto sería en cuanto al total del periodo de la campaña.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** De la campaña, Okey, perfecto.

**C. [REDACTED]:** ¿Sí es correcto, lo que quieren ver?

Vamos a la diapositiva uno, por favor, [REDACTED].

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Sí, adelante [REDACTED].

**C. [REDACTED]:** Previo a esto, el último periodo que nos hizo falta presentar era del 23 al 27, que solamente eran cuatro días que quedaron fuera del corte.

Nosotros a la hora de mandar el final de la campaña, hicimos esta presentación en un solo segmento y presentamos la campaña completa.

Entonces, ¿me voy al acumulado o presento éste? ¿Qué prefieren? ¿Qué es lo que gustan ver en este momento?

Perdónenme, discúlpennme, es que me confundí.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** A ver, es que en el orden del día, nada más para ubicarnos, [REDACTED], está primero el Informe Final de Campaña.

**C. [REDACTED]:** Sí, que sería el acumulado, ¿estamos de acuerdo?

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Que sería éste; ajá, claro, que sería éste y ya luego presentamos todo lo demás.

Sale [REDACTED].

**C. [REDACTED]:** De acuerdo.

Al lado, [REDACTED], por favor.

El Informe Final de la Campaña es del 24 al 27 de junio, ese es nuestro Informe Final de la Campaña.

Vamos, por favor, a la parte del monitoreo cuantitativo.

En cuanto a la pauta de radio observamos un cumplimiento durante todo el periodo del 99.9 por ciento de los anuncios, encontrando solamente 11 omisiones para Vía Radical y dos omisiones para los candidatos independientes.

Estas omisiones se encontraron situadas para Vía Radical en la segunda quincena y la tercera quincena, fue como se dividió este reporte, y para los candidatos independientes se encontraron solamente en el segundo quincenal.

En cuanto al panorama general de la televisión observamos también un cumplimiento del 99.9 por ciento, teniendo 17 omisiones de spots para el Partido Vía Radical.

Estas omisiones se repartieron en los tres periodos, observando un cumplimiento del 93 por ciento en el primer quincenal, 96 por ciento en el segundo quincenal y 95 por ciento en el último periodo.

En cuanto a los anuncios de prensa encontramos que de los 144 anuncios que fueron emitidos, 47 de ellos fueron para partidos políticos, 40 para autoridad electoral, 10 por ciento gobierno estatal y tres por ciento gobierno municipal.

Destacan 11 anuncios para el PRI, cinco para el Verde Ecologista, cuatro para Nueva Alianza, dos para Vía Radical, 30 para la Coalición PAN-PRD-Movimiento Ciudadano, y cuatro para la Coalición MORENA-PT-PES.

En cuanto a los anuncios reportados encontrados en el internet, hubo 776 anuncios, de los cuales 72 por ciento de ellos fueron para la autoridad electoral, 20 por ciento para gobierno estatal, solamente dos por ciento para partidos políticos y seis por ciento para gobiernos municipales.

Como habíamos acordado, se incluyó todo el tema de género en el total de las campañas, eso sí lo hemos venido reportando.

En cuanto al panorama general de los promocionales, se encontró que en el 48 por ciento de ellos no aplicaba ningún género en particular, se refieren a temas institucionales; 43 por ciento hacen referencia a hombres, solamente seis por ciento a mujeres y tres por ciento a ambos.

Ya habíamos visto esta tendencia también en los informes pasados, en cuanto a candidatos a presidencias y ayuntamientos, el 94 por ciento de los anuncios eran



destinados a hombres, solamente seis por ciento a mujeres y de las candidaturas a diputados el 75 por ciento eran para las mujeres, 25 por ciento para hombres.

En cuanto al estereotipo de género utilizado en los promocionales, en total el 94.9 por ciento de los anuncios no presentaban ningún estereotipo, estaban no definidos, el 3.8 por ciento de los promocionales se referían a la figura materna y el 1.3 por ciento de ellos se refería al rol de víctimas.

En el uso de lenguaje incluyente dentro de los promocionales, el 71 por ciento no hace referencia a ningún uso en particular de esto; el 13 por ciento de los anuncios o promocionales tenía un uso de lenguaje incorrecto, el 10 por ciento una expresión sexista y solamente el seis por ciento tuvo un lenguaje incluyente.

En cuanto a las menciones, notas o la parte de la información, encontramos durante el periodo total de la campaña 21 mil 154 menciones.

De éstas 21 por ciento de ellas fueron de declarantes, 70 por ciento eran de referentes y solamente el nueve por ciento de circunstanciales.

Estas menciones vienen de cuatro mil 316 notas únicas, de las cuales mil 796 son del PRI, para la Coalición del PAN-PRD-Movimiento Ciudadano 829, para la Coalición de MORENA-MORENA-PES 637.

La mayor parte de estas notas fue generada en medios impresos, con el 48 por ciento de la información acumulada ahí; 37 por ciento en internet; 10 por ciento en radio, y cinco por ciento en televisión.

En cuanto al tema de género, la información recopilada hacía 70 por ciento referencia a hombres y 30 por ciento referencia a mujeres.

Eso es en cuanto al Informe Final de la Campaña.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Sí. Gracias, [REDACTED].

Ya nos ha hecho la presentación, Verificación y Monitoreo del Informe Final de Campañas 2018 y está a consideración de los integrantes de esta Comisión, por si tienen algún comentario u observación.

Sí, le voy a dar el uso de la palabra a la consejera Guadalupe González Jordan.

Lupita, tienes el uso de la palabra.

**CONSEJERA ELECTORAL, DRA. MARÍA GUADALUPE GONZÁLEZ JORDAN:** Gracias, Presidente.

Tengo una pregunta.

Bueno, primeramente que nada agradezco la información que fue remitida, debido a la solicitud que realice en la sesión anterior.

Pero al revisarla, veo que dejaron repetidos como 14 periódicos. Yo dije, se imprimieron dos hojas, pero están repetidas, y a la hora de revisarla, por ejemplo, en el informe anterior, en el Periódico "Por qué", ahí en comentarios dice que sí se tuvo el periódico, pero que no hubo notas y aquí, en la justificación, me dicen que en el Periódico "Por qué", que no se tuvo el periódico. Entonces no me coincide la información.

Me pudiera comentar sobre esto.

Gracias.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Sí,

██████████.

**C. ██████████:** Sí, por supuesto.

Voy a retomar un poco las dos secciones que no presentamos en este instante preciso, para poder explicar esto.

Nuestro Informe, ██████████, si vamos por favor, a la diapositiva número uno, ahí tenemos que el informe va del 23 al 27 de julio, que eran solamente los últimos cuatro días de la campaña; ahí fue donde integramos la primera tabla de éstas que menciona, consejera.

Diapositiva 11, ██████████, por favor. Notamos ahora, preparando la presentación y dándole estructura, que nos hacía falta poner en el título el periodo al que se refería.

Este primer título habla del 23 al 27 de junio. En este primer título no se encuentra el periódico "Por qué", porque –perdón por la redundancia–, en este primer título, perdónenme, el Periódico "Por qué" en una de las tablas aparece hasta arriba, en la otra aparece "Foro 1035"; sin embargo, aquí tenemos la adición del medio "Pódium".

Este medio durante esos cuatro días de campaña no presentó información, no se encontró ejemplar el 21 de junio; éste era proporcionado normalmente por Comunicación Social y ese día no obtuvimos ese medio, ¿de acuerdo?

Vamos, por favor, ██████████, a la diapositiva número 38, por favor.

Esta diapositiva número 38 trae la misma tabla, pero sí hay información, hace referencia únicamente a lo ocurrido durante el periodo del 28 de junio al 1º de julio,

que es el momento en el que estábamos en periodo de reflexión y a pesar de que sí hubo notas no podían los partidos hacer actos proselitistas ni dar anuncios.

Entonces aquí, en este periodo en particular, sí encontramos el Periódico "Por qué", que mencionamos aquí que en el periodo de campañas la editorial dejó de entregarnos el ejemplar, fue en este periodo donde sucedió; se buscó con la Unión de Voceadores y en otros medios, sin embargo no tuvimos suerte en este periodo en particular.

Por eso es que en una de las tablas aparece y en otra no. A la hora de ver el informe completo, y disculpen la omisión de no haber puesto en el título que usted tiene, este Informe Ejecutivo hace referencia a pedazos específicos de la presentación.

Esa es la diferencia. No sé si aclare toda la situación.

Muchas gracias.

**CONSEJERA ELECTORAL, DR. MARÍA GUADALUPE GÓNZÁLEZ JORDAN:** Sí. Gracias, sí.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Sí. Gracias, [REDACTED].

Este detalle en el Informe Acumulado, que es el que vas a rendir en el siguiente punto del orden del día, está precisado, está todo desglosado, ¿no?

Es decir, este detalle sí viene explicado en el acumulado.

Yo pediría nada más, Paty, para que atendiéramos la inquietud de la consejera, que este detalle que explica [REDACTED], pudiéramos también incorporarlo al Informe Final de Campañas, para que tuviéramos en ambos informes explicado el detalle al que se refirió la consejera, tanto en el Final de Campañas, que es la explicación que hace [REDACTED], sobre todo por los últimos días, que es este periodo de reflexión que está detallado, dado que sí viene en el acumulado.

Para incorporarlo de esa manera, estaríamos haciéndolos consistentes ambos informes, tanto el final como el acumulado.

[REDACTED], ¿tienes algún comentario?

**C. [REDACTED]:** Sí.

Respecto a la solicitud que está haciendo en este momento, consejero, previendo que esto podría suceder, traemos ya preparadas las hojas que sustituyen en el Informe Final esta información, para que quede más específico y claro, de acuerdo a la solicitud previa de la consejera.

Entonces, si nos permiten, acabando la reunión nos juntamos con la Dirección de Partidos Políticos y entregamos lo que sustituiría en cada una de sus carpetas, para complementar esta información que estoy explicando ahora.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Mucho mejor. Gracias, [REDACTED].

Así lo haríamos entonces.

**C. [REDACTED]:** De acuerdo.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO** Si existe algún otro comentario.

Sí, MORENA, tienes el uso de la palabra.

**REPRESENTANTE DE MORENA, C. JORGE MAURICIO CASTILLO LÓPEZ:** Gracias, señor Consejero.

Maestra Paty, muy buenos días; igual a todos los compañeros.

Sí me gustaría preguntar si únicamente el monitoreo a internet es lo que se encuentra en el informe que habla acerca de un total de propaganda 105, que se hizo a El Heraldo de México, Cuadratín, Estado de México, Agencia MBT, Agencia Mexiquense, Ocho Columnas, Plaza Mayor, La Jornada, Alfa Diario, El Valle y otros sitios.

¿Es el total de la publicidad que se monitoreó en internet?

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** [REDACTED], tienes el uso de la palabra para atender la inquietud de Jorge.

**C. [REDACTED]:** Muchas gracias.

Se había explicado en esta mesa en ocasiones anteriores, como se ha informado mensualmente, que el monitoreo de internet tiene la peculiaridad de resultar aleatoria.

Es decir, yo tengo una lista de medios que están asignados por catálogo y que tengo que estar monitoreando.

Lo que nosotros hacemos es entrar a revisar esos medios, equis cantidad de veces al día, todos los días y hacemos una captura o una impresión de pantalla del medio completo.

A partir de esa impresión de pantalla lo que nosotros hacemos es registrar toda la información, tanto de notas informativas, por un lado para el monitoreo cualitativo y de los anuncios para el monitoreo cuantitativo.

¿Qué es lo que sucede?

Nosotros no podemos saber, por las mismas características de ese medio, si fue todo lo que estuvo pautado.

En el caso de internet es el único de los medios que siempre será una muestra representativa, o sea, será muestral, porque podemos cinco personas de aquí entrar al mismo tiempo a la misma página y todos estaríamos viendo publicidad distinta.

Eso me impediría a mí poder monitorear lo que todo mundo ve; sin embargo, estadísticamente sí podemos decir que al menos eso sí salió.

¿De acuerdo?

Otro ejemplo es: En nuestra oficina de Toluca hacemos la revisión de todo, en nuestra oficina de Valle de Bravo hacemos la revisión de todo, en la oficina de la Ciudad de México hacemos la revisión de todo, y en todas esas oficinas por sus condiciones geográficas y por la IP que tiene servicio, tienen distintas pautas, es distinta la pauta, pero sin embargo todo lo que nosotros capturamos está reflejado ahí.

Si no hay de algún otro medio, que digas: “Oye, es que yo vi en otro medio, pero no está; es que cuando yo lo revisé no lo pude ver”.

¿De acuerdo?

**REPRESENTANTE DE MORENA, C. JORGE MAURICIO CASTILLO LÓPEZ:**  
Okey.

Esto va enfocado principalmente...

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Me permites tantito, Jorge, es que no hay diálogo.

Entonces para que te dé el uso de la palabra.

**REPRESENTANTE DE MORENA, C. JORGE MAURICIO CASTILLO LÓPEZ:**  
Ah, sí, perdón.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Voy a darle el uso de la palabra a Jorge, ¿vas a seguir interviniendo?

**REPRESENTANTE DE MORENA, C. JORGE MAURICIO CASTILLO LÓPEZ:** Sí, por favor.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Estamos en primera ronda.

Sería tu segunda ronda, ¿no importa?

**REPRESENTANTE DE MORENA, C. JORGE MAURICIO CASTILLO LÓPEZ:** Sí.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Entonces en segunda ronda, Jorge.

**REPRESENTANTE DE MORENA, C. JORGE MAURICIO CASTILLO LÓPEZ:** El cuestionamiento no es porque no creo en lo que veo; sin embargo, creo que sí sería importante, digo, ahora ya es demasiado tarde, pero para futuros procesos y para futuras participaciones, se me hace un poco difícil de creer que el medio más utilizado a nivel nacional tenga tan poca propaganda, lo cual entiendo que efectivamente depende mucho de la persona que visite la página, depende mucho de la página que se utilice, depende mucho de la hora.

Son demasiadas circunstancias; sin embargo, para futuros procesos trabajar en esta situación, ya que en redes sociales es donde más se difunde propaganda de carácter electoral.

En páginas como Facebook, en páginas como Youtube, se pueden contratar los servicios. Un ejemplo, en Youtube se pueden contratar comerciales durante los videos, y en este periodo electoral un gran porcentaje y el mayor porcentaje de comerciales que había en esa plataforma eran de carácter político.

Esta situación sí es un poco alarmante, porque el internet está desplazando a los medios tradicionales, que son radio y televisión, y para futuros procesos yo creo que sí sería importante adentrarnos un poco más en esta situación, ya que ahí, en esos medios, es donde mayor, lo repito de nuevo, es donde mayor cantidad de publicidad se encuentra y es publicidad que se desconoce si fue contratada, cuánto costó, quién la contrató, cuántas veces se reproduce al día.

Como ejemplo y en mi situación personal, había veces que veía un mismo spot, de un mismo partido, tres veces durante la reproducción de un solo video.

Durante la duración de un video en la plataforma Youtube, pueden insertar cuatro, cinco o seis, siete comerciales, los que quiera la persona dueña del canal y esos comerciales muchas veces eran repetitivos y eran reiterativos, era el mismo comercial reproducido tres o cuatro veces durante la reproducción de un solo video.

Igualmente en Facebook aparecía constantemente la misma publicidad y toda era relacionada a la campaña y al proceso electoral que acabamos de vivir.

Entonces nada más es un comentario, una sugerencia, que para el próximo proceso sí tuviéramos un poquito más énfasis y más control de lo que podemos encontrar en internet.

Yo sé que es muy difícil monitorear absolutamente todo, porque como lo dice el licenciado, no todas las personas pueden ver toda la publicidad en la misma página, a la misma hora; sin embargo, sí también de forma estadística se puede hacer un monitoreo o un conteo para por zona calcular un aproximado de cuántas personas visitan esa página y, por ende, a cuántas personas les puede o no aparecer dicha publicidad.

Es cuanto.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Sí. Gracias, Jorge.

██████████, ¿tienes algún comentario?

Si no, sólo recogeríamos el comentario de Jorge y lo tenemos en cuenta para futuros monitoreos.

De no existir otro comentario, daríamos por presentado y rendido el Informe Final del Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos e internet, del periodo de campañas 2018.

Y con fundamento en el artículo 11, fracción XX, del Reglamento de Comisiones del Consejo General de este Instituto, le pido a la Secretaria Técnica que envíe copia del informe respectivo a la Secretaría Ejecutiva, a efecto de que a su vez lo haga llegar al Consejo General, conforme lo prevén los artículos 72, tercer párrafo, del Código Electoral Local; nueve, segundo párrafo, de los Lineamientos de Monitoreo, y 9.5.1 del Manual de Procedimientos respectivo.

Le pido a la Secretaria Técnica, Paty, que des cuenta de la integración de la mesa, porque Edgar está aquí, desde hace un buen rato.

**SECRETARIA TÉCNICA, MTRA. ALMA PATRICIA BERNAL OCEGUERA:** Sí. Muchas gracias, señor Presidente.

Se informa de la presencia del licenciado Edgar Ulises González Hernández, representante propietario de Movimiento Ciudadano ante esta Comisión, quien ya se había incorporado.

Gracias.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Ahora sí, Paty, que pasemos al siguiente punto del orden del día.

**SECRETARIA TÉCNICA, MTRA. ALMA PATRICIA BERNAL OCEGUERA:** Muchas gracias, señor Presidente.

El siguiente punto del orden del día es el cinco y corresponde a la Presentación del Informe Final Acumulado de Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet, por parte de la Empresa Verificación y Monitoreo, S.A. de C.V.

Sería cuanto.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO** Sí. Gracias, Paty.

Ahora sí, [REDACTED], es un informe más amplio el que vas a presentar ahora, como tú lo quieras hacer, sentado o de pie.

Vamos a darle trámite entonces a la Presentación del Informe del Informe Acumulado que va hacer la empresa Verificación y Monitoreo, de los Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet.

[REDACTED], tienes el uso de la palabra.

**C. [REDACTED]:** Muchas gracias.

Este Informe Final Acumulado respecto al monitoreo realizado durante este proceso va del 20 de enero al 1º de julio de 2018.

En cuanto al panorama general del cumplimiento de la pauta de radio, encontramos un 99.9 por ciento de cumplimiento.

Se dividió de acuerdo a la precampaña, intercampaña y campañas, encontrando en la parte oscura, que es la precampaña, aquí vemos que la mayor parte de los partidos sufrieron una afectación, salvo el Partido Acción Nacional y Movimiento Ciudadano, que presentaron el 100 por ciento en el periodo de las precampañas.

Bastante normal al inicio de la campaña, porque en lo que llegan los materiales los medios empiezan a transmitir un poco tarde la primera semana, pero de ahí en fuera de restableció y se regularizó.

Durante el periodo de intercampaña solamente, como lo venimos presentando, Vía Radical tuvo afectaciones, con el 99.8 por ciento de cumplimiento de su pauta.



Y para el periodo de las campañas las afectaciones se encontraron, el 99.2 de la pauta de Vía Radical fue cumplida, mientras que el 99.9 por ciento en la campaña de los candidatos independientes fue cumplida.

Eso es en cuanto a radio.

En cuanto a la televisión encontramos también un cumplimiento del 99.9 por ciento.

Mismo caso, lo dividimos en los tres periodos. Aquí en la televisión fue una de las más cumplidas, en las emisoras se distribuyó más rápido ese contenido y en la precampaña solamente encontramos 99 por ciento de cumplimiento para Vía Radical, mismo caso en la intercampaña, y encontramos solamente el 97 por ciento de cumplimiento durante el periodo de la campaña; en cuanto a candidaturas independientes se cumplió al 100 por ciento, igual que en el resto de los periodos para los demás partidos.

Esto en televisión.

En prensa encontramos un total en todo el periodo de 308 anuncios, el dos por ciento para gobiernos municipales, ocho para el gobierno estatal, 61 para autoridades electorales y 29 por ciento los partidos.

El total acumulado de los anuncios que se utilizaron en prensa, fueron 13 para el PRI, dos para el PRD, cinco para el Verde Ecologista, cinco para Nueva Alianza, 11 para MORENA, uno para el PES, 10 para Vía Radical, 31 para la Coalición PAN-PRD-Movimiento Ciudadano, cinco para la Coalición de MORENA-PT-PES, y tres para las candidaturas independientes.

En internet encontramos un total de dos mil 651 inserciones durante todo este tiempo; 88 por ciento eran de la autoridad electoral; siete por ciento del gobierno estatal, dos por ciento de gobiernos municipales, y solamente tres por ciento de los partidos políticos; de éstos cuatro eran del PRI.

Ahora vamos a pasar al tema del monitoreo cualitativo.

En el monitoreo cualitativo en todo el periodo se encontraron 51 mil 778 menciones que hacían referencia al proceso electoral.

Éstas se dividían en 15 por ciento declarantes, 75 por ciento referentes y 10 por ciento circunstanciales.

Estas menciones salieron de un total de siete mil 326 notas únicas monitoreadas, es decir, de información generada en forma de red.

De estas siete mil 326 notas el PRI tuvo dos mil 460 notas, seguido por la autoridad electoral con 960, la Coalición PAN-PRD-Movimiento Ciudadano 885, la

Coalición de MORENA-PT-PES con 686 y MORENA por su parte o de manera independiente 619 notas.

La información se generó, el 45 por ciento de ella en medios impresos, 41 por ciento en ella en internet, 10 por ciento en radio y cuatro por ciento en televisión.

Es cuanto al Informe Global, esto engloba todos los periodos de la campaña y trae los números acumulados tanto de anuncios como de notas.

Es cuanto.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Muchas gracias, [REDACTED].

Está a consideración el informe acumulado que rinde la Empresa Verificación y Monitoreo, respecto a medios de comunicación, electrónicos, impresos e internet.

Si alguna representación o consejera, quisiera hacer uso de la palabra.

De no ser el caso, lo daríamos por presentado y rendido el Informe Final Acumulado del Monitoreo a Medios de Comunicación Electrónicos, Impresos e Internet, y de igual manera que lo hicimos hace un momento, con fundamento en lo previsto por el artículo 11, fracción XX, del Reglamento de Comisiones del Consejo General de este Instituto, le pido a la Secretaría Técnica que envíe copia de dicho informe a la Secretaría Ejecutiva, a efecto de que a su vez sea enviado al Consejo General, conforme lo disponen los artículos 72, tercer párrafo, del Código Electoral Local; Noveno, párrafo segundo, de los Lineamientos de Monitoreo; 9.5.1 del Manual de Procedimientos respectivo.

[REDACTED], Javier, gracias por su apoyo, ustedes ya entregaron el Informe Final. Qué tengan mucho éxito y espero que en próximos procesos podamos cooperar otra vez.

Muchas gracias.

**C. [REDACTED]:** Gracias.

Si me permiten un par de comentarios, por favor.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Sí, por supuesto, [REDACTED].

**C. [REDACTED]:** Uno referente al trabajo que estamos entregando, el día de hoy se entrega el disco duro que contiene todos los testigos de todo el proceso, el día de hoy se entrega por Oficialía de Partes, para que quede finiquitado el contrato como ya sabemos.

En segunda, agradecerles a todos ustedes su paciencia, su tolerancia y el apoyo y la buena disposición, tanto a la Dirección como a todas las áreas participantes.

Muchas gracias y con su permiso.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Muchas gracias, [REDACTED]. Mucho éxito.

Le pido ahora sí a la Secretaria Técnica, Paty, que pasemos al siguiente punto del orden del día.

**SECRETARIA TÉCNICA, MTRA. ALMA PATRICIA BERNAL OCEGUERA:** Sí. Con gusto, señor Presidente.

El siguiente punto del orden del día corresponde al número seis, y es la Presentación del Informe Final de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos y Cine del periodo de campañas 2018, por parte de la Dirección de Partidos Políticos.

Sería cuanto.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Paty, te pediría entonces que le des trámite haciendo la Presentación del Informe Final de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos y Cine del periodo de campañas 2018.

**SECRETARIA TÉCNICA, MTRA. ALMA PATRICIA BERNAL OCEGUERA:** Sí. Muchísimas gracias.

En cuanto a este periodo estamos abarcando... Sí, hacer mención solamente que en la información que se envió también nosotros contemplamos el último periodo del 23 al 27 de junio.

Es una información que se proporcionó con la convocatoria, pero para efectos de dar seguimiento a lo ordenado en el orden del día correspondiente, rendiré el Informe Final, que corresponde del 24 de mayo al 27 de junio.

En este periodo nosotros tuvimos un total de 45 mil 729 registros; 18 mil 440 corresponden al Primer Informe Quincenal; al Segundo Informe quincenal corresponden 22 mil 678, y en cuanto al último periodo, del 23 al 27 de junio, que era el que faltaba en su momento por exponer en esta Comisión, fueron cuatro mil 611.

De los cuales 122 fueron eventos de difusión, 636 fueron propaganda móvil o de tránsito, 778 fueron publicidad directa, 44 mil 193 fueron soportes promocionales.

Como ustedes pueden darse cuenta en la gráfica que mostramos, el periodo más grande de publicidad fue en el periodo de campaña, en el periodo final, con los resultados por Primer Informe Quincenal, Segundo Informe Quincenal y Tercer Informe Quincenal.

Del total de registros capturados en el SIMEMA, el 61.1 por ciento corresponde a los validados, que son un total de 45 mil 729 registros; duplicados tuvimos el 0.3 por ciento, que corresponde a 254 registros; descartados fueron cuatro mil 495, lo que corresponde a un seis por ciento; actas circunstanciadas fue un total de cuatro mil 452, lo que corresponde a un 5.9 por ciento, y referencias de posición son un total de 19 mil 969, lo que corresponde a 26.7 por ciento.

De este total el desglose se encuentra en la página 101 del informe y corresponde –como ya había mencionado– del 24 de mayo al 27 de junio.

Ahora, en cuanto a propaganda electoral de los 44 mil 721 registros, cuyo desglose se encuentra de la página 53 a la 55 de la información enviada, 245 correspondieron al Partido Acción Nacional; 20 mil 237 al PRI; 901 al PRD; 480 al PT; dos mil 689 al Verde; 192 a Movimiento Ciudadano; mil 806 a Nueva Alianza; mil 39 a MORENA; 106 a Encuentro Social; 960 a Vía Radical; cinco mil 637 a la Coalición Juntos Haremos Historia; 10 mil 105 a la Coalición por el Estado de México al Frente, y 324 a las candidaturas independientes. Esto es propaganda electoral.

En cuanto a propaganda política encontramos un total de 831, de los cuales cuatro fueron para PAN; 63 para PRI; 82 para PRD; cuatro para PT; 254 para Verde; cinco para Movimiento Ciudadano; 52 para Nueva Alianza; 47 para MORENA; 33 para Encuentro Social; 146 para Vía Radical; 39 para la Coalición Juntos Haremos Historia; 102 para la Coalición por el Estado de México al Frente, y no hubo de candidatos independientes.

Esta información se desglosó en su oportunidad, igualmente, en las páginas 53 a 55, de la información que fue circulada con su convocatoria.

En cuanto a la propaganda institucional del IEEM y la gubernamental, institucional del IEEM hubo ocho registros; gubernamental federal hubo 10; gubernamental estatal hubo siete; gubernamental municipal hubo 152, lo que corresponde a un total de 177 registros.

Del total de registros validados en el SIMEMA, que son los 45 mil 729, ya en total cuya información también en su oportunidad fue desglosada en las páginas que hice mención, el total de Acción Nacional fueron 249, del PRI fueron 20 mil 300, del PRD fueron 983, del PT fueron 484, del Verde Ecologista fueron dos mil 943, de Movimiento Ciudadano son 197, de Nueva Alianza son mil 858, de MORENA son mil 86, de Encuentro Social son 139, de Vía Radical son mil 106, de la Coalición MORENA-PT, la de Juntos Haremos Historia son cinco mil 676; de la Coalición del Frente PAN-PRD,MC fueron 10 mil 207; de candidaturas

independientes hubo un total de 324; por parte de la propaganda institucional fueron ocho, como había hecho mención; de la gubernamental federal 10; gubernamental estatal siete, y municipal gubernamental son 152.

De esos registros vale la pena mencionar, como ya en su oportunidad lo dije, eventos de difusión fueron 122, propaganda móvil o de tránsito detectamos 636, publicidad directa 778 y el grueso de la información, soportes promocionales, 44 mil 193, lo que da un total de 45 mil 729.

En cuanto al monitoreo a cine y extraterritorial, durante el periodo que se reporta no se observó propaganda, tampoco extraterritorial ni reportada en el SIMEX y la actividad se realizó sin incidentes en las colindancias de las entidades de Guerrero, Hidalgo, Michoacán, Querétaro y la Ciudad de México.

Sería cuanto, señor Presidente.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Muchas gracias, Paty.

Está a consideración de los integrantes de la Comisión el Informe Final que rinde la Dirección de Partidos Políticos de Monitoreo a los Medios de Comunicación Alternos y Cine, del periodo de campañas 2018.

Le voy a dar el uso de la palabra a la consejera Guadalupe González Jordan.

Lupita.

**CONSEJERA ELECTORAL, DRA. MARÍA GUADALUPE GONZÁLEZ JORDAN:** Sí. Gracias, Presidente.

Sí, quisiera solicitar que se hiciera nuevamente una revisión, porque al revisar observamos que en algunos casos hay clasificaciones que no corresponden.

Por ejemplo, esta fotografía que está representando aquí es de diputado y aquí lo clasificaron en ayuntamiento.

Entonces pediría que se revise nuevamente, por si hay una cuestión como está, pues, se corrija y para el próximo monitoreo sí ser incisivos con los monitoristas de que tomen bien las fotos; porque, por ejemplo, ésta no se ve, quisimos verla y no se ve.

Pero, bueno, ya será para el próximo proceso y sería cuanto, Presidente.

Muchas gracias.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Sí. Muchas gracias, Consejera.

Paty, esta es una observación que hace la consejera, para revisar la clasificación de los testigos, si corresponden a uno u otro tipo de elección.

Si no hay otro comentario, daríamos por presentado y rendido, el Informe Final del Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos y Cine del periodo de campañas 2018.

Y con fundamento en lo dispuesto por el artículo 11, fracción XX, del Reglamento de Comisiones del Consejo General de este Instituto, se instruye a la Secretaría Técnica para que envíe copia de dicho informe a la Secretaría Ejecutiva, a efecto de que se remita al Consejo General, conforme lo establecen los artículos nueve, párrafo segundo; 59 de los Lineamientos de Monitoreo; 9.6.1, último párrafo, del Manual de Procedimientos a Medios de Comunicación Alternos de este Instituto.

Paty, te pido que continúes con el siguiente punto del orden del día.

**SECRETARIA TÉCNICA, MTRA. ALMA PATRICIA BERNAL OCEGUERA:** Con gusto, señor Presidente.

El siguiente punto del orden del día es el siete y corresponde a la Presentación del Informe Final Acumulado de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos y Cine, por parte de la Dirección de Partidos Políticos.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Sí. Te pido, Paty, entonces, que nos hagas la Presentación del Informe Final Acumulado del Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos y Cine del Proceso Electoral 2018.

**SECRETARIA TÉCNICA, MTRA. ALMA PATRICIA BERNAL OCEGUERA:** Con gusto, señor Presidente.

Quisimos hacerlo de manera muy ejecutiva, mencionando los totales de registro por tipo de medio alternativo y por periodo durante el proceso.

Se registraron un total de 50 mil 366 registros, de los cuales 834 correspondieron al periodo de precampañas, tres mil 796 al periodo de intercampañas, 45 mil 729 al periodo de campañas, en el periodo de reflexión encontramos siete y en la jornada electoral no encontramos ningún registro.

Del total que nos otros tuvimos registrados, 124 correspondieron a eventos de difusión, 709 a propaganda móvil o de tránsito, 873 a publicidad directa y en cuanto a soportes promocionales 48 mil 660.

En la siguiente diapositiva mostramos una gráfica, en donde se muestra claramente el periodo de mayor actividad, en cuanto al tipo de registros que se registraron en el sistema.

En estas referencias encontramos 315 mil 640 registros, cuya información se encontraba en la página 39, que en su oportunidad fue desglosada para ustedes con la convocatoria.

De estos 315 mil 640 registros, el 74.5 por ciento correspondía a referencias de posición, lo que representó 235 mil seis referencias.

En cuanto a actas circunstanciadas se tuvieron 20 mil 828, lo que representa el 6.5 por ciento de los registros.

En cuanto a descartados fueron ocho mil 870, lo que corresponde al 8.8 de información.

Duplicados solamente encontramos en todo el periodo 570, lo que representa el 0.2 por ciento, y validados fueron 50 mil 366, a los que ya hice mención, y que corresponden al 16.0 por ciento.

Ahora, en cuanto a propaganda electoral encontramos un total de 44 mil 997 registros.

Este informe representa el total de los periodos; fue tomando en consideración cada uno de los informes que fueron rendidos ante esta Comisión y nosotros intentamos hacer una sumatoria, para que ustedes tuvieran la claridad del total de los registros que se dieron.

Por parte del Partido Acción Nacional se tuvieron 407 registros; por parte del Revolucionario Institucional se tienen 20 mil 265 registros; por parte del Partido de la Revolución Democrática fueron 903 registros; por parte del PT fueron 480 registros; por parte del Partido Verde Ecologista de México fueron dos mil 690 registros; por parte de Movimiento Ciudadano fueron 192 registros; por parte de Nueva Alianza fueron mil 807 registros; MORENA tuvo mil 39 registros; Encuentro Social tuvo 106 registros; Vía Radical tuvo mil 32 registros; por parte de la Coalición Juntos Haremos Historia, MORENA-PT-PES, hubo cinco mil 637 registros; por parte de la Coalición por el Estado de México al Frente PAN-PRD-MC, fue un total de 10 mil 105 registros; por parte de aspirantes a candidatos independientes hubo 10 registros, y por parte de candidaturas independientes fueron 324, en cuanto a propaganda electoral.

En cuanto a propaganda política solamente hubo cinco mil 192 registros.

Esta información también es la suma de todos los informes que se rindieron ante esta información y de los cuales 264 correspondieron a PAN, 729 a PRI, 494 a PRD, 55 fueron del PT, mil 95 del PVEM, 95 fueron de Movimiento Ciudadano, 223 de Nueva Alianza, 499 de MORENA, 113 de Encuentro Social, mil 205 de Vía Radical, 80 de la Coalición Juntos Haremos Historia MORENA-PT-PES; por parte de la Coalición por el Estado de México al Frente, PAN-PRD-MC, hubo 341

registros. No hubo registros por parte de aspirantes a candidaturas independientes ni por parte de candidatos independientes como tal, tampoco hubo registros.

En cuanto a la propaganda institucional, los registros que se tuvieron por parte de este Instituto fueron ocho; por parte de propaganda gubernamental federal hubo 10; por parte de propaganda gubernamental estatal siete registros, y por parte de la propaganda gubernamental municipal 152 registros, lo que da un total de 177 registros.

Ahora, en cuanto al total de registros validados en el SIMEMA, ya tenemos aquí la suma de 50 mil 366.

Esta información se encontraba en la página 15 del Informe Final, que fue circulado en su oportunidad y, como ya habíamos comentado, corresponde del 20 de enero al 1º de julio y fueron 671 para PAN, 20 mil 994 para PRI, mil 396 para PRD, 535 para PT, tres mil 385 para el PVEM, 287 para Movimiento Ciudadano, Nueva Alianza tuvo dos mil 30, MORENA tuvo mil 538, Encuentro Social tuvo 219, Vía Radical tuvo dos mil 237, MORENA-PT-PES tuvo cinco mil 717, la Coalición PAN-PRD-MC tuvo 10 mil 446; de aspirantes a candidaturas independientes hubo 10, de candidaturas independientes hubo 324; en cuanto a propaganda institucional por parte del IEEM hubo ocho, gubernamental federal 10, gubernamental estatal siete y gubernamental municipal 152.

De estos 50 mil 366 registros, aquí presentamos el desglose, 124 corresponden a eventos de difusión detectados, y cuyo desglose aparece de las páginas 19 a la 34 del informe que se circuló con la convocatoria; 709 son de propaganda móvil o de tránsito; 873 corresponden a publicidad directa; 48 mil 660 corresponden a soportes promocionales, dando un total de 50 mil 366.

Finalmente, del monitoreo a cine y extraterritorial, como habitualmente se informó, durante el periodo no se reportó propaganda en cine; extraterritorial tampoco hubo propaganda, y se realizó sin incidentes ni contratiempos el recorrido en las vías de acceso a las entidades de Guerrero, Hidalgo, Michoacán, Morelos, Puebla, Querétaro, Tlaxcala y Ciudad de México.

Con excepción de los ajustes que en su oportunidad se harían, por la revisión que bien tuvo a señalar la Consejera, yo quisiera agradecer infinitivamente al equipo de la Subdirección de Prerrogativas, a Magi, Almita, Alex, por este trabajo que tuvieron a bien realizar muy puntualmente, muy cuidadosamente.

No nos exime de los pequeños errores que pudieran presentarse, pero les agradezco públicamente por todo su trabajo y empeño, por todas esas horas que en su oportunidad tuvieron.

Sería cuanto, señor Presidente.



**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Muchas gracias, Paty.

Está a consideración de los integrantes de la Comisión el Informe Final Acumulado del Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos y Cine de este proceso electoral.

Le voy a dar el uso de la palabra a la consejera Guadalupe González Jordan.

**CONSEJERA ELECTORAL, DR. MARÍA GUADALUPE GONZÁLEZ JORDAN:** Sí. Gracias, Presidente.

De acuerdo a la intervención anterior, solicitar se nos dé a conocer ya como quedan los resultados, porque a la hora de revisar va haber cambios y entonces ya que nos den a conocer los resultados finales.

Gracias.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Sí. Muchas gracias, Consejera.

Paty, está la inquietud de la consejera, para que sea atendida con oportunidad.

Si no existe otro comentario, daríamos por presentado y rendido el Informe Final Acumulado del Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos y Cine, y con fundamento en lo previsto por el artículo 11, fracción XX, del Reglamento de Comisiones del Consejo General de este Instituto, se instruye a la Secretaria Técnica, para que envíe copia del citado informe a la Secretaría Ejecutiva, a efecto de que se remita al Consejo General, conforme lo prevén los artículos 9º, párrafo segundo; 59 de los Lineamientos de Monitoreo, y 9.6.1, último párrafo, del Manual de Procedimientos a Medios de Comunicación Alternos de este Instituto.

Se le pide a la Secretaria Técnica, que continúe con el siguiente punto del orden del día.

**SECRETARIA TÉCNICA, MTRA. ALMA PATRICIA BERNAL OCEGUERA:** Con gusto, señor Presidente.

El siguiente punto del orden del día es el ocho y corresponde a asuntos generales.

**PRESIDENTE DE LA COMISIÓN, MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO:** Muchas gracias. Paty.

No se registraron asuntos generales.

Con fundamento en lo dispuesto por el artículo 10, fracción IV, del Reglamento de Comisiones del Consejo General de este Instituto, damos por concluida la presente sesión, siendo las 12 horas con siete minutos del día de su inicio.

Por su asistencia muchas gracias a todos.

**Conclusión de la sesión.**

La Secretaría Técnica elaboró el Acta de la Novena Sesión Ordinaria de la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión; para efectos de ser sometida para su aprobación en la próxima Sesión de la Comisión.

- - - o0o - - -

**“TÚ HACES LA MEJOR ELECCIÓN”  
A T E N T A M E N T E**

**MTRO. SAÚL MANDUJANO RUBIO**  
CONSEJERO ELECTORAL Y  
PRESIDENTE DE LA COMISIÓN

  
**DRA. MARÍA GUADALUPE GONZÁLEZ  
JORDAN**  
CONSEJERA ELECTORAL

  
**MTRA. LAURA DANIELLA DURÁN  
CEJA**  
CONSEJERA ELECTORAL

  
**MTRA. ALMA PATRICIA BERNAL OCEGUERA**  
SECRETARIA TÉCNICA

  
**LIC. MARLENE MIRANDA ESPINOSA**  
REPRESENTANTE PROPIETARIA DEL  
PAN ANTE LA COMISIÓN

**LIC. DAVID HERNÁNDEZ LÓPEZ**  
REPRESENTANTE SUPLENTE DEL PT  
ANTE LA COMISIÓN

Las presentes firmas corresponden al Acta de la Novena Sesión Ordinaria, celebrada el 18 de julio de 2018.



**LIC. OSCAR HUGO LÓPEZ  
RODRÍGUEZ**  
REPRESENTANTE PROPIETARIO DEL  
PVEM ANTE LA COMISIÓN



**LIC. MAYTHÉ MARTÍN DEL CAMPO  
VALVERDE**  
REPRESENTANTE SUPLENTE DE NA  
ANTE LA COMISIÓN



**C. JORGE MAURICIO CASTILLO  
LÓPEZ**  
REPRESENTANTE SUPLENTE DE  
MORENA ANTE LA COMISIÓN

**C. JESÚS ENRIQUE FLORES VÁZQUEZ**  
REPRESENTANTE SUPLENTE DE  
ENCUENTRO SOCIAL ANTE LA  
COMISIÓN

Las presentes firmas corresponden al Acta de la Novena Sesión Ordinaria,  
celebrada el 18 de julio de 2018.