



Monitoreo

**a medios de comunicación
alternos y cine**

**Informe Final de
Precampaña**

Del 14 de enero al 12 de febrero de 2023

	Página
Introducción.	3
Justificación.	4
Objetivo General.	5
Objetivo Específico.	5
01. Desarrollo.	6
1.1. Personal que participa.	7
1.2. Renuncias y sustituciones.	8
1.3. Asignación de tareas.	8
1.4. Levantamiento de la información.	9
1.5. Captura de la información.	10
1.6. Problemática.	12
1.7. Desglose de la información registrada durante el periodo de precampaña	13
1.8. Levantamiento de la información por actores políticos.	21
1.9. Perspectiva de género.	30
02. Monitoreo a cine.	31
03. Monitoreo extraterritorial.	32
3.1. Desarrollo.	32
3.2. Desglose de la información.	32
04. Conclusiones.	34

Introducción

El monitoreo a medios de comunicación alternos es una actividad que el Consejo General del Instituto Electoral del Estado de México realiza en términos del párrafo segundo del **artículo 266** del **Código Electoral del Estado de México**, el cual consiste en el seguimiento especializado **cuantitativo**, con **perspectiva de género**, por medio del cual se **identifica, registra, captura, procesa** y presenta la **información recopilada** de los medios de comunicación **alternos** y cine, en los que se detecte la difusión de **propaganda relacionada** con los **procesos electorales** en el **Estado de México**, utilizada por los partidos políticos, coaliciones, candidaturas comunes, aspirantes a candidaturas independientes, precandidatas y precandidatos, candidatas y candidatos, dirigentes políticos, militantes, afiliados o simpatizantes y, en su caso, la que se localice en el ámbito extraterritorial y cine.

En apoyo del Consejo General, la Comisión de Acceso a Medios, Propaganda y Difusión (CAMPyD), con auxilio de la **Dirección de Partidos Políticos (DPP)**, **realizará el monitoreo** a medios de comunicación alternos durante la Elección de Gubernatura 2023, en los periodos y fechas siguientes:

PRECAMPAÑA	INTERCAMPAÑA	CAMPAÑA	PERIODO DE REFLEXIÓN	JORNADA ELECTORAL
14 de enero al 12 de febrero de 2023	13 de febrero al 2 de abril de 2023	3 de abril al 31 de mayo de 2023	1 al 3 de junio de 2023	4 de junio de 2023

Justificación

La **Secretaría Técnica** pone a consideración de la CAMPyD de forma ejecutiva, la información generada en campo y gabinete, a fin de proporcionar los **elementos** que auxilien en el **análisis cuantitativo**, con **perspectiva de género**, del tipo de **propaganda** utilizada y colocada por los **actores políticos**, durante el periodo del **14 de enero al 12 de febrero de 2023**; conforme lo establece el numeral 9.4 de Manual de procedimiento para el monitoreo a medios de comunicación alternos y cine del Instituto Electoral del Estado de México (Manual).



Objetivo General

Dar cuenta al **Consejo General** del Instituto, a través de la CAMPyD, de los **resultados** del monitoreo de la **propaganda** de los **actores políticos** colocada en todo tipo de **espacio** y **equipamiento** utilizado para difundir **mensajes** en los **exteriores**, en **eventos de difusión** y **complejos cinematográficos** o espacios que hagan sus veces, tomando en cuenta las modalidades de **propaganda política, electoral** y **gubernamental**; relacionada con la Elección de Gubernatura 2023.

Objetivo Específico

Presentar de forma **ejecutiva** los **resultados** obtenidos del *Sistema Integral de Monitoreo a Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA)*, durante el periodo **del 14 de enero al 12 de febrero de 2023**.



01

Desarrollo

Monitoreo 

**a medios de comunicación
alternos y cine**

1.1 Personal que participa

Para la realización de las actividades de Monitoreo a Medios de Comunicación Alternos, la DPP cuenta con el apoyo del personal siguiente:

- Ciento setenta **monitoristas**.
- Siete **coordinadoras** y ocho **coordinadores** de monitoreo.
- Personal adscrito al **Departamento de Acceso a Medios** (Jefa de Departamento, Técnica de Prerrogativas y Partidos Políticos y Jefe "A" de Proyecto).

Es importante comentar que el procedimiento de reclutamiento, selección y contratación de monitoristas se realizó conforme las bases establecidas en la convocatoria pública aprobada mediante el acuerdo IEEM/CG/53/2022. Asimismo, en términos de lo establecido en los numerales 7.2 y 7.4.3 del Manual, la DPP ha solicitado el apoyo de la Secretaría Ejecutiva, la Dirección de Administración, la Unidad de Informática, la Unidad para la Coordinación de los Trabajos de Igualdad de Género y Erradicación de la Violencia Política en Razón de Género, así como de las personas titulares de las vocalías ejecutivas de las Juntas Distritales, a fin de realizar diversas acciones relacionadas con la actividad.



1.2 Renuncias y sustituciones

Durante el periodo del **6 de enero al 12 de febrero** de 2023, se presentaron **39 renuncias**. En razón de lo anterior, se realizaron los movimientos necesarios en la lista de reserva para efectuar las sustituciones respectivas. Es importante resaltar que en tanto se realizaban las gestiones administrativas atinentes a las sustituciones, las personas coordinadoras de monitoreo realizaron los recorridos respectivos.



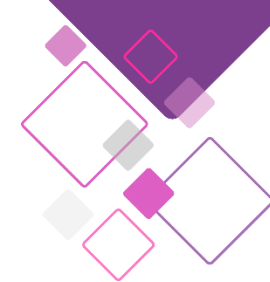
1.3 Asignación de tareas

En cumplimiento de lo establecido en los numerales 8.4.1 y 8.4.2 del Manual, las áreas de monitoreo están integradas por secciones electorales, las cuales fueron definidas por la Dirección de Organización a partir de criterios de localización de zonas urbanas y rurales, vías principales de comunicación y sus rasgos culturales.

Con base en lo anterior, el personal del Departamento de Acceso a Medios, con apoyo de las personas coordinadoras de monitoreo elaboraron las **Rutas de Monitoreo**, para ello se consideraron los siguientes aspectos:

- A. Número de días de monitoreo;
- B. Número de secciones;
- C. Extensión territorial de cada una de las secciones electorales;
- D. Número de avenidas y calles principales, así como la concentración poblacional.

Las **Rutas de Monitoreo** se hicieron llegar a las vocalías ejecutivas de las **Juntas Distritales**, con la atenta petición de hacerlo del conocimiento de las personas integrantes de los consejo distritales respectivos, quienes podrán, si fuera su deseo, acompañar en los recorridos en calidad de observadores; conforme lo establece el numeral 9.1, párrafo segundo, del Manual.



1.4 Levantamiento de la información

Para realizar los recorridos diarios, el personal en campo utiliza **equipo telefónico** para realizar los registros en el **SIMEMA**, formatos de **Acta Circunstanciada**, **implementos** de trabajo y el **gafete** de identificación institucional.

Las personas monitoristas **inician** su **recorrido** a las **nueve** de la mañana con un **registro de inicio de actividad**, acto seguido efectúan el recorrido por las **Rutas de monitoreo**, indicando su **referencia de posición**, relativa y exacta, cada **treinta minutos**. Para realizar el levantamiento de la información, se realiza el procedimiento siguiente:

1. **Identificar** la propaganda.
2. Tomar las **medidas** correspondientes, de acuerdo con el Manual y los Criterios de registro de propaganda.
3. Tomar al menos dos y hasta seis **fotografías** de la propaganda (panorámica y a detalle).
4. **Registrar** la propaganda en el **SIMEMA**.
5. Al término de su recorrido, **ingresan** al SIMEMA el **Acta Circunstanciada**.

Durante los recorridos diarios de las y los monitoristas, se ha tenido acompañamiento de representaciones de los partidos políticos y consejerías de los Consejos Distritales; quienes han acudido en calidad de observadores, conforme lo establece el numeral 9.1, párrafo segundo, del Manual.





1.5 Captura de la información

Para realizar el **registro** de la información correspondiente al **tipo de propaganda**, los **testigos fotográficos** y las **actas circunstanciadas**, se ingresa la información siguiente en el SIMEMA:

Datos generales

- Sección
- Periodo
- Cargo
- Actor político
- Nombre de la precandidata o el precandidato

Dirección

- Calle o vialidad
- Número
- Entre calle y calle
- Colonia
- Código Postal
- Referencias

Tipo de medio alterno

- Eventos de Difusión
- Publicidad Directa
- Soporte Promocional
- Propaganda móvil o de tránsito

Perspectiva de género

- Sexo de la o el actor político
- Violencia política contra las mujeres en razón de género
- Estereotipo de género



1.5 Captura de la información

Monitoreo a cine

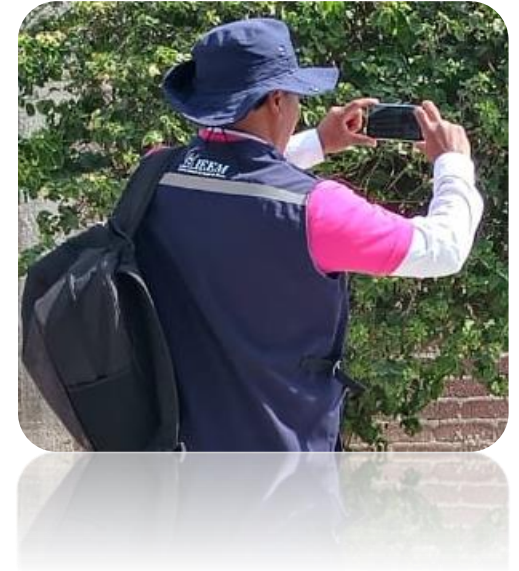
- Complejo cinematográfico
- Distrito
- Municipio
- Periodo
- Nombre del complejo cinematográfico
- Nombre de la plaza
- Número de sala
- Nombre de la película
- Función
- Actor político
- Nombre de la candidata o candidato
- Tipo de propaganda
- Versión
- Duración

Monitoreo extraterritorial

- Ámbito territorial
- Avenida, vialidad, carretera o medio de transporte monitoreado
- Propaganda detectada
- Referencia y observaciones

Fotografías

- Al menos dos y máximo seis



1.6 Problemática

Durante el periodo que se reporta, se presentó diversa **problemática** durante los recorridos del personal en campo. A saber:

- **Robo** con violencia;
- **Agresiones** verbales;
- **Amenazas**;
- **Mordedura** de perro;
- **Caída**;
- **Problemas** con la **señal** de internet; y
- **Descarga** de las **baterías** de teléfono.



1.7

Desglose de la información registrada durante el periodo de **Precampaña**

Del 14 de enero al 12 de febrero de 2023

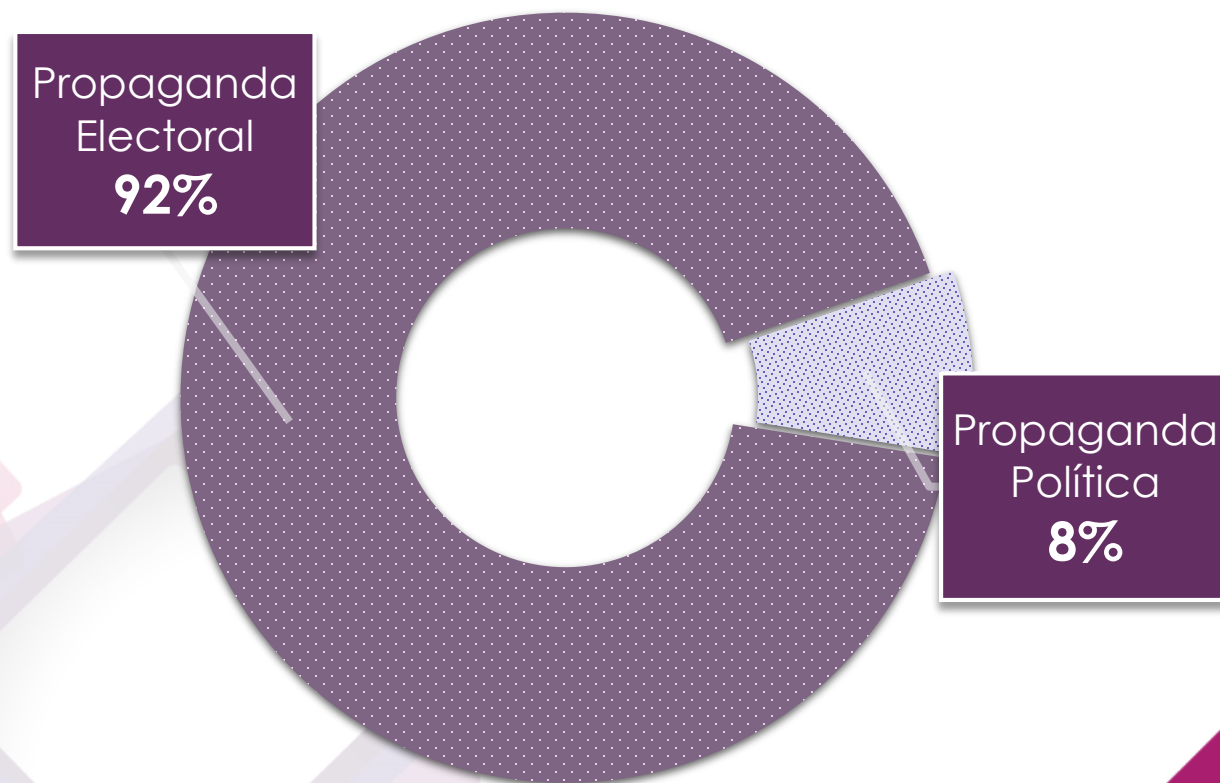
1.7 Desglose de la información registrada durante el periodo de **Precampaña**

Tabla 1. Resultados por tipo de propaganda

Propaganda Electoral	9,967
Propaganda Política	838
Total de registros	10,805

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de precampaña del 14 de enero al 12 de febrero de 2023.

Gráfica 1. Resultados por tipo de propaganda



1.7 Desglose de la información registrada durante el periodo de **Precampaña**

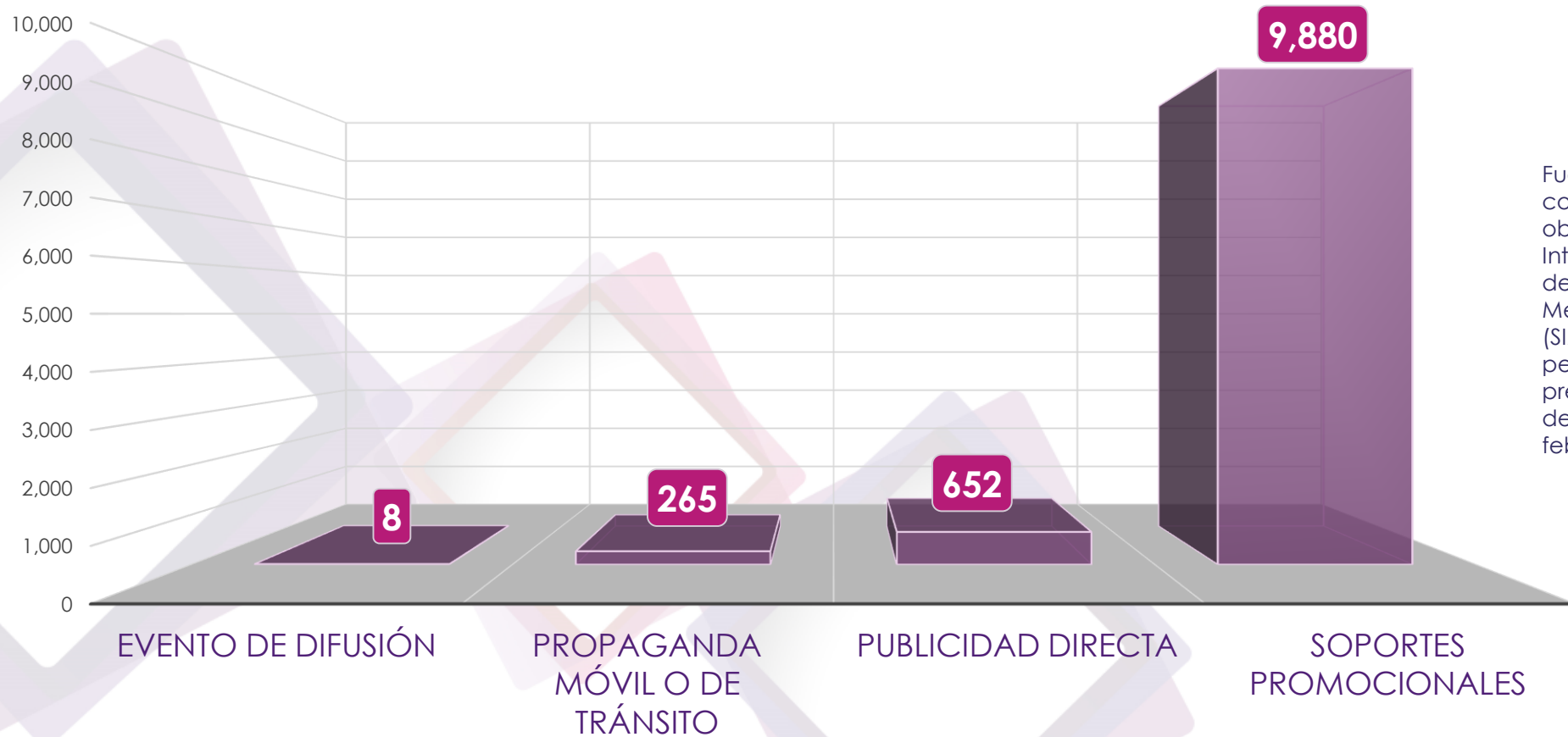
Tabla 2. Resultados por tipo de propaganda

ACTOR POLÍTICO	TIPO DE PROPAGANDA		TOTAL
	ELECTORAL	POLÍTICA	
Partido Acción Nacional	0	29	29
Partido Revolucionario Institucional	4,346	17	4,363
Partido de la Revolución Democrática	0	61	61
Partido del Trabajo	0	2	2
Partido Verde Ecologista de México	25	3	28
Movimiento Ciudadano	0	116	116
Morena	5,596	610	6,206
Nueva Alianza Estado de México	0	0	0
Totales	9,967	838	10,805

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de precampaña del 14 de enero al 12 de febrero de 2023.

1.7 Desglose de la información registrada durante el periodo de **Precampaña**

Gráfica 2. Resultados por tipo de medio alternativo



Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de precampaña del 14 de enero al 12 de febrero de 2023.

1.7 Desglose de la información registrada durante el periodo de **Precampaña**

Tabla 3. Resultados por tipo de medio y actor político

ACTOR POLÍTICO	EVENTO DE DIFUSIÓN	PROPAGANDA MÓVIL O DE TRÁNSITO	PUBLICIDAD DIRECTA	SOportes PROMOCIONALES	TOTAL
Partido Acción Nacional	0	0	0	29	29
Partido Revolucionario Institucional	1	105	16	4,241	4,363
Partido de la Revolución Democrática	0	0	1	60	61
Partido del Trabajo	0	0	0	2	2
Partido Verde Ecologista de México	0	0	0	28	28
Movimiento Ciudadano	0	0	0	116	116
Morena	7	160	635	5,404	6,206
Nueva Alianza Estado de México	0	0	0	0	0
Total	8	265	652	9,880	10,805

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de precampaña del 14 de enero al 12 de febrero de 2023.

1.7 Desglose de la información registrada durante el periodo de **Precampaña**

Tabla 4. Resultados por distrito electoral y tipo de medio

DISTRITO ELECTORAL	EVEN TO DE DIFUSIÓN	PROPAGANDA MÓVIL O DE TRÁNSITO	PUBLICIDAD DIRECTA	SOportes PROMOCIONALES	TOTAL
01. Chalco de Díaz Covarrubias	0	1	31	618	650
02. Toluca de Lerdo	0	1	0	147	148
03. Chimalhuacán	1	5	25	272	303
04. Lerma de Villada	0	8	9	379	396
05. Chimalhuacán	0	16	49	292	357
06. Ecatepec de Morelos	0	3	12	153	168
07. Tenancingo de Degollado	0	15	31	248	294
08. Ecatepec de Morelos	1	9	20	163	193
09. Tejupilco de Hidalgo	0	8	2	129	139
10. Valle de Bravo	0	12	1	274	287
11. Tultitlán de Mariano Escobedo	1	6	9	248	264
12. Teoloyucan	0	0	3	147	150
13. Atlacomulco de Fabela	0	6	2	241	249
14. Jilotepec de Andrés Molina Enríquez	0	3	3	213	219
15. Ixtlahuaca de Rayón	0	6	2	220	228

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de precampaña del 14 de enero al 12 de febrero de 2023.

1.7 Desglose de la información registrada durante el periodo de **Precampaña**

Tabla 4. Resultados por distrito electoral y tipo de medio

DISTRITO ELECTORAL	EVEN TO DE DIFUSIÓN	PROPAGANDA MÓVIL O DE TRÁNSITO	PUBLICIDAD DIRECTA	SOportes PROMOCIONALES	TOTAL
16. Ciudad Adolfo López Mateos	0	2	4	77	83
17. Huixquilucan de Degollado	0	0	0	93	93
18. Tlalnepantla de Baz	0	4	17	148	169
19. Santa María Tultepec	0	4	6	157	167
20. Zumpango de Ocampo	0	1	7	148	156
21. Ecatepec de Morelos	0	0	1	93	94
22. Ojo de Agua	0	0	0	87	87
23. Texcoco de Mora	2	2	5	233	242
24. Cd. Nezahualcóyotl	0	10	52	314	376
25. Cd. Nezahualcóyotl	0	7	15	308	330
26. Cuautitlán Izcalli	3	5	24	160	192
27. Valle de Chalco Solidaridad	0	9	28	219	256
28. Amecameca de Juárez	0	8	43	645	696
29. Tianguistenco de Galeana	0	9	10	439	458
30. Naucalpan de Juárez	0	8	11	98	117

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de precampaña del 14 de enero al 12 de febrero de 2023.

.7 Desglose de la información registrada durante el periodo de **Precampaña**

Tabla 4. Resultados por distrito electoral y tipo de medio

DISTRITO ELECTORAL	EVEN TO DE DIFUSIÓN	PROPAGANDA MÓVIL O DE TRÁNSITO	PUBLICIDAD DIRECTA	SOportes PROMOCIONALES	TOTAL
31. Los Reyes Acaquilpan	0	4	20	520	544
32. Naucalpan de Juárez	0	11	14	166	191
33. Ojo de Agua	0	2	6	269	277
34. Toluca de Lerdo	0	15	1	124	140
35. Metepec	0	15	12	362	389
36. San Miguel Zinacantepec	0	2	3	123	128
37. Tlalnepantla de Baz	0	2	12	64	78
38. Coacalco de Berriozábal	0	2	3	183	188
39. Tepexpan	0	3	12	228	243
40. Ixtapaluca	0	1	19	202	222
41. Cd. Nezahualcóyotl	0	1	25	180	206
42. Ecatepec de Morelos	0	20	74	141	235
43. Cuautitlán Izcalli	0	7	10	78	95
44. Nicolás Romero	0	4	18	175	197
45. Barrio la Cabecera 3a Sección	0	8	1	102	111
Total	8	265	652	9,880	10,805

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de precampaña del 14 de enero al 12 de febrero de 2023.

1.8

Levantamiento de la información por actor político

Del 14 de enero al 12 de febrero de 2023

1.8 Levantamiento de la información por actores políticos (Del 14 de enero al 12 de febrero de 2023)

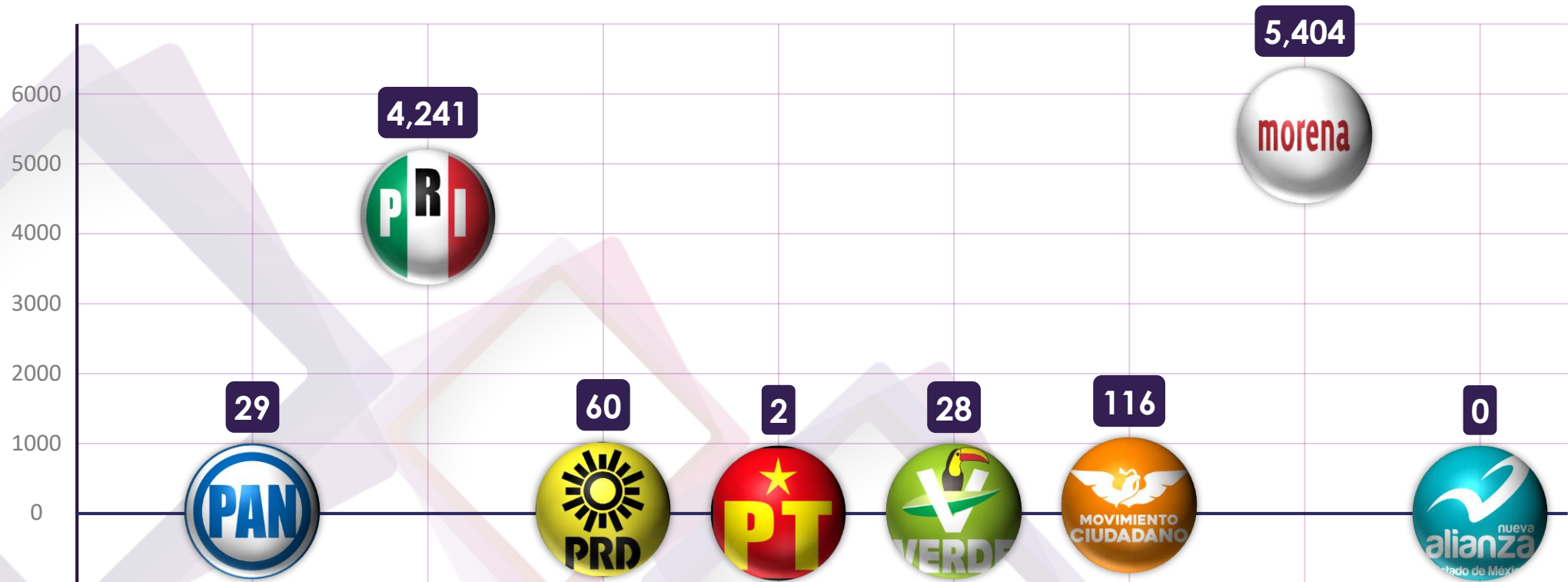
Tabla 5. Resultados de soportes promocionales por actor

ACTOR POLÍTICO	ANUNCIO ESPECTACULAR	BARDA	LONA / VINILONA	MUPI	PANTALLA ELECTRÓNICA EN ANUNCIO ESPECTACULAR	PARABÚS	PINTA EN	PUBLIVALLA	TOTALES
Partido Acción Nacional	0	29	0	0	0	0	0	0	29
Partido Revolucionario Institucional	293	762	3,039	43	0	68	31	5	4,241
Partido de la Revolución Democrática	52	5	0	0	0	0	3	0	60
Partido del Trabajo	0	2	0	0	0	0	0	0	2
Partido Verde Ecologista de México	0	20	8	0	0	0	0	0	28
Movimiento Ciudadano	22	92	2	0	0	0	0	0	116
Morena	203	609	4,413	165	1	0	6	7	5,404
Nueva Alianza Estado de México	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL GENERAL	570	1,519	7,462	208	1	68	40	12	9,880

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de precampaña del 14 de enero al 12 de febrero de 2023.

1.8 Levantamiento de la información por actores políticos (Del 14 de enero al 12 de febrero de 2023)

Gráfica 3. Resultados de soportes promocionales por actor



Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de precampaña del 14 de enero al 12 de febrero de 2023.

1.8 Levantamiento de la información por actores políticos (Del 14 de enero al 12 de febrero de 2023)

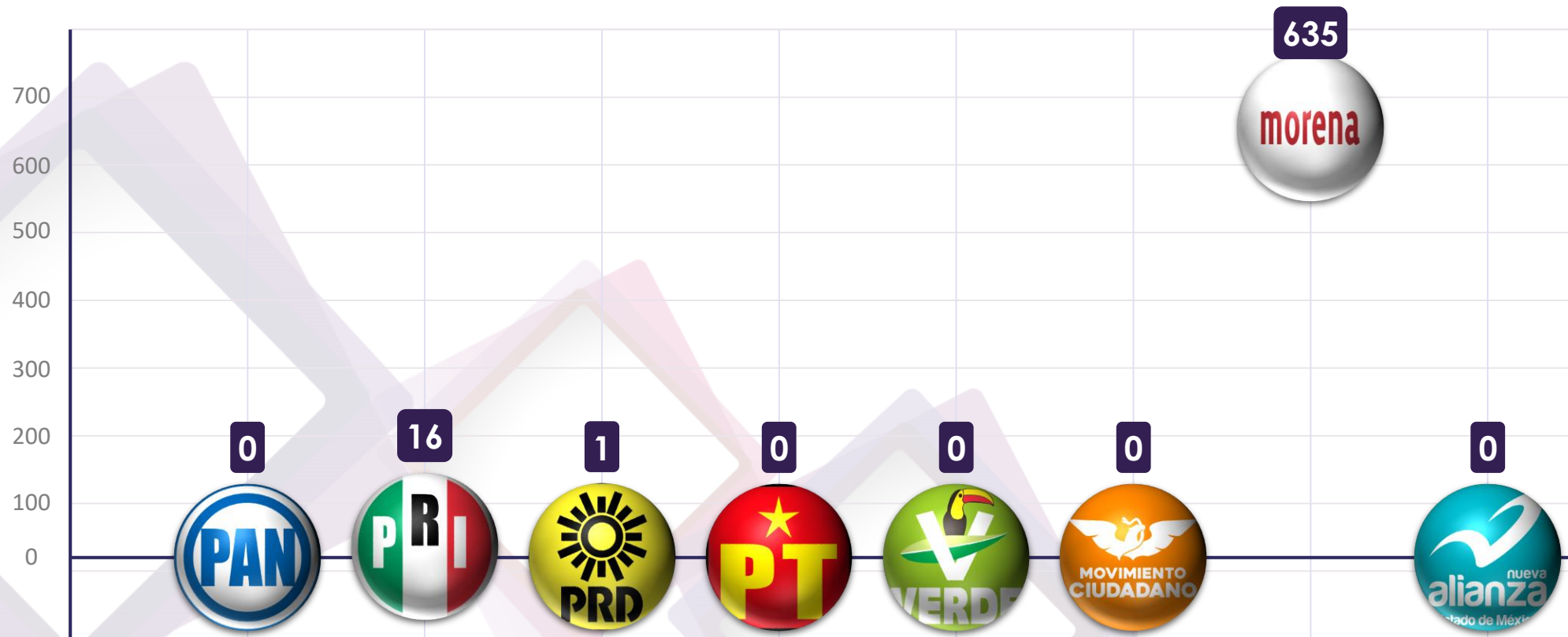
Tabla 6. Resultados de publicidad directa por actor

ACTOR POLÍTICO	BANDERA	BOLSA	CALCOMANÍA	CARTEL	DÍPTICO	GORRA	MANDIL	PLAYERA	PULSERA	VOLANTE	TOTALES
Partido Acción Nacional	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Partido Revolucionario Institucional	0	0	12	0	0	0	0	0	0	4	16
Partido de la Revolución Democrática	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Partido del Trabajo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Partido Verde Ecologista de México	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Movimiento Ciudadano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Morena	2	2	524	44	27	3	4	6	2	21	635
Nueva Alianza Estado de México	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL GENERAL	3	2	536	44	27	3	4	6	2	25	652

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de precampaña del 14 de enero al 12 de febrero de 2023.

1.8 Levantamiento de la información por actores políticos (Del 14 de enero al 12 de febrero de 2023)

Gráfica 4. Resultados de publicidad directa por actor



Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de precampaña del 14 de enero al 12 de febrero de 2023.

1.8 Levantamiento de la información por actores políticos (Del 14 de enero al 12 de febrero de 2023)

Tabla 7. Resultados de propaganda móvil o de tránsito por actor

ACTOR POLÍTICO	TRANSPORTE PÚBLICO					TRANSPORTE PRIVADO				TOTALES
	AUTOBÚS O CAMIÓN	COMBI O CAMIONETA	MICROBÚS	MOTOTAXI	TAXI	AUTOBÚS O CAMIÓN	COMBI O CAMIONETA	TRICICLO AMBULANTE O SIMILARES	VEHÍCULO	
Partido Acción Nacional	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Partido Revolucionario Institucional	41	0	1	1	9	1	17	2	33	105
Partido de la Revolución Democrática	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Partido del Trabajo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Partido Verde Ecologista de México	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Movimiento Ciudadano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Morena	0	5	0	2	24	0	41	0	88	160
Nueva Alianza Estado de México	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL GENERAL	41	5	1	3	33	1	58	2	121	265

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de precampaña del 14 de enero al 12 de febrero de 2023.

1.8 Levantamiento de la información por actores políticos (Del 14 de enero al 12 de febrero de 2023)

Gráfica 5. Resultados de propaganda móvil o de tránsito por actor



Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de precampaña del 14 de enero al 12 de febrero de 2023.

1.8 Levantamiento de la información por actores políticos (Del 14 de enero al 12 de febrero de 2023)

Tabla 8. Resultados de eventos de difusión por actor

ACTOR POLÍTICO	BRIGADA	CIERRE	MITIN	TOTALES
Partido Acción Nacional	0	0	0	0
Partido Revolucionario Institucional	0	1	0	1
Partido de la Revolución Democrática	0	0	0	0
Partido del Trabajo	0	0	0	0
Partido Verde Ecologista de México	0	0	0	0
Movimiento Ciudadano	0	0	0	0
Morena	5	1	1	7
Nueva Alianza Estado de México	0	0	0	0
TOTAL GENERAL	5	2	1	8

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de precampaña del 14 de enero al 12 de febrero de 2023.

1.8 Levantamiento de la información por actores políticos (Del 14 de enero al 12 de febrero de 2023)

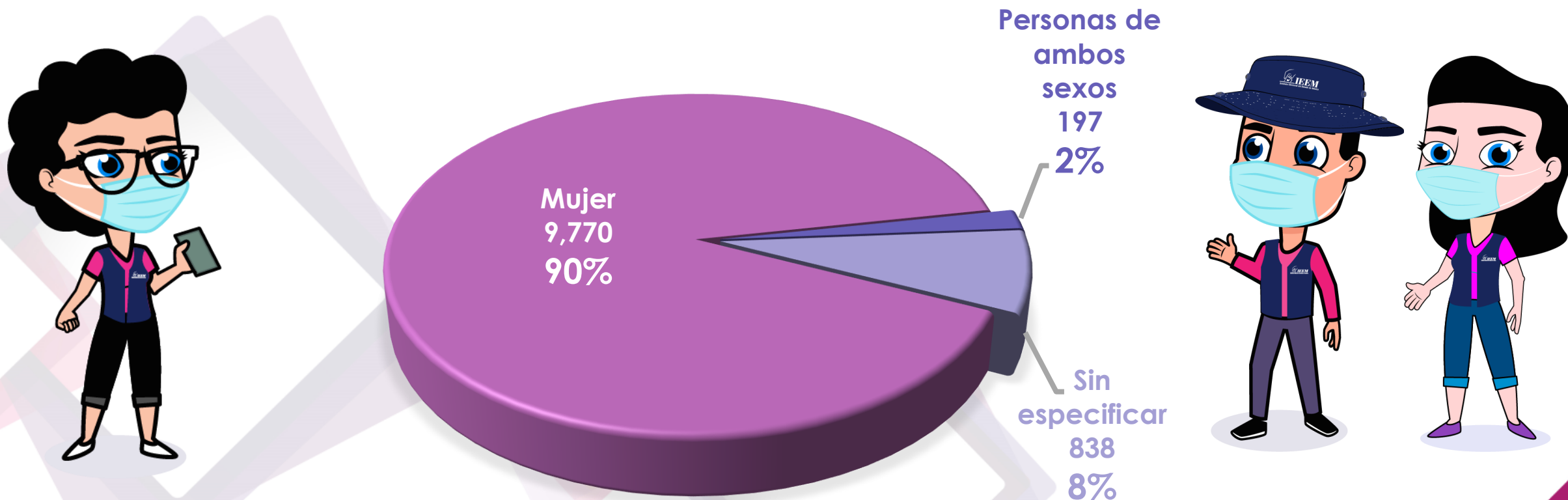
Gráfica 6. Resultados de eventos de difusión por actor



Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de precampaña del 14 de enero al 12 de febrero de 2023.

1.9 Perspectiva de género

Gráfica 7. Propaganda en medios alternos **por sexo** de las y los actores políticos



Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de precampaña del 14 de enero al 12 de febrero de 2023.



02

Monitoreo a Cine

De conformidad con lo establecido en el artículo 50 de los Lineamientos, el **monitoreo** en cine se **realizará** sólo cuando se tenga conocimiento de **difusión** de **propaganda** política, electoral o gubernamental en las exhibiciones de películas en las diferentes salas de cine o en los espacios que hagan sus veces y por **instrucciones** de la **CAMPyD**.

En ese sentido y de acuerdo a lo **determinado** por la **CAMPyD**, durante el periodo que se reporta, **no** se realizó **monitoreo** en cine.

03 Monitoreo Extraterritorial

3.1. Desarrollo

Este monitoreo se realiza de forma paralela al realizado al interior del estado; durante el periodo de que se reporta, las personas coordinadoras de monitoreo realizaron esta actividad.

3.2. Desglose de la información

ESTADO COLINDANTE	AVENIDAS O CALLES MONITOREADAS	FECHA	PROPAGANDA DETECTADA
GUERRERO	Carretera Federal Ixtapan de la Sal – Taxco (tramo del kilómetro 90 al 115)	23 de enero de 2023	No
CIUDAD DE MÉXICO	Carretera Federal Toluca - México	26 de enero de 2023	No
HIDALGO	Autopista México – Querétaro (tramo del kilómetro 45 al 65)	26 de enero de 2023	No
CIUDAD DE MÉXICO	Tren Suburbano de la Zona Metropolitana del Valle de México.	27 de enero de 2023	No
CIUDAD DE MÉXICO	Línea 6 del Metro de la Ciudad de México (El Rosario - Martín Carrera)	27 de enero de 2023	No
CIUDAD DE MÉXICO	Línea A del Metro de la Ciudad de México (Pantitlán - La Paz)	27 de enero de 2023	Si
CIUDAD DE MÉXICO	Línea B del Metro de la Ciudad de México (Ciudad Azteca - Buenavista)	11 de febrero de 2023	No
CIUDAD DE MÉXICO	Línea 3 Mexibús Red de Transporte del Oriente (Terminal Chimalhuacán – Terminal Pantitlán)	11 de febrero de 2023	No



3.2. Desglose de la información

Se observó una dovela publicitaria dentro de vagón del Sistema de Transporte Colectivo Metro, de la línea "A", que corre de la estación terminal La Paz a la estación terminal Pantitlán.



04. Conclusiones

Durante el periodo que se **reporta**, se validaron **10, 805 registros** del *Sistema Integral de Monitoreo a Espectaculares y Medios Alternos*, **838** corresponden a propaganda **política** y **9,967** a propaganda **electoral**.

Dicha propaganda corresponde a **9, 880 soportes promocionales; 652 a publicidad directa; 265 a propaganda móvil o de tránsito** y **8** a **Eventos de Difusión**.

Durante el desarrollo del **monitoreo extraterritorial**, se observó una dovela publicitaria dentro del vagón del Sistema de Transporte Colectivo Metro, de la línea "A", que corre de la estación terminal La Paz a la estación terminal Pantitlán.

Del total de propaganda validada **no se observó** la utilización de **lenguaje discriminatorio y/o violencia política contra las mujeres en razón de género**.