



Monitoreo

**a medios de comunicación
alternos y cine**

**Informe Final de
Intercampaña**

Del 13 de febrero al 2 de abril de 2023

| | Páginas |
|---|---------|
| 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 intercampaña. | 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. | 33 |

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)**, realiza 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 de **intercampaña** del **13 de febrero al 2 de abril 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 de **intercampaña del 13 de febrero al 2 de abril 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 de **intercampaña** del **13 de febrero al 2 de abril** de 2023, se presentaron **6 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.



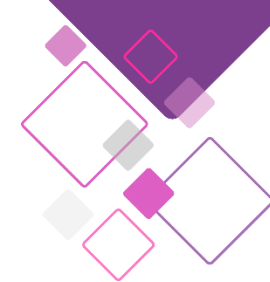
1.3 Asignación de tareas

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 efectuar 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 desarrollan el recorrido por las **Rutas de monitoreo**, indicando su **referencia de posición**, relativa y exacta, cada **treinta minutos**. Para 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 el periodo que se reporta se tuvieron **32 acompañamientos** de representaciones de 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.
- **Problemas de salud previo** al recorrido.
- **Agresiones** verbales.
- **Amenazas.**
- **Mordedura** de perro.
- **Problemas** con la **señal** de internet.
- **Descarga rápida** de **baterías** de teléfono.



1.7

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

Del 13 de febrero al 2 de abril de 2023

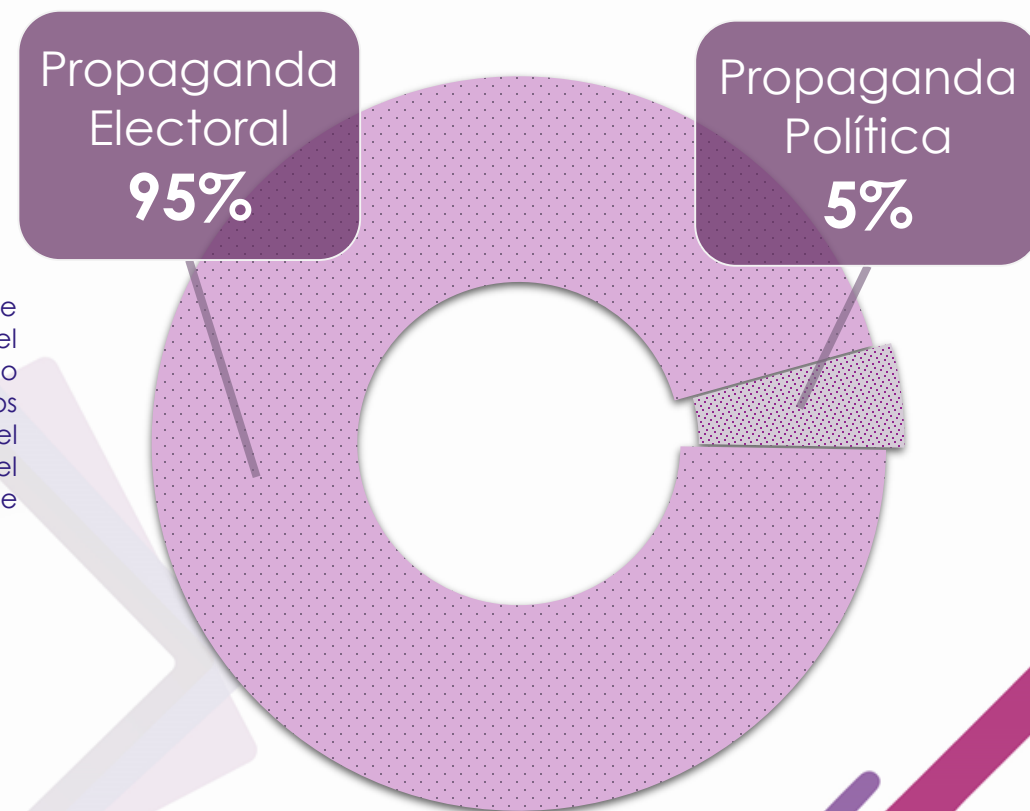
1.7 Desglose de la información registrada durante el periodo de **Intercampaña**

Tabla 1. Resultados por tipo de propaganda

| | |
|---------------------------|---------------|
| Propaganda Electoral | 18,105 |
| Propaganda Política | 869 |
| Total de registros | 18,974 |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de intercampaña del 13 de febrero al 2 de abril de 2023.

Gráfica 1. Resultados por tipo de propaganda



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

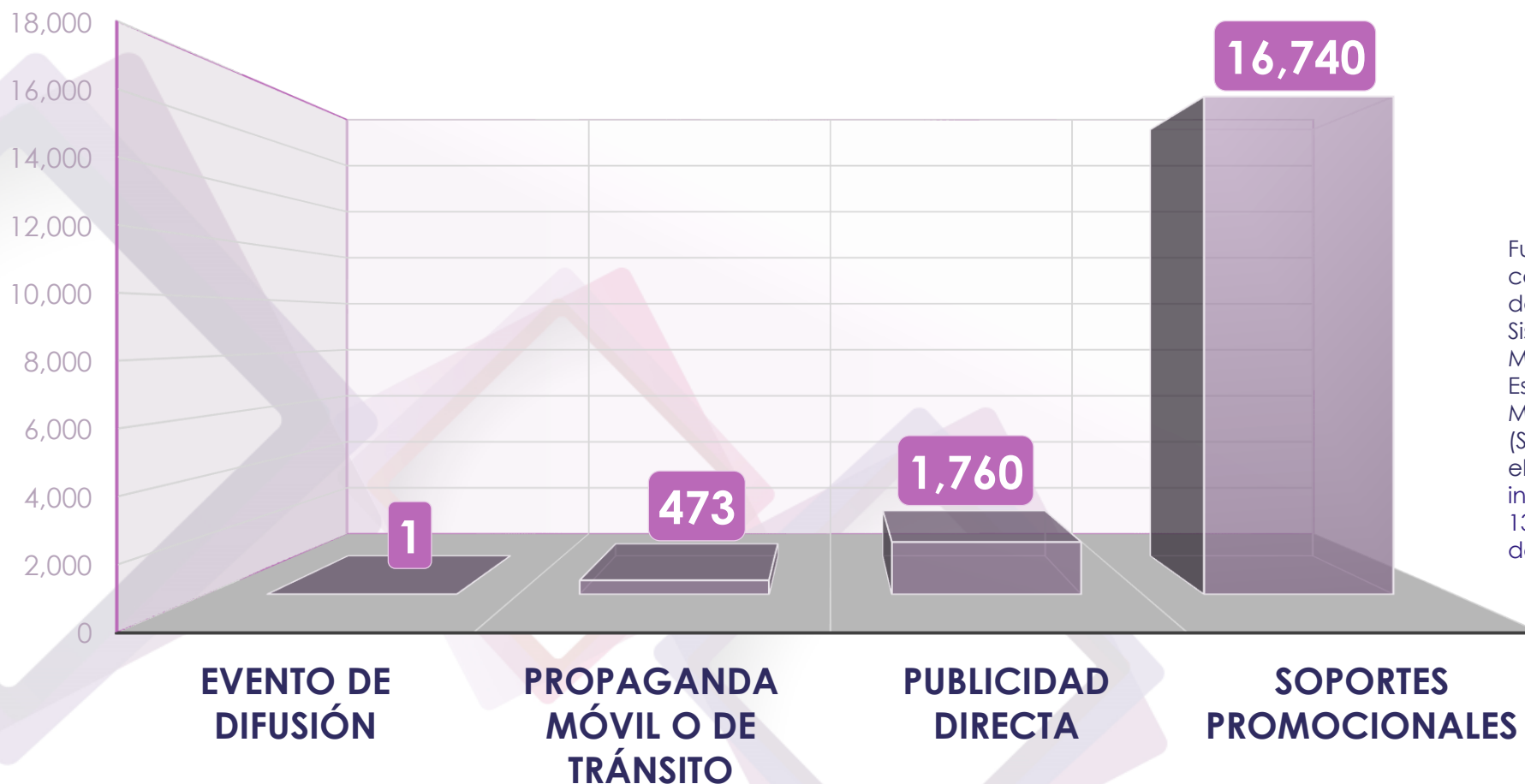
Tabla 2. Resultados por tipo de propaganda

| ACTOR POLÍTICO | TIPO DE PROPAGANDA | | TOTAL |
|--------------------------------------|--------------------|------------|---------------|
| | ELECTORAL | POLÍTICA | |
| Partido Acción Nacional | 0 | 48 | 48 |
| Partido Revolucionario Institucional | 7,735 | 10 | 7,745 |
| Partido de la Revolución Democrática | 0 | 49 | 49 |
| Partido del Trabajo | 0 | 1 | 1 |
| Partido Verde Ecologista de México | 77 | 2 | 79 |
| Movimiento Ciudadano | 0 | 26 | 26 |
| Morena | 10,293 | 733 | 11,026 |
| Nueva Alianza Estado de México | 0 | 0 | 0 |
| TOTALES | 18,105 | 869 | 18,974 |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de intercampaña del 13 de febrero al 2 de abril de 2023.

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

Gráfica 2. Resultados por **tipo de medio alterno**



Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de intercampaña del 13 de febrero al 2 de abril de 2023.

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

Tabla 3. Resultados por tipo de medio y actor político

| ACTOR POLÍTICO | EVEN TO DE DIFUSIÓN | PROPAGANDA MÓVIL O DE TRÁNSITO | PUBLICIDAD DIRECTA | SOportes PROMOCIONALES | TOTAL |
|--------------------------------------|---------------------|--------------------------------|--------------------|------------------------|---------------|
| Partido Acción Nacional | 0 | 1 | 1 | 46 | 48 |
| Partido Revolucionario Institucional | 0 | 95 | 26 | 7,624 | 7,745 |
| Partido de la Revolución Democrática | 0 | 0 | 0 | 49 | 49 |
| Partido del Trabajo | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| Partido Verde Ecologista de México | 0 | 0 | 1 | 78 | 79 |
| Movimiento Ciudadano | 0 | 0 | 0 | 26 | 26 |
| Morena | 1 | 377 | 1,732 | 8,916 | 11,026 |
| Nueva Alianza Estado de México | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 1 | 473 | 1,760 | 16,740 | 18,974 |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de intercampaña del 13 de febrero al 2 de abril de 2023.

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

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 | 0 | 39 | 535 | 574 |
| 02. Toluca de Lerdo | 0 | 0 | 21 | 269 | 290 |
| 03. Chimalhuacán | 0 | 9 | 79 | 448 | 536 |
| 04. Lerma de Villada | 0 | 7 | 18 | 719 | 744 |
| 05. Chimalhuacán | 0 | 12 | 45 | 585 | 642 |
| 06. Ecatepec de Morelos | 0 | 0 | 21 | 189 | 210 |
| 07. Tenancingo de Degollado | 0 | 9 | 29 | 344 | 382 |
| 08. Ecatepec de Morelos | 0 | 18 | 70 | 287 | 375 |
| 09. Tejupilco de Hidalgo | 0 | 13 | 8 | 237 | 258 |
| 10. Valle de Bravo | 0 | 13 | 4 | 305 | 322 |
| 11. Tultitlán de Mariano Escobedo | 0 | 56 | 154 | 404 | 614 |
| 12. Teoloyucan | 0 | 13 | 34 | 401 | 448 |
| 13. Atlacomulco de Fabela | 0 | 6 | 9 | 527 | 542 |
| 14. Jilotepec de Andrés Molina Enríquez | 0 | 20 | 11 | 812 | 843 |
| 15. Ixtlahuaca de Rayón | 0 | 13 | 9 | 496 | 518 |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de intercampaña del 13 de febrero al 2 de abril de 2023.

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

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 | 9 | 6 | 126 | 141 |
| 17. Huixquilucan de Degollado | 0 | 1 | 4 | 116 | 121 |
| 18. Tlalnepantla de Baz | 0 | 4 | 11 | 133 | 148 |
| 19. Santa María Tultepec | 0 | 33 | 64 | 512 | 609 |
| 20. Zumpango de Ocampo | 0 | 4 | 28 | 296 | 328 |
| 21. Ecatepec de Morelos | 0 | 1 | 38 | 184 | 223 |
| 22. Ojo de Agua | 0 | 0 | 2 | 218 | 220 |
| 23. Texcoco de Mora | 0 | 0 | 9 | 270 | 279 |
| 24. Cd. Nezahualcóyotl | 0 | 16 | 34 | 408 | 458 |
| 25. Cd. Nezahualcóyotl | 0 | 9 | 37 | 371 | 417 |
| 26. Cuautitlán Izcalli | 1 | 16 | 39 | 244 | 300 |
| 27. Valle de Chalco Solidaridad | 0 | 4 | 26 | 260 | 290 |
| 28. Amecameca de Juárez | 0 | 7 | 63 | 1,043 | 1,113 |
| 29. Tianguistenco de Galeana | 0 | 28 | 78 | 551 | 657 |
| 30. Naucalpan de Juárez | 0 | 18 | 34 | 189 | 241 |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de intercampaña del 13 de febrero al 2 de abril de 2023.

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

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 | 21 | 113 | 832 | 966 |
| 32. Naucalpan de Juárez | 0 | 16 | 93 | 251 | 360 |
| 33. Ojo de Agua | 0 | 3 | 44 | 461 | 508 |
| 34. Toluca de Lerdo | 0 | 14 | 34 | 223 | 271 |
| 35. Metepec | 0 | 15 | 19 | 436 | 470 |
| 36. San Miguel Zinacantepec | 0 | 0 | 14 | 225 | 239 |
| 37. Tlalnepantla de Baz | 0 | 7 | 17 | 161 | 185 |
| 38. Coacalco de Berriozábal | 0 | 7 | 1 | 158 | 166 |
| 39. Tepexpan | 0 | 2 | 44 | 226 | 272 |
| 40. Ixtapaluca | 0 | 3 | 84 | 472 | 559 |
| 41. Cd. Nezahualcóyotl | 0 | 4 | 92 | 343 | 439 |
| 42. Ecatepec de Morelos | 0 | 13 | 117 | 168 | 298 |
| 43. Cuautitlán Izcalli | 0 | 11 | 20 | 364 | 395 |
| 44. Nicolás Romero | 0 | 18 | 33 | 542 | 593 |
| 45. Barrio la Cabecera 3a Sección | 0 | 0 | 11 | 399 | 410 |
| Total | 1 | 473 | 1,760 | 16,740 | 18,974 |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de intercampaña del 13 de febrero al 2 de abril de 2023.

1.8

Levantamiento de la información por actores políticos

Del 13 de febrero al 2 de abril de 2023

1.8 Levantamiento de la información por actores políticos (Del 13 de febrero al 2 de abril de 2023)

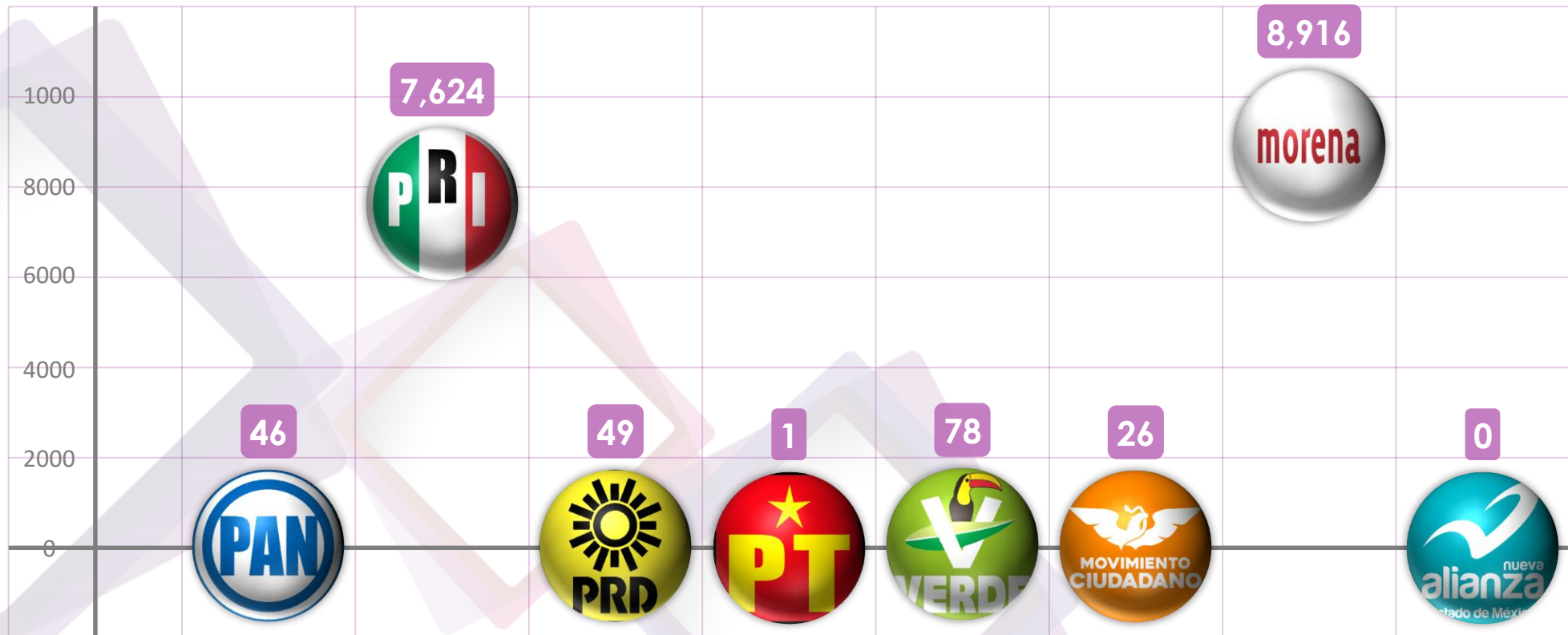
Tabla 5. Resultados de **soportes promocionales** por actor

| ACTOR POLÍTICO | ANUNCIO ESPECTACULAR | BARDA | CARTELERA | DISPLAY | LONA / VINILONA | MUPI | PINTA EN | PUBLIVALLA | TOTALES |
|--------------------------------------|----------------------|------------|-----------|----------|-----------------|------------|-----------|------------|---------------|
| Partido Acción Nacional | 39 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 46 |
| Partido Revolucionario Institucional | 2 | 336 | 0 | 3 | 7,265 | 0 | 18 | 0 | 7,624 |
| Partido de la Revolución Democrática | 47 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 49 |
| Partido del Trabajo | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Partido Verde Ecologista de México | 0 | 73 | 0 | 0 | 1 | 0 | 4 | 0 | 78 |
| Movimiento Ciudadano | 9 | 17 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 26 |
| Morena | 45 | 290 | 1 | 0 | 8,426 | 138 | 12 | 4 | 8,916 |
| Nueva Alianza Estado de México | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL GENERAL | 142 | 726 | 1 | 3 | 15,692 | 138 | 34 | 4 | 16,740 |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de intercampaña del 13 de febrero al 2 de abril de 2023.

1.8 Levantamiento de la información por actores políticos (Del 13 de febrero al 2 de abril 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 intercampaña del 13 de febrero al 2 de abril de 2023.

1.8 Levantamiento de la información por actores políticos (Del 13 de febrero al 2 de abril de 2023)

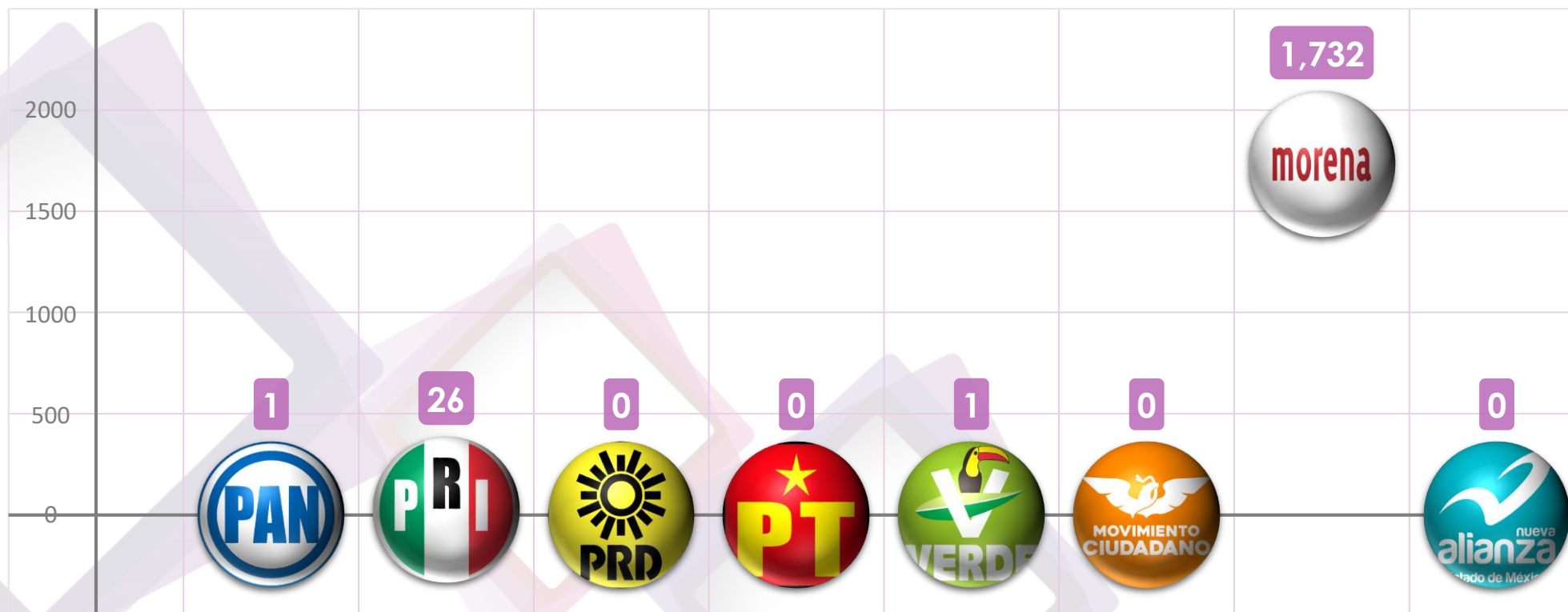
Tabla 6. Resultados de **publicidad directa** por actor

| ACTOR POLÍTICO | BANDERÍN | BOLSA | CALCOMANÍA | CARTEL | DÍPTICO | FOLLETO | GORRA | MANDIL | PLAYERA | PULSERA | TORTILLERO | TRÍPTICO | VOLANTE | TOTALES |
|--|----------|----------|--------------|-----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|------------|----------|----------|--------------|
|  | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
|  | 1 | 0 | 25 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 26 |
|  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
|  | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
|  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| morena | 3 | 5 | 1,624 | 64 | 9 | 1 | 9 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 7 | 1,732 |
|  | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL GENERAL | 4 | 5 | 1,651 | 64 | 9 | 1 | 9 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 7 | 1,760 |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de intercampaña del 13 de febrero al 2 de abril de 2023.

1.8 Levantamiento de la información por actores políticos (Del 13 de febrero al 2 de abril 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 intercampaña del 13 de febrero al 2 de abril de 2023.

1.8 Levantamiento de la información por actores políticos (Del 13 de febrero al 2 de abril de 2023)

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

| ACTOR POLÍTICO | TRANSPORTE PÚBLICO | | | | | TRANSPORTE PRIVADO | | | | | TOTALES |
|--------------------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|----------|-----------|--------------------|-------------------|----------|--------------------------------|------------|------------|
| | AUTOBÚS O CAMIÓN | BICITAXI O VELOTAXI | COMBI O CAMIONETA | MOTOTAXI | TAXI | AUTOBÚS O CAMIÓN | COMBI O CAMIONETA | TRÁILER | TRICICLO AMBULANTE O SIMILARES | VEHÍCULO | |
| Partido Acción Nacional | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Partido Revolucionario Institucional | 2 | 1 | 3 | 1 | 5 | 1 | 20 | 0 | 0 | 62 | 95 |
| Partido de la Revolución Democrática | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 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 | 0 | 4 | 15 | 2 | 23 | 3 | 127 | 1 | 2 | 200 | 377 |
| Nueva Alianza Estado de México | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL GENERAL | 2 | 5 | 18 | 3 | 28 | 4 | 148 | 1 | 2 | 262 | 473 |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de intercampaña del 13 de febrero al 2 de abril de 2023.

1.8 Levantamiento de la información por actores políticos (Del 13 de febrero al 2 de abril 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 intercampaña del 13 de febrero al 2 de abril de 2023.

1.8 Levantamiento de la información por actores políticos (Del 13 de febrero al 2 de abril de 2023)

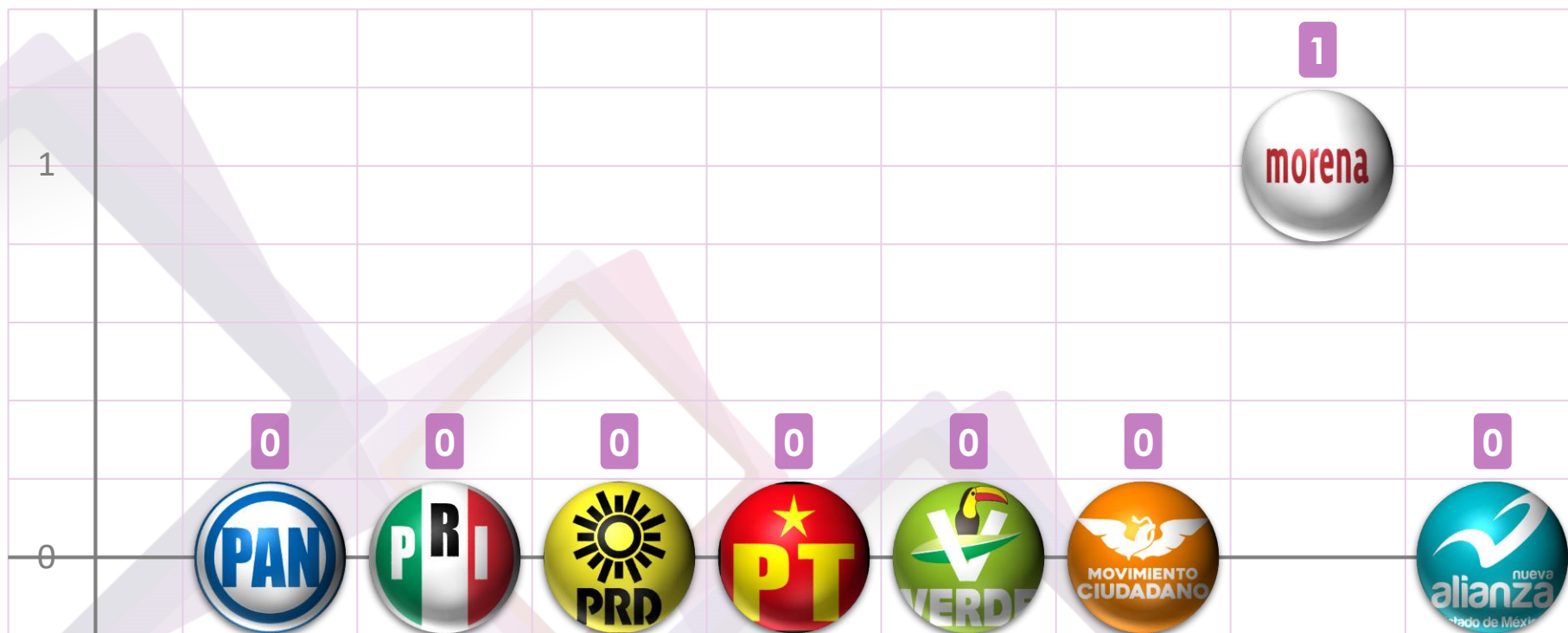
Tabla 8. Resultados de **eventos de difusión** por actor

| ACTOR POLÍTICO | BRIGADA | TOTALES |
|--------------------------------------|----------|----------|
| Partido Acción Nacional | 0 | 0 |
| Partido Revolucionario Institucional | 0 | 0 |
| Partido de la Revolución Democrática | 0 | 0 |
| Partido del Trabajo | 0 | 0 |
| Partido Verde Ecologista de México | 0 | 0 |
| Movimiento Ciudadano | 0 | 0 |
| Morena | 1 | 1 |
| Nueva Alianza Estado de México | 0 | 0 |
| TOTAL GENERAL | 1 | 1 |

Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de intercampaña del 13 de febrero al 2 de abril de 2023.

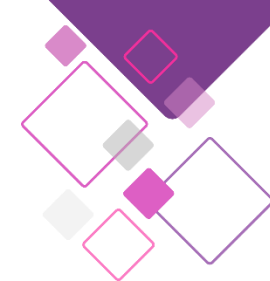
1.8 Levantamiento de la información por actores políticos (Del 13 de febrero al 2 de abril de 2023)

Gráfica 6. Resultados de eventos de difusión por actor

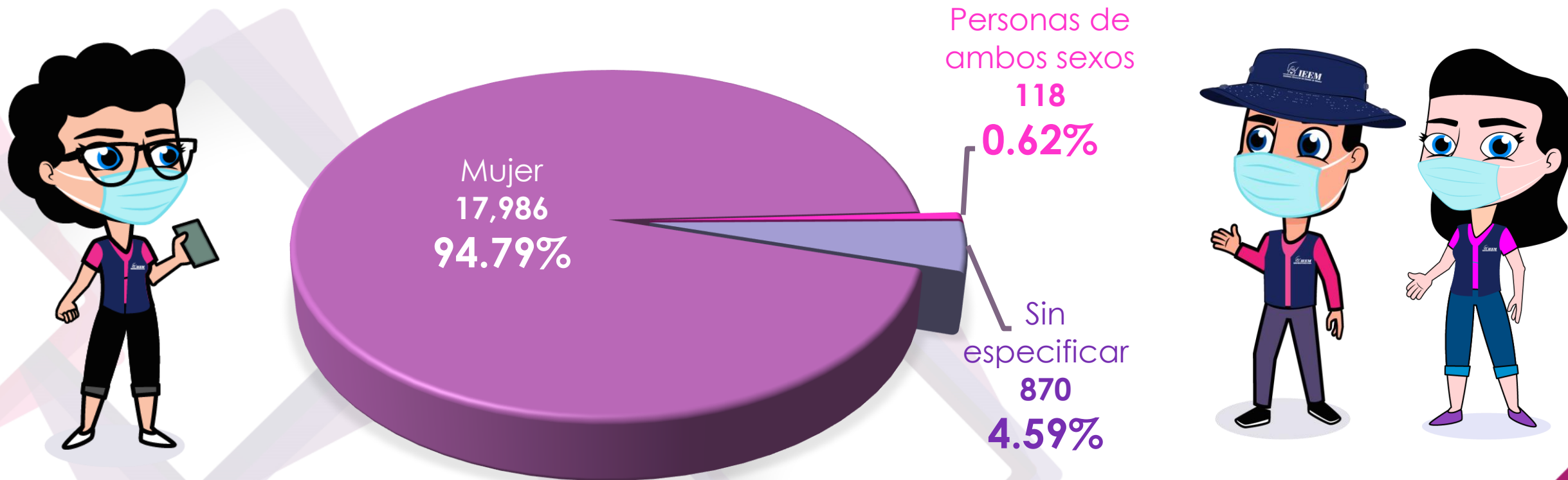


Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de intercampana del 13 de febrero al 2 de abril de 2023.

1.9 Perspectiva de género



Gráfica 7. Propaganda en medios alternos **por sexo**



Fuente: Elaboración con base en los datos obtenidos del Sistema Integral de Monitoreo de Espectaculares y Medios Alternos (SIMEMA), durante el periodo de intercampaña del 13 de febrero al 2 de abril 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 se monitorearon **114 salas de cine** y no se observó propaganda alguna, alusiva a la Elección de Gubernatura 2023.

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 |
|-------------------|--|-----------------------|----------------------|
| Ciudad de México | Línea 2 del Metro de la Ciudad de México (Cuatro Caminos - Tasqueña) | 25 de febrero de 2023 | No |
| Ciudad de México | Calzada Ignacio Zaragoza (tramo entre las estaciones del Metro Acatitla y Guelatao) | 25 de febrero de 2023 | No |
| Ciudad de México | Línea 1 del Metro de la Ciudad de México (Observatorio - Balderas) | 11 de marzo de 2023 | No |
| Morelos | Carretera Federal México - Cuautla (tramo del kilometro 50 al 60 aproximadamente) | 11 de marzo de 2023 | No |
| Querétaro | Carretera Federal Acambay - San Juan del Río (tramo del kilómetro 120 al 130) | 24 de marzo de 2023 | No |
| Ciudad de México | Autopista Peñón - Texcoco (tramo de la Avenida 602 a la Avenida Oceanía) | 25 de marzo de 2023 | No |
| Ciudad de México | Carretera Federal Toluca - Ciudad de México (tramo del kilómetro 25 al 35) | 1 de abril de 2023 | No |
| Ciudad de México | Línea 1 del Mexibús (Ciudad Azteca - Ojo de Agua) | 1 de abril de 2023 | No |

04. Conclusiones

Durante el periodo que se **reporta**, se validaron **18,974 registros** del *Sistema Integral de Monitoreo a Espectaculares y Medios Alternos*, **869** corresponden a propaganda **política** y **18,105** a propaganda **electoral**.

Dicha propaganda corresponde a **16,740 soportes promocionales**; **1,760** a **publicidad directa**, **473** a **propaganda móvil** y **1 evento de difusión**.

Durante el periodo reportado se monitorearon **114 salas de cine** y no se observó propaganda relacionada con la Elección de Gobernatura 2023.

Durante el desarrollo del **monitoreo extraterritorial**, no se observó propaganda de la Elección de Gobernatura 2023, en el Estado de México.

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