

México D. F., a 28 de abril de 2012

CIRCULAR No. 71

**CC. CORDINADORES DISTRITALES DEL
INSTITUTO ELECTORAL DEL DISTRITO FEDERAL
PRESENTES**

En relación con las campañas electorales de los candidatos a ocupar los cargos de Jefe de Gobierno, Diputados por el principio de mayoría relativa y Jefes Delegacionales que darán inicio los días **29 de abril** y **14 de mayo** del año que transcurre, respectivamente.

La Dirección Ejecutiva de Asociaciones Políticas, la Unidad Técnica de Asuntos Jurídicos la Unidad Técnica Especializada de Fiscalización son los usuarios de la información que los Órganos Desconcentrados captan en sus recorridos de inspección ocular, los cuales se realizan desde septiembre de 2011¹.

Por lo anterior, fue necesario adecuar y rediseñar el funcionamiento del **Sistema de Seguimiento a los recorridos de Inspección en Materia de Propaganda Electoral** (Sistema) con la finalidad de que la información que se registre, por parte de las Direcciones Distritales, sea consultada y procesada de acuerdo con las necesidades de las áreas que utilizan la citada herramienta informática durante el período de las campañas electorales

Al respecto, con fundamento en los artículos 67, fracción IX, y 93, fracción XIII del *Código de Instituciones y Procedimientos Electoral del Distrito Federal* (Código); 21, fracción VII y 53, fracciones III y V, del *Reglamento Interior del Instituto Electoral del Distrito Federal*, a continuación me permito informarles las modificaciones realizadas a la operatividad, temporalidad, registro de información en el Sistema y entrega de acta circunstanciada de inspección para detectar propaganda, mismos que deberán de atenderse a partir del recorrido que comienza el próximo **domingo 29 de abril** del año en curso; por consiguiente, se deja sin efectos la calendarización de recorridos adjunta a la Circular 001 del presente año.

I.- Operatividad de los recorridos.

Cada recorrido comprenderá su realización de lunes a domingo, con las excepciones del primer y último recorridos programados en el siguiente numeral; se considerará la inspección del total del territorio geográfico distrital.

¹ Con el propósito de detectar propaganda o publicidad, de acuerdo a lo dispuesto por el Reglamento que regula el uso de recursos públicos, propaganda institucional y gubernamental, así como los actos anticipados de precampaña y campaña, para los procesos electorales ordinarios en el Distrito Federal.

II. Temporalidad.

De conformidad con lo dispuesto por el artículo 312 del Código, las campañas electorales para los candidatos a Jefe de Gobierno iniciarán el domingo 29 de abril y las referentes a los candidatos a Diputados por el principio de mayoría relativa y Jefes delegacionales, el día 14 de mayo; y concluirán tres días antes de la jornada electoral, por tal motivo, los recorridos para detectar propaganda durante las campañas electorales comprenderán del 29 de abril al 27 de junio de 2012, de acuerdo con la siguiente:

Calendarización de recorridos que realizarán las Direcciones Distritales para la detección de propaganda electoral durante el período de campañas electorales, abril-junio de 2012

Nº Recorrido consecutivo, en relación a los anteriores.	Período de recorrido	Tipo de recorrido	Fecha límite de captura en el Sistema, 22:00 horas del:	Fecha límite de entrega de Acta Circunstanciada a UTRALAD (3), 19:00 horas del:
17	29* abril al 6 de mayo	Total	7 de mayo	8 de mayo
18	7 al 13 de mayo	Total	14 de mayo	15 de mayo
19	14** al 20 de mayo	Total	21 de mayo	22 de mayo
20	21 al 27 de mayo	Total	28 de mayo	29 de junio
21	28 de mayo al 3 de junio	Total	4 de junio	5 de junio
22	4 al 10 de junio	Total	11 de junio	12 de junio
23	11 al 17 de junio	Total	18 de junio	19 de junio
24	18 al 27 de junio	Total	27 de junio	27 de junio

* Inicio de campañas electorales de candidatos a Jefe de Gobierno.

** Inicio de campañas electorales de candidatos a Diputados por el principio de mayoría relativa y Jefes Delegacionales.

Recorrido Total: Recorrido de Inspección ocular que se realizará por la totalidad del espacio geográfico del ámbito geográfico Distrital.

III.- Registro de información

En razón del acotamiento del período para la realización de los recorridos, se deberá considerar realizar la captura de información en el Sistema, durante el mismo día en que ésta sea obtenida; para ello, deberán organizar equipos de trabajo de captura, validación, supervisión y remisión de la información registrada en el Sistema. Durante esta actividad se deberá de aplicar el *Procedimiento de mejoras de inconsistencias* comprendido en el numeral V de la presente Circular.

Por otra parte, en este tema es necesario resaltar que el Sistema ha sido ordenado para llevar a cabo la identificación de la propaganda, de acuerdo a los conceptos de identificación de propaganda, que se dieron a conocer en la reunión del jueves pasado, al tenor de los siguientes aspectos:

- *Tipo de elección*
- *Selección de partido político o candidatura común*, con estos datos, automáticamente aparecerá el nombre del candidato;
- *Clasificación de propaganda: individual, genérica o compartida.*
- *Tipo de propaganda*

En el caso de la **propaganda individual**, el registro iniciará con la selección del tipo de elección que corresponda, posteriormente se escogerá el nombre del Partido Político o Candidatura Común, y el nombre del candidato se dará automáticamente y se continuará con registro de información que se ha utilizado anteriormente, como lo son el tipo de propaganda, ubicación, medidas, tipo de material, cantidad, y otros.

Ahora bien, para el registro de una **propaganda genérica**, se localizará un campo para su identificación enseguida del que corresponde al Partido Político o Candidatura Común, de ser el caso, una vez marcado únicamente se procederá a elegir el tipo de propaganda, ubicación, contenido, dimensiones, cantidad, etc., ya que al elegir este campo, el que corresponde al nombre del candidato se deshabilitará automáticamente.

Para la **propaganda compartida**, se elegirá de un menú el cargo del candidato o con quien se comparte la propaganda, ejemplo: candidato a Jefe de Gobierno, diputado(s) locales, candidato a la Presidencia de la República del partido o los partidos XXX, diputado(s) federal y senador (es), o funcionarios locales o federales.

En esta tesitura, el procedimiento se aplicará una vez que se alimente el Sistema con los nombres de los candidatos a Jefes Delegacionales y Diputados de mayoría relativa; asimismo, es preciso resaltar que no se deberá registrar ningún tipo de propaganda federal, excepto los casos de la propaganda compartida de la que únicamente se seleccionará del combo de opciones, si el personaje que acompaña al candidato local es candidato a Presidente de la República por el partido XXX, candidato a diputado(s) federal, candidato a senador(es) o en su caso, el cargo del funcionario local o federal que aparezca en la propaganda.

Asimismo, para mayor apoyo a la actividad de registro de información en el Sistema, se contará dentro del mismo, para su inmediata consulta ya sea de manera digital o impresa, con tres tutoriales referentes a:

- a) Características de la propaganda electoral de campaña. (Anexo 1)
- b) Catálogo de tipo de propaganda; e (Anexo 2)
- c) Identificación de propaganda. (Anexo 3)

IV.- Entrega de acta circunstanciada.

La entrega del instrumento se llevará a cabo **a más tardar a las 19:00 horas del martes siguiente a la conclusión del recorrido**, de acuerdo al procedimiento que se ha venido aplicando, a través de la Unidad Técnica de Archivo, Logística y Apoyo a los Órganos Desconcentrados, quien de manera previa a la recepción cotejará la información contenida en el acta circunstanciada contra la que se encuentre en el Sistema.

V.- Propuesta de mejoras a inconsistencias detectadas en el Sistema.

En la reunión de retroalimentación en materia de recorridos para detectar propaganda electoral celebrada el día 26 de abril del año en curso, se mencionaron algunas inconsistencias encontradas de una revisión realizada a la información que se encuentra en el Sistema, mismas que a continuación se señalan nuevamente con el propósito de que no se repitan durante esta nueva etapa de recorridos y en consecuencia, en la respectiva captura; además de que se señala el procedimiento a seguir para corregir cada inconsistencia, así como el responsable de supervisar cada uno de estos procedimientos durante la captura diaria de información en el Sistema.

Inconsistencia	Procedimiento de mejora	Responsable
Propaganda no detectada o no reportada.	Realizar las medidas operativas conducentes, con la finalidad de intensificar la inspección de las vialidades señaladas en los incisos a), b) c) y d) del Apartado I del presente documento.	CD
Clasificación incorrecta del tipo de propaganda.	Verificar que el tipo de propaganda ingresado al Sistema, sea el que corresponde a la fotografía. Revisar el tutorial referente al tipo de propaganda, y en su caso aplicar las medidas conducentes para reforzar el conocimiento del personal eventual que participa en la captura de información en el Sistema.	CD y STJ
Asignación incorrecta de propaganda a un personaje	Verificar que la fotografía que se ingresa al Sistema corresponda al personaje seleccionado.	STJ
Captura incorrecta de las dimensiones de la propaganda	Captura de las dimensiones aproximadas de la propaganda electoral. Revisión de la información que se registrará en el Sistema.	STJ
Fotografías que no contemplan el entorno urbano.	Revisión de cada fotografía antes de ser ingresada al Sistema; y en caso de no cumplir con el requisito, a la brevedad obtener una nueva imagen. Consultar Anexo 4	STJ
Fotografías idénticas con diferente dirección.	Revisión de la información que se registrará en el Sistema, con el propósito de no utilizar una misma fotografía para distintas ubicaciones en las que se haya detectado propaganda.	STJ

CD: Coordinador Distrital STJ: Secretario Técnico Jurídico

VI. Comentarios generales

En relación al recorrido comprendido entre el 23 y 29 de abril correspondiente a la Calendarización de la Circular 001, éste deberá de realizarse únicamente hasta el día sábado 28, por consiguiente los datos del acta circunstanciada deberá instrumentarse en los mismos términos.

Para el registro de información del primer recorrido programado en esta Circular, (29 de abril al 6 de mayo) se deberá ingresar al siguiente link, con el mismo nombre de usuario y contraseña.

<http://cccp.iedf.org.mx/recorridos2011/captura2012>

Para aclaraciones referentes a la identificación, clasificación o al tipo de propaganda, podrán dirigirse vía telefónica con los contadores públicos de la Unidad Técnica Especializada de Fiscalización, Heriberto Delgado y Silvestre Navarro a las extensiones 5310 y 5302, respectivamente. Por otra parte, los licenciados Jesús Reyes en la extensión 4640 y Nancy Hernández en la 4672 de la Unidad Técnica de Servicios Informáticos, brindarán el apoyo técnico necesario en relación con el funcionamiento del Sistema.

Finalmente, los conmino a que perfeccionen el desempeño de las actividades de los recorridos de inspección, atendiendo puntualmente las observaciones e indicaciones que realiza esta oficina derivado de la retroalimentación de información que se ha realizado de manera constante desde el inicio de los recorridos.

Sin otro particular, reciban un cordial saludo.

**ATENTAMENTE
EL SECRETARIO EJECUTIVO**

LIC. BERNARDO VALLE MONROY

C. c. p.

Lic. Gustavo Anzaldo Hernández. Consejero Presidente del Instituto Electoral del Distrito Federal. Para su conocimiento.
Consejeros Electorales del Instituto Electoral del Distrito Federal. Para su conocimiento.

Mtro. Francisco Zorrilla Mateos.- Encargado de Despacho de la Dirección Ejecutiva de Asociaciones Políticas. Para su conocimiento.

Lic. José Rico Espinosa.- Titular de la Unidad de Asuntos Jurídicos.

Mtro. Jaime González Amaro.- Titular de la Unidad Técnica de Servicios Informáticos.

C.P. Félix Varela Rodríguez.- Titular de la Unidad Técnica Especializada en Fiscalización.

Lic. Blanca Gloria Martínez Navarro.- Encargada del Despacho de la Dirección de Seguimiento de la Unidad Técnica de Archivo, Logística y Apoyo a Órganos Desconcentrados. Para su conocimiento.

BVM/JMMS/AIR

Anexo 1.

Características de la propaganda electoral de campaña

Se considera que se dirigen a la obtención del voto toda propaganda que presente cuando menos una de las siguientes características:

- a) Las palabras "voto" o "votar", "sufragio" o "sufragar", "elección" o "elegir" y sus sinónimos, en cualquiera de sus derivados y conjugaciones, ya sea verbalmente o por escrito;
- b) La aparición de la imagen de alguno de los candidatos del partido político o coalición, o la utilización de su voz o de su nombre, apellidos, apelativo o sobrenombre, sea verbalmente o por escrito;
- c) La invitación a participar en actos organizados por el partido político, coalición o por los candidatos postulados;
- d) La mención de la fecha de la jornada electoral local, sea verbalmente o por escrito;
- e) La difusión de la plataforma electoral del partido político, coalición o de su posición ante los temas de interés en el Distrito Federal;
- f) Cualquier referencia verbal o escrita, o producida a través de imágenes o sonidos, a cualquier gobierno, sea emanado de las filas del mismo partido político, coalición o de otro partido político;
- g) Cualquier referencia verbal o escrita, o producida a través de imágenes o sonidos, a cualquier partido distinto, cualquier candidato postulado por un partido político o coalición distinto;
- h) La defensa de cualquier política pública que a juicio del partido político o coalición haya producido, produzca o vaya a producir efectos benéficos para la ciudadanía;
- i) La crítica a cualquier política pública que a juicio del partido político o coalición haya causado efectos negativos de cualquier clase, y
- j) La presentación de la imagen del líder o líderes del partido; la aparición de su emblema; o la mención de sus slogans, frases de campaña o de cualquier lema con el que se identifique al partido político, coalición o cualquiera de sus candidatos.

Anexo 2.

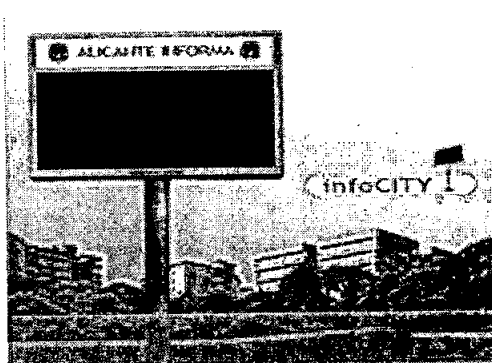
Catalogo por tipo de propaganda electoral

VALLA



Medio de publicidad exterior que se utiliza en lugares públicos, va dirigida a un público indeterminado. Soporte plano sobre el que se fijan láminas o carteles publicitarios.

PANTALLA FIJA



Las pantallas publicitarias instaladas en interiores como restaurantes y el aeropuerto y en exteriores principalmente en la vía pública transmiten información, comunican mensajes de importancia a la ciudadanía y promueven o publicitan diversos bienes o servicios, pueden transmitir datos como imágenes y texto.

Anexo 2.

PANTALLA MÓVIL



PINTA DE BARDA



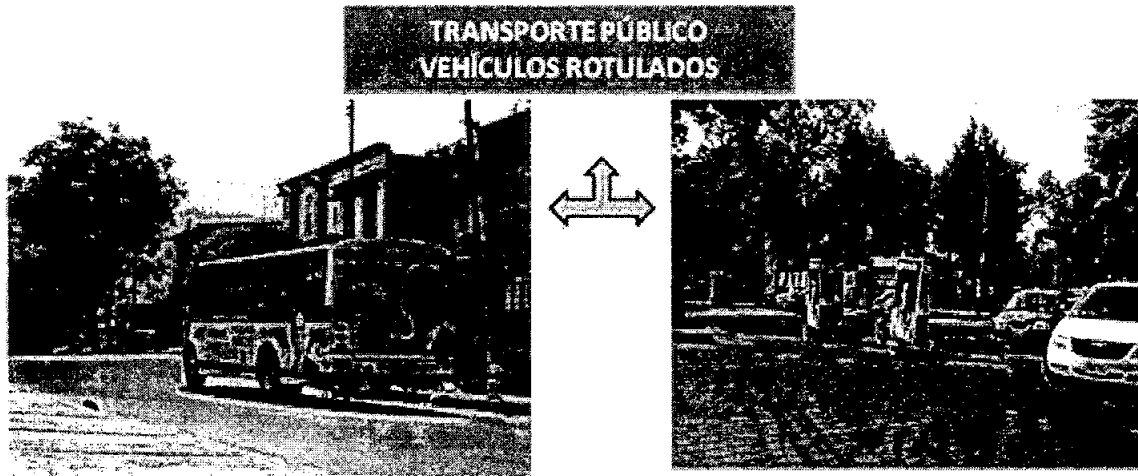
Las pantallas publicitarias instaladas en interiores como restaurantes y el aeropuerto y en exteriores principalmente en la vía pública transmiten información, comunican mensajes de importancia a la ciudadanía y promueven o publicitan diversos bienes o servicios, pueden transmitir datos como imágenes y texto. En algunos casos es posible la movilidad o traslado de un lugar a otro.

El costo depende del tamaño real de la pantalla, el *pixelaje* de la misma y el periodo de exhibición, así como el diseño de la publicidad.

Barda ubicada en la vía pública que se pinta usualmente con los slogans, mensajes y nombre del anunciante para publicitarse.

El costo que el anunciante debe pagar depende de la medida de la barda, la cantidad y calidad de los insumos que se utilicen, así como la mano de obra.

Anexo 2.



Puede darse en transporte público y privado. Se denomina transporte público a aquel en el que los viajeros lo comparten y que está disponible para el público en general como autobuses, microbuses, trolebuses y tienen una ruta definida.

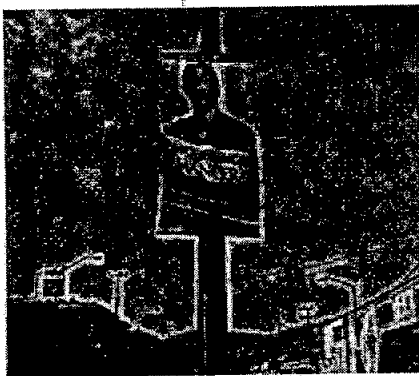
El costo dependerá del tamaño de la publicidad, número de vehículos y el periodo en los que se exhiba la propaganda, así como del diseño.

Anexo 2.

GALLARDETE O PENDÓN



Es un letrero en lona, plástico o papel que se cuelga en la vía pública o en otro lugar, en el cual se imprime propaganda.



LONA VINÍLICA



Es una pieza usualmente rectangular de material sintético como el vinil, en la cual se imprime algún tipo de publicidad que incluye textos, imágenes y diversos recursos gráficos generalmente se sujeta mediante cuerdas en la vía pública.



Anexo 2.

ESPECTACULAR

Es un anuncio de gran magnitud que se coloca en la vía pública mediante el que se expone a las personas un mensaje mientras transita por la calle.

Generalmente se coloca sobre construcciones de altura y es una pieza de grandes dimensiones, para facilitar su visibilidad a distancia.

Regularmente tienen una base de por lo menos 7 metros de ancho y una altura mínima de 3 metros, las empresas que los administran se encargan de buscar locaciones ideales para colocarlos y se encargan de su construcción y mantenimiento.



PASACALLES

Pieza de tela o material sintético que se cuelga atravesando una calle y contiene anuncios de festividades y publicidad de bienes o servicios, como ejemplo de sus dimensiones se puede citar 1mtr. por 6.50 mtrs.



Anexo 2.

CARTEL



Es una lámina de papel, cartón u otro material que se imprime con algún tipo de mensaje visual como: textos, imágenes, y todo tipo de recursos gráficos, mediante el que se difunde una información o promoción de un producto, evento, espectáculo suelen formar parte de campañas publicitarias. Se colocan tanto en interiores como en exteriores de inmuebles.

CALCOMANÍAS

Consistente en una imagen, texto o gráficos, que mediante la aplicación de agua se transfiere del soporte original a otra superficie donde queda adherida. También existen figuras autoadhesivas que no requieren el uso de agua conocidas en inglés como "stickers").



Anexo 2.

VOLANTES

Un volante propagandístico es un papel impreso, generalmente del tamaño de media cuartilla, que se distribuye directamente de mano en mano a las personas en las calles y en el cual se anuncia, pide, cuestiona o hace constar algo.

Su mensaje es breve y conciso se advierte que el volante es un cierto tipo de folleto breve. Se conoce en inglés como *flyer*.



Anexo 2.

VALET PARKING

Valet parking: publicidad realizada de diversos materiales con imágenes y recursos gráficos, fijada en los muebles destinados a valet parking, las cuales en el interior cuentan con luz para que de noche pueda ser visualizar la misma, de varios prestadores de servicios como por ejemplo de restaurantes.



PARABÚS

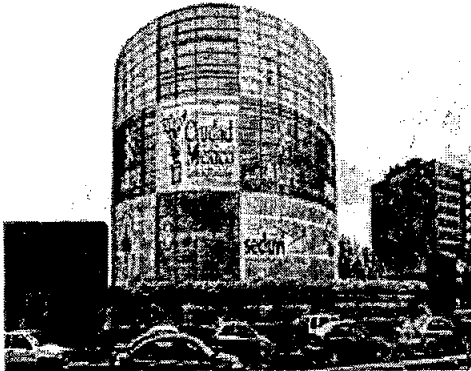


Parabús: es cartel de publicidad elaborado en papel, cartón u otro material que se imprime con algún tipo de mensaje visual como; textos, imágenes y todo tipo de recursos gráficos, mediante el cual se difunde una información o promoción de un producto, evento, espectáculo suelen formar parte de las campañas publicitarias. Se colocan en las paradas de autobuses y microbuses.



Anexo 2.

NODOS PUBLICITARIOS



Nodos publicitarios: es la superficie de los espacios públicos entre los que se encuentran las bombas de agua, estaciones del Sistema de Transporte Colectivo, del Metrobús y del Servicio de Transporte Eléctrico, entre otros destinados a un servicio público; delimitada por la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda para instalar los anuncios publicitarios, la cual puede tener diversas dimensiones de acuerdo con dichos espacios.

ESPACIOS PUBLICITARIOS

Espacio Comercial: Consiste en propaganda localizada en zonas comerciales y puede ser elaborada en diversos materiales, impresa con mensaje visual como; textos, imágenes y todo tipo de recursos gráficos, mediante la que se difunde una información o promoción de un producto, evento, espectáculo y pueden formar parte de las campañas publicitarias.



Anexo 3.

Identificación de Propaganda

- a) Individual.-** En la que aparece solamente el candidato.

- b) Propaganda genérica.-** Es aquella en la que el partido político o candidatura común que promueva o invite a votar por él mismo o por el conjunto de candidatos a cargos de elección popular que los representan, sin que se especifique el candidato o el tipo de campaña que promocionan y sin distinguir si se trata de candidatos a Jefe de Gobierno, Diputados Locales o Jefes Delegacionales o Federales.

- c) Propaganda compartida.-** Es aquella propaganda en la que se promueven a dos o más candidatos a un cargo de elección popular, pueden ser candidaturas locales o pueden ser locales y federales.

- d) Propaganda de candidatos federales.-** Es aquella en la que únicamente se está promoviendo a candidatos a Presidente de la República, Senadores y Diputados Federales.

Anexo 4.

Recomendaciones para la obtención de imágenes

- **Resolución de la imagen:** en caso de que las condiciones de luz no lo permitieran, se procurará obtener las imágenes necesarias, ya sea de cerca o lejos, siempre y cuando se aprecie el contenido de la propaganda (nombre del candidato y las personas que aparezcan, ya sea un ciudadano, servidor público, un logo tipo de partido político o coalición, cargo que se postula, mensaje o frase propagandística utilizada y diseño gráfico de la misma). Se deberá configurar el uso de la cámara fotográfica para la obtención de imágenes en 2 megapíxeles como máximo, para alcanzar un alto rendimiento en las tarjetas de memoria de las cámaras fotográficas que utilizan las Direcciones Distritales.
- **Referencia de ubicación:** tomar las medidas conducentes, a efecto de que en las fotografías que se obtengan de los diversos tipos de propaganda se permita apreciar la plena ubicación de la misma (entorno urbano), para ello se deberá considerar como referencia aquellos aspectos que se encuentren en las inmediaciones del lugar donde se ubique la propaganda, ya sean de tipo arquitectónicos, vialidades, nomenclatura vial o de servicio público; estas imágenes, deberán adjuntarse en el apartado correspondiente del Sistema, utilizando el programa winzip.
- En el caso de localizar propaganda como pendones, posters, gallardetes, etc., de manera repetida en la misma calle o avenida, únicamente se fotografiará un ejemplar, siempre y cuando las características no varíen, asimismo, se deberá fotografiar la calle o avenida para tener un registro en perspectiva de la totalidad de la propaganda.
- Para el caso, de bardas de más de 8 metros de longitud, de igual forma, se deberá considerar obtener diversas imágenes parciales en donde se aprecie nítidamente el contenido de este tipo de propaganda, y otra más en perspectiva, en la que se aprecie en su totalidad el contenido y el entorno urbano de su ubicación.