

Asignan a partidos políticos Tiempos de Estado en radio y tv

En cumplimiento a lo establecido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, La Ley General de Partidos Políticos y el Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral; la CEE aprobó la asignación de los Tiempos de Estado en Radio y Televisión a los partidos políticos y la propuesta de pautas para la transmisión de sus mensajes, a utilizarse durante las precampañas, intercampanas y campañas electorales 2015.

Conforme a la ley, los partidos, precandidatos y candidatos no pueden contratar espacios en radio y televisión, por lo cual el Instituto Nacional Electoral, en coordinación con la CEE, otorga a cada entidad política, tiempos en medios de comunicación para la transmisión de sus promocionales.

Desde el inicio del periodo de precampaña electoral local (10 de enero de 2015) y hasta el día en que se celebre la jornada electoral (7 de junio de 2015), el INE administrará 48 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión que cubran la elección, que serán distribuidos en 2 y hasta 3 minutos por cada hora de transmisión, en cada estación de radio y canal de televisión.

Los spots tendrán duración de 30 segundos y serán transmitidos de las 6:00 a las 24:00 horas.

Tanto para precampañas como para intercampanas y campañas, el 30 por ciento del total de estos espacios se distribuirá entre los partidos, coaliciones o candidatos independientes en su conjunto, en forma igualitaria; y el 70 por ciento en proporción al porcentaje de votos que cada uno obtuvo en la última elección local de Diputados.

Los partidos de nuevo registro sólo participarán en la asignación del 30 por ciento.

Mientras que los candidatos independientes tendrán acceso a los tiempos únicamente en la etapa de campañas, de manera conjunta, como si se tratara de un partido de nuevo registro, y en forma proporcional al tipo de elección de que se trate.

Precampañas (50 días)

Durante el periodo de precampañas, del 10 de enero al 28 de febrero de 2015; a los 12 partidos existentes en el Estado les conciernen en conjunto mil 128 promocionales de 30 segundos.

Según la fórmula del INE para la distribución, al PAN le corresponden 372; al PRI 289; al PRD 79; al PT 71; al PVEM 72, a Nueva Alianza 77; a Movimiento Ciudadano; al Partido Demócrata, al

Partido Cruzada Ciudadana, a Morena, al Partido Humanista, y a Encuentro Social; les corresponden 28 spots a cada uno.

Intercampañas (5 días)

Para intercampañas, del 1 al 5 de marzo de 2015, a los 12 partidos les corresponden 84 mensajes, es decir, 7 promocionales a cada uno, de 30 segundos.

Campañas (90 días)

Y para la temporada de campañas, del 6 de marzo al 3 de junio de 2015; el INE determinó otorgar 2 mil 694 promocionales de 30 segundos, a los 12 partidos en conjunto.

Al PAN le corresponden 879; al PRI 682; al PRD 185; al PT 166; al PVEM 167, a Nueva Alianza 181; y a Movimiento Ciudadano, al Partido Demócrata, al Partido Cruzada Ciudadana, a Morena, al Partido Humanista, a Encuentro Social, y a los candidatos independientes, les corresponden 62 spots a cada uno.

Existen 24 fracciones de promocionales sobrantes, entre precampañas, intercampañas y campañas, que el INE utilizará para su promoción.