REFORMA

Alistan 'bombardeo' de ¡147 días con spots!

ALEJANDRO LEÓN

El Instituto Nacional Electora (INE) hizo un cálculo de la cantidad de anuncios de radio y televisión que podrán utilizar los partidos políticos locales y federales para promocionarse desde las precampañas, por lo que los capitalinos oirán y verán este tipo de publicidad durante 147 días consecutivos a partir del 4 de enero.

El árbitro electoral estableció las pautas para cada fuerza política en la CDMX conforme a un 30 por ciento igualitario y un 70 por ciento proporcional a los votos que obtuvieron en la última elección.

El próximo año, en la Capital serán renovadas las 16 alcaldías, 66 diputaciones locales y 204 concejalías.

Tras lo cual, el INE estimó que los partidos tendrán derecho a aproximadamente 880 promocionales de 30 segundos en cada estación de radio y televisión, tan sólo para las precampañas locales.

Con ello, Morena podrá producir cerca de 206 anuncios de este tipo en un lapso de 40 días, entre el 4 de febrero y el 12 de febrero.

El PAN, 190; Movimiento Ciudadano, 90; PRI, 88; y Partido Verde, 105, mientras que el PRD capitalino —partido que sigue en disputa legal por la posesión de su presidencia— 52, entre otros.

Respecto a Somos y PAZ, partidos políticos de reciente creación, solamente participarán con el 30 por ciento igualitario, es decir, tendrán 29 spots cada uno.

Para las campañas locales, las cuales serán del 4 de abril al 2 de junio, habrá en total mil 796 promocionales de 30 segundos durante 60 días en cada estación.

De ese universo, Morena podría hacer uso de 422 anuncios; el PAN, 389; Movimiento Ciudadano, 184; Partido del Trabajo, 177, y el PRI, 181, entre otros.

En caso de que sean registradas candidaturas sin partido, el número de spots de los partidos disminuiría de manera mínima.

"Las candidaturas sin partido podrán tener acceso a los tiempos de radio y televisión de manera conjunta, como si se tratara de un partido político de nuevo registro, pero en forma proporcional al tipo de elección de que se trate en la etapa de campañas", indica un acuerdo que ayer aprobó el Instituto Electoral de la Ciudad de México (IECM).

Además, la CDMX vivirá una etapa de intercampañas, entre el 13 de febrero y el 3 de abril.

Avalancha de propaganda

El INE dio las pautas para la transmisión de propaganda política en la CDMX.

PRECAMPAÑAS

880
promocionales en cada estación de radio y TV.

30
segundos la duración de los spots de los partidos.

40
días, entre el 4 de febrero y el 12 de febrero se transmitirán.