

Redefinirá el IFE los criterios para la transmisión de los promocionales en tv

ALONSO URRUTIA

La definición de criterios para la transmisión de los promocionales de la autoridad electoral y los partidos políticos es algo que urge aprobar al Instituto Federal Electoral (IFE), toda vez que faltan menos de 20 días para que terminen las precampañas, sostuvo el consejero Arturo Sánchez, quien agregó que esta misma semana deberán finiquitar el tema.

La reunión del Comité de Radio y Televisión está programada para el próximo jueves. En ella deberá aprobarse el documento definitivo para que exista claridad entre los concesionarios sobre los alcances y excepciones en la difusión de los mensajes partidistas y, en su caso, la forma en que habrán de reponerse aquellos que por las características específicas de los programas no puedan ser transmitidos en la pauta original.

Sánchez explicó que la preocupación central del IFE es definir estos criterios para regularizar la transmisión de los promocionales en las precampañas, pero, sobre todo, para que los concesionarios asuman plenamente las reglas que regirán durante las campañas federales.

En la propuesta que remitió junto con el consejero Benito Nacif al Comité de Radio y Televisión, queda prohibida la acumulación en un corte de todos los promocionales de las autoridades electorales y partidos políticos correspondientes a una hora; está prohibida la interrupción de programas especiales, de contenido diverso, sin cortes; conciertos o eventos especiales; eventos deportivos y oficios religiosos con motivo de la transmisión de los tiempos del estado administrados por el IFE.

Asimismo, a fin de evitar la inclusión de cortinillas de advertencia que alerten al auditorio sobre los mensajes político-electorales, se propone que en los medios electrónicos no se podrá insertar ninguna clase de mensajes adicionales que se refieran a la difusión de los primeros.

Sánchez destacó la necesidad de que exista claridad al respecto, toda vez que durante las campañas electorales los partidos tendrán 41 minutos para la difusión de sus promocionales, por lo que la no transmisión de algunos de ellos impactaría directamente en la campaña.

De igual forma, se plantean alternativas para la transmisión de promocionales que correspondería incluir en la *Hora Nacional*, para lo cual se propone que el tiempo total que corresponda a los mismos se transmita la mitad en la hora previa a dicho programa y la otra mitad en la hora posterior al mismo.

Al mismo tiempo, cuando existan coberturas informativas especiales, se procederá de igual forma que en los casos de programas que no puedan ser interrumpidos, por lo que serán repuestos en la media hora anterior o posterior al evento.

Martes 24 de febrero de 2009

Pactan Televisa y TV Azteca

(24 febrero 2009).- El presidente de Televisión Azteca, Ricardo Salinas Pliego, reconoció que concertó con Televisa pasar en bloques los spots de los partidos al arrancar las precampañas para no perder audiencia.

"El problema era, si hacíamos un corte nosotros a una hora y Televisa a otra, mi audiencia se iba a perder y viceversa. Entonces, lo lógico fue: nos pusimos de acuerdo para no perder la audiencia. Ni la tuya ni la mía. Vamos a hacerlo al mismo tiempo (transmitir spots electorales). Entonces, todos vayan al baño, háganse un sándwich, y regresamos en seis minutos", admitió Salinas Pliego ante estudiantes del Tec de Monterrey, de acuerdo con un audio que difundió ayer la periodista Carmen Aristegui en su programa de radio en MVS.

Staff

'Una cosa es que no me compren y otra que me roben'.- TV Azteca

(24 febrero 2009).- REFORMA / Staff

La transmisión en bloques de los spots de partidos políticos y el IFE fue una acción concertada entre Televisión Azteca y Televisa, reconoció Ricardo Salinas Pliego.

Durante una plática con estudiantes, el viernes pasado en Monterrey, el propietario de Televisión Azteca aclaró una cosa es que no le compren publicidad y otra es que le quieran robar.

"Yo encantado de la vida que no vengán conmigo y no me compren; pero una cosa muy diferente es que no me compren y otra cosa es que lleguen y me roben", reclamó.

Detalló el plan que aplicaron las televisoras el 31 de enero y el 1 de febrero, para no perder audiencia.

"El problema era si hacíamos un corte, nosotros a una hora y Televisa a otra, mi audiencia se iba a perder y viceversa. Entonces, lo lógico fue que nos pusimos de acuerdo para no perder la audiencia, ni la tuya ni la mía. Vamos a hacerlo al mismo tiempo, pos sí, entonces todos vayan al baño, háganse un sandwich y regresamos en seis minutos.

"Cuando nos llegan estas pautas a las dos televisoras, nos dicen: tres minutos por horario de fútbol. Vamos a hacer un corte de tres minutos y vamos a decirle al público: lo lamentamos, lo tenemos que hacer por ley y regresen en un rato cuando esté la programación que querían ver", dijo Salinas Pliego ante estudiantes.

El empresario consideró que la disposición legal para que los tiempos oficiales se usen para spots de los partidos es una "expropiación".

"Mucha gente, erróneamente, piensa que las televisoras perdimos un gran negocio por no venderle a los políticos. Es un error, las ventas de política en los últimos 12 años, en mi caso, no llegan ni a 3 por ciento de las ventas", dijo.

Señala Aguayo apoyo al albiazul

Imelda García

(24 febrero 2009).- El gasto del Gobierno federal en spots busca apuntalar al PAN ante la crisis electoral que enfrentará este año, consideró ayer el académico Sergio Aguayo.

"Entiendo que el PAN quiera contener el cataclismo que se le viene. El PAN se está desplomando y pareciera que quieren contener el desplome electoral con el gasto en spots, cuando ya están transmitiendo 23 millones de spots de los partidos por parte del IFE", manifestó.

Queda la duda, añadió, si el Gobierno busca compensar a las televisoras por el gasto que dejarán de hacer los partidos en la compra de tiempo para transmitir spots.

"Todos estamos padeciendo la crisis, estamos ajustando nuestros presupuestos, y pareciera que en el Gobierno federal sólo están preocupados por hacer que las televisoras cumplan con sus proyecciones de ingresos", cuestionó Aguayo.

Un Vistazo

Guadalupe Irizar, Érika Hernández y Haydeé Ramírez

(24 febrero 2009).- Plantean aplicar al CCE amonestación pública

México.- La Secretaría Ejecutiva del IFE propondrá al Consejo General la aprobación de una "amonestación pública" al PAN y al PRI y PVEM por los spots que en 2006 patrocinó el Consejo Coordinador Empresarial. El proyecto podría ser votado este viernes.

Guadalupe Irizar

Analiza Trife recurso del PRD contra la TV

México.- El Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación analiza el recurso de apelación que presentó el PRD en demanda de sancionar a Televisión Azteca por interrumpir programas de entretenimiento para transmitir spots de partido políticos.

Érika Hernández

Arranca bombardeo mediático en Sonora

Hermosillo.- Hoy arranca el bombardeo publicitario rumbo a los comicios locales de Sonora. Del 24 de febrero al 15 de marzo, lanzarán por radio y verán por TV mil 16 spots de 30 segundos de partidos y precandidatos a la Gubernatura.

Haydeé Ramírez

Martes 24 DE FEBRERO DE 2009

La nueva redacción prohíbe transmitir en bloque los espots

Redefinirá el IFE los criterios para la transmisión de los promocionales en tv

ALONSO URRUTIA

La definición de criterios para la transmisión de los promocionales de la autoridad electoral y los partidos políticos es algo que urge aprobar al Instituto Federal Electoral (IFE), toda vez que faltan menos de 20 días para que terminen las precampañas, sostuvo el consejero Arturo Sánchez, quien agregó que esta misma semana deberán finiquitar el tema.

La reunión del Comité de Radio y Televisión está programada para el próximo jueves. En ella deberá aprobarse el documento definitivo para que exista claridad entre los concesionarios sobre los alcances y excepciones en la difusión de los mensajes partidistas y, en su caso, la forma en que habrán de reponerse aquellos que por las características específicas de los programas no puedan ser transmitidos en la pauta original.

Sánchez explicó que la preocupación central del IFE es definir estos criterios para regularizar la transmisión de los promocionales en las precampañas, pero, sobre todo, para que los concesionarios asuman plenamente las reglas que regirán durante las campañas federales.

En la propuesta que remitió junto con el consejero Benito Nacif al Comité de Radio y Televisión, queda prohibida la acumulación en un corte de todos los promocionales de las autoridades electorales y partidos políticos correspondientes a una hora; está prohibida la interrupción de programas especiales, de contenido diverso, sin cortes; conciertos o eventos especiales; eventos deportivos y oficios religiosos con motivo de la transmisión de los tiempos del estado administrados por el IFE.

Asimismo, a fin de evitar la inclusión de cortinillas de advertencia que alerten al auditorio sobre los mensajes político-electorales, se propone que en los medios electrónicos no se podrá insertar ninguna clase de mensajes adicionales que se refieran a la difusión de los primeros.

Sánchez destacó la necesidad de que exista claridad al respecto, toda vez que durante las campañas electorales los partidos tendrán 41 minutos para la difusión de sus promocionales, por lo que la no transmisión de algunos de ellos impactaría directamente en la campaña.

De igual forma, se plantean alternativas para la transmisión de promocionales que correspondería incluir en la *Hora Nacional*, para lo cual se propone que el tiempo total que corresponda a los mismos se transmita la mitad en la hora previa a dicho programa y la otra mitad en la hora posterior al mismo.

Al mismo tiempo, cuando existan coberturas informativas especiales, se procederá de igual forma que en los casos de programas que no puedan ser interrumpidos, por lo que serán repuestos en la media hora anterior o posterior al evento.

En los casos en que sean más prolongados, la reposición se hará dentro de la franja horaria de 12 a 18 horas del día siguiente –cuando se transmiten sólo dos minutos de promocionales–, y en todos los casos la concesionaria deberá notificar el horario exacto en que se repusieron los mensajes, estipula la propuesta de ambos consejeros.

Financia el Congreso queretano costoso viaje

MARIANA CHÁVEZ, CORRESPONSAL

Querétaro, Qro., 23 de febrero. Desde diciembre de 2008 el diputado local panista Fernando Urbiola Ledesma viajó a Santiago Compostela, España, y ahí residirá hasta marzo próximo con gastos pagados por el Congreso queretano para un curso de integración familiar. Su coordinador de bancada, Eric Salas González, indicó que según la ley orgánica del Poder Legislativo los diputados pueden recibir 100 mil pesos anuales para capacitación, así como 53 mil mensuales de salario, 150 mil para el pago de asesores y oficinas, además de diversas prestaciones.

Fracasa en Campeche unión Convergencia-PT

LORENZO CHIM, CORRESPONSAL

Campeche, Camp. Por diferencias en el reparto de candidaturas fracasó la alianza entre el Partido del Trabajo (PT) y Convergencia para formar la coalición Salvemos Campeche, y cada uno designará candidato a la gubernatura, según el Instituto Electoral del Estado. Al vencer el plazo de registro de coaliciones sólo Nueva Alianza y el PRI presentaron su proyecto Unidos por Campeche, que el órgano encabezado por Celina del Carmen Castillo determinará si es procedente; para la elección de alcaldes y diputados locales aún pueden registrarse frentes comunes.