

Árbitro avala pautas para transmisión de mensajes

| Por Cristina Ceja

cristina.ceja@razon.com.mx

EL INSTITUTO Nacional Electoral (INE) avaló los modelos de distribución y pautas para la transmisión en radio y televisión de los mensajes de las autoridades electorales para la promoción de los comicios del Poder Judicial de la Federación (PJF) y locales.

El proyecto fue aprobado por unanimidad de votos por el consejo general, con lo que se modificaron las pautas de las autoridades electorales en las entidades con proceso electoral local y las relativas al periodo ordinario, con base en los nuevos criterios de distribución y escenarios aprobados por el Consejo General, en acatamiento a lo ordenado por la sala superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF).

En este sentido, se encontró que donde están 13 entidades en periodo ordinario, coinciden con la elección del PJF; otro con 17 estados en donde coincide el periodo ordinario con la elección al Poder Judicial Federal y local, y uno más en donde hay dos entidades en donde se empatan los co-

micios del Poder Judicial Federal y local y el proceso electoral local.

En este contexto, se consideró la disminución de 48 a 24 minutos del tiempo que administrará el instituto, asignado a las autoridades electorales federales y locales, el cual se deberá destinar, preferentemente, a la difusión de la elección del PJF, los procesos electorales locales y los procesos electorales de los poderes judiciales locales.

En el primer escenario, por cada tipo de emisora para la difusión de la información de las candidaturas a nivel federal, se prevén mil 908 promocionales en cada emisora de radio comercial, dos mil 067 de televisión comercial y dos mil 173 de radio y televisión públicas y sociales.

En el segundo, el número de promocionales varía en función de la duración de las campañas de los procesos electorales locales.

Por ello, se establecieron cinco premisas: la primera de 60 días, la segunda de 45, la tercera de 35, la cuarta de 30 y la quinta de 20, en las cuales los promocionales se dividieron por ámbito federal y local. A la vez, se realizó la distribución por tipo de emisora.

EL TIP

PARA DURANGO y Veracruz los partidos accederán a 41 minutos en campaña y las autoridades electorales a siete.