

BOLETIN 42

28 de Octubre de 2009



LOS PARTIDOS POLITICOS CON REGISTRO ANTE EL IPEPAC SÓLO PODRÁN REALIZAR PRECAMPAÑA EN EL PERIODO DEL 5 DE ENERO AL 13 DE FEBRERO DEL 2010, SEGÚN ACUERDO APROBADO POR EL CONSEJO GENERAL. TAMBIEN APRUEBAN PROPUESTA DE PAUTA PARA RADIO Y TV.

El Consejo General del Instituto de Procedimientos Electorales y Participación Ciudadana (IPEPAC) determinó hoy que, el período oficial para que los partidos políticos con registro realicen sus actividades de precampaña, será del 5 de enero al 13 de febrero del 2010 y por otro lado aprobó la propuesta de distribución de tiempos y pauta de mensajes de los mismos partidos en radio y televisión, misma que se turnará al Instituto Federal Electoral (IFE), para su aprobación.

Es necesario aclarar que si bien el artículo 188 A fracción II de la Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales, establece que las precampañas darán inicio en la cuarta semana de enero del año de la elección y no podrán durar más de cuarenta días, el artículo séptimo de los transitorios precisa que para los comicios locales del 2010, subsisten todos los plazos y términos relativos al proceso electoral que contempla el Código Electoral del Estado abrogado y publicado en el Diario Oficial del Gobierno del Estado el 16 de diciembre de 1994.

Asimismo, el artículo 9, segundo párrafo indica que en las elecciones ordinarias, el Consejo General podrá, por causa justificada o de fuerza mayor, ampliar y adecuar los plazos. Por lo anterior, en sesión extraordinaria celebrada esta tarde, definió por unanimidad, que el periodo de precampaña para los partidos políticos será del 5 de enero al 13 de febrero de 2010.

Por otro lado, el Consejo General aprobó que en ese mismo período los partidos políticos con registro ante el IPEPAC tendrán acceso a los tiempos de radio y televisión, para lo cual también aprobó la propuesta de pauta de los mensajes a transmitir en esos medios electrónicos, misma que se enviará al IFE para su aprobación.

De conformidad con el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (Cofipe), para la fase de precampaña que tendrá una duración máxima de 40 días, corresponden al Estado de Yucatán 12 minutos diarios, que equivalen a 24 spots de a 30 segundos y que representan un total de 960 spots.

El 30 por ciento del total, es decir 288, se distribuyen de manera igualitaria entre los 8 partidos políticos contendientes y, el 70% restante, es decir, 672 spots se reparte proporcionalmente al porcentaje de votación para diputados obtenida en la última elección.

De acuerdo con lo anterior, corresponderá al PAN, 338 promocionales durante el periodo de precampaña; al PRI, 311; al PRD, 62; al PT, 48; al PVEM, 56; a Convergencia, 48; al PAY, 56 y a Nueva Alianza, 36 spots y los cinco spots sobrantes, serán para las autoridades electorales como el IFE, el IPEPAC, la Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electoral o el Tribunal Electoral del Estado.

Según la propuesta de pauta para la precampaña en Yucatán, al PAN corresponderá un promedio de 9 spots diarios; al PRI, 8 diarios; al PRD, PVEM y al PAY, 2 diarios; al PT, Convergencia y Nueva Alianza, 1 diario en promedio.

ATENTAMENTE

Miqueas Be Palma
Jefe de la Oficina de Comunicación Social