



CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA
DE RADIO Y TELEVISIÓN

Atento Comunicado

2 de febrero de 2009

A partir del sábado 31 de enero, cada una de las 1,569 emisoras concesionadas de radio y televisión, a lo largo y ancho del país, **otorgan gratuitamente 48 minutos diarios para los promocionales de los partidos políticos y de las autoridades electorales**, con miras a las elecciones federales de julio próximo.

De esta forma, desde el pasado sábado y hasta el día de la elección (5 de julio), **se habrán de transmitir más de 23.4 millones de spots político-electorales**. Esta cantidad de promocionales no tiene precedente en los medios electrónicos de México, ni del Mundo.

La CIRT, así como los concesionarios, directivos y operadores de las emisoras afiliadas, **hemos venido trabajando de manera permanente con el Instituto Federal Electoral** y, de manera particular, con el Comité de Radio y Televisión, con el ánimo de cumplir de la mejor manera posible con los derechos y obligaciones que establece la nueva regulación electoral en materia de radiodifusión.

Sin embargo, es un hecho que la cantidad de promocionales que obligadamente se tienen que **transmitir, al ritmo de hasta 3 minutos por hora de programación, incide en los radioescuchas y televidentes, afectando la continuidad y operación de las estaciones de radio y de los canales de televisión.**

En diversos programas, particularmente en los deportivos, es de anticiparse que se apreciarán afectaciones más notorias, toda vez que **las pautas de las precampañas electorales fueron notificadas hace un par de semanas a las emisoras,** cuando ya existían compromisos contractuales previos en la programación, teniendo en cuenta que los tiempos y horarios de los juegos son predeterminados e imposibles de modificar.

También hay que precisar que varias estaciones en el interior del país no recibieron en tiempo y forma las pautas de transmisión relacionadas con las precampañas, por lo que es posible que al día de hoy no estén transmitiendo los promocionales políticos. Situación que seguramente se regularizará en los siguientes días.

Es necesario señalar que la CIRT advirtió, durante el proceso legislativo por el que se aprobó la reforma electoral, que si bien los promocionales no tendrían un costo monetario para los partidos políticos, pues **son ahora una prerrogativa que se otorgaron, se debe tener en cuenta que el uso exclusivo de éstos para fines político-electorales, necesariamente tiene un precio o costo para la sociedad,** pues se trata de recursos en especie que los concesionarios entregan bajo la forma de impuestos y aprovechamientos al Estado y

que posiblemente podrían ser utilizados en forma más eficiente en otras tareas.

La Industria de Radio y Televisión lamenta la saturación que tendrá la audiencia en los programas transmitidos desde México, pero **refrenda su compromiso para cumplir con las leyes federales que rigen su operación, incluida la normatividad electoral y coadyuvará con el IFE y autoridades electorales locales, con el ánimo de contribuir al fortalecimiento y consolidación del Proceso Electoral Federal de 2009.**

--000--