



## **BOLETÍN INFORMATIVO SOBRE LA DISTRIBUCIÓN IGUALITARIA DE MEDIOS PARA LA PROPAGANDA ELECTORAL**

El Tribunal Supremo Electoral, para dar cumplimiento a la distribución igualitaria de tiempos espacios y recursos para la propaganda electoral de los partidos políticos, establecida en la Ley Electoral y de Partidos Políticos, utilizará el Sistema Integrado de Distribución Igualitaria -SIDI-, sistema informático desarrollado por la Unidad Especializada sobre Medios de Comunicación y Estudios de Opinión para la elaboración del plan de medios de los partidos políticos y del plan de medios integrado.

### **ACCESO CON IGUAL DISPONIBILIDAD PARA TODOS EN TODOS LOS MEDIOS:**

- ∞ Cada medio de comunicación inscrito envió su disponibilidad de tiempos y espacios para propaganda electoral, según el requerimiento mínimo que hizo la UEMCEO para lograr disponibilidad para todos los partidos políticos.

Por ejemplo, en el caso de televisión y radio, se solicitó un mínimo de 120 spots de 20 segundos por canal o emisora de radio, por cada día disponible.

- ∞ La totalidad de tiempos y espacios por cada modalidad de medio se divide en categorías de candidaturas como establece el artículo 220, literal a, de la Ley Electoral y de Partidos Políticos:

Presidenciales	50% de espacios disponibles
Diputaciones	25% de espacios disponibles
Corporaciones Municipales	25% de espacios disponibles

- ∞ Los espacios disponibles se dividen dentro del número de partidos políticos.
- ∞ Cada partido elige dentro de la disponibilidad que aparece en el SIDI los espacios y tiempos que quiera en los medios de su preferencia, elaborando su propio plan de medios.

### **CONTRATACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA PROPAGANDA ELECTORAL**

De conformidad con la ley, únicamente el Tribunal Supremo Electoral puede contratar espacios y tiempos en los medios de comunicación para propaganda electoral, por lo que solamente las empresas inscritas en el Registro de Empresas que prestan servicios de comunicación pueden transmitir propaganda electoral y de acuerdo al plan de medios integrado.