

Televisión

Candidato	Número de Promocionales	Sumatoria de promocionales detectados por candidatos a Presidente de la República			
		Nacional		Local	
		Número de Promocionales en Horario Estelar	Número de Promocionales en Horario Regular	Número de Promocionales en Horario Estelar	Número de Promocionales en Horario Regular
Felipe Calderón	11,904	2,475	1,414	4,025	3,990
Roberto Madrazo	10,425	1,514	2,171	3,069	3,671
Andrés Manuel López	16,316	2,271	2,356	4,370	7,319
Patricia Mercado	206	62	31	66	47
Roberto Campa	1,454	382	70	457	545
Total	40,305	6,704	6,042	11,987	15,572

Candidato	Tiempo en segundos	Sumatoria del tiempo total de promocionales por candidatos a Presidente de la República			
		Nacional		Local	
		Segundos en Horario Estelar	Segundos en Horario Regular	Segundos en Horario Estelar	Segundos en Horario Regular
Felipe Calderón	275,309	68,027	33,394	83,525	90,363
Roberto Madrazo	276,311	44,355	47,762	85,628	98,566
Andrés Manuel López	319,155	42,731	40,110	86,278	150,036
Patricia Mercado	4,830	1,370	710	1,540	1,210
Roberto Campa	29,062	7,640	1,393	9,140	10,889
Total	904,667	164,123	123,369	266,111	351,064

* Por promocionales de radio y televisión se entienden aquellos spots, también conocidos como comerciales, que tienen un soporte visual auditivo o audiovisual de breve duración que transmiten un hecho básico o una idea, generalmente de carácter publicitario, es decir, que forman parte de una publicidad, promoción o propaganda. Por lo anterior, la presente contabilización no incluye programas informativos, radiofónicos o televisivos, de ningún tipo.

* Se entiende por genéricos aquellos que promuevan varios tipos de candidaturas o que tiendan a la obtención del voto sin distinguir las campañas beneficiadas.

* La información por partido político o coalición es la suma de la información de candidatos más genéricos.

* La presente contabilización incluye los promocionales transmitidos con cargo al presupuesto del IFE, durante el periodo observado, en cumplimiento del artículo 47.1 inciso c) del COFIPE.

* Algunos promocionales contabilizados en el presente informe pueden formar parte de esquemas de comercialización en repetidoras.

* Las campañas electorales concluyeron el 28 de junio de 2006, de acuerdo con lo establecido en el artículo 190, párrafo 1 del COFIPE.