

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	6,711	1,852	883	2,175	1,801
Roberto Madrazo	3,837	798	985	1,061	993
Andrés Manuel López	4,914	1,139	1,047	888	1,840
Patricia Mercado	53	19	10	13	11
Roberto Campa	1,172	366	65	374	367
Total	16,687	4,174	2,990	4,511	5,012

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	155,389	52,874	21,077	40,999	40,439
Roberto Madrazo	99,565	22,455	19,794	30,052	27,264
Andrés Manuel López	92,917	22,883	17,804	15,526	36,704
Patricia Mercado	1,060	380	200	260	220
Roberto Campa	23,422	7,320	1,293	7,480	7,329
Total	372,353	105,912	60,168	94,317	111,956

* 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.