



Pagó el delegado del PRD en Iztapalapa 603 mil pesos a Televisa por una entrevista de 4.19 minutos y por 16 spots de un festival

# El delegado en Iztapalapa también paga por aparecer en **televisión**

IMITACIÓN

- Desembolsaron 603 mil pesos para promocionar el "Festival del Fuego Nuevo"
- Acudió a una entrevista de cuatro minutos en el noticiero *Matutino Express*

[ JOSUÉ HUERTA ]

El delegado de Iztapalapa, Horacio Martínez Meza, gastó 603 mil pesos en tiempo de **televisión** para promover durante diez días el "Festival de Fuego Nuevo"; mediante la difusión 16 spots y una entrevista en el noticiero de *Matutino Express*.

El pasado 1 de diciembre, Martínez Meza acudió al programa del canal 4TV, en el participó durante cuatro minutos y 19 segundos, en el que habló de esta festividad, que se llevó a cabo del 3 al 10 de este mes en la Macro Plaza Cuitláhuac de Iztapalapa.

Durante el tiempo que estuvo el delegado en el estudio de la **televisora**, Esteban Arce y José Ramón San Cristóbal, titulares del noticiero, realizaron 13 intervenciones entre preguntas al funcionario y comentarios, todos positivos en torno al festival que organiza la delegación.

Así, mientras Horacio Martínez daba detalles del "Festival del Fuego Nuevo", el logotipo de la delegación Iztapalapa apareció en una pantalla que se encuentra en la ba-

se del escritorio de los conductores, y en otra más en el fondo del set.

Hay que destacar que en ningún momento los conductores cuestionaron al delegado sobre los problemas que aquejan a la delegación como falta de agua o aparición de grietas, por mencionar algunos.

Y es que la Dirección de Comunicación Social de la delegación Iztapalapa asegura que la entrevista en *Matutino Express* a Horacio Martínez Meza se debió al interés periodístico de la producción de ese noticiero, ya que los 603 mil pesos, afirman, no incluían la aparición a cuadro del delegado.

Según la delegación Iztapalapa, el contrato de publicidad con 4-TV consistió en la transmisión de dos menciones sobre el "Festival del Fuego Nuevo" (anuncios escritos dentro del programa), 16 spots en los cortes comerciales de *Matutino Express* y *De Poca y Se Vale*.

Todos estos anuncios se difundieron desde el 28 de noviembre hasta ayer 10 de diciembre, de lunes a viernes.

El año pasado la primera edición del "Festival del Fuego Nuevo" no fue anunciada en ningún programa de **televisión**. Este año, de acuerdo con la directora de Comunicación Social de Iztapalapa, Alejandra Parra, fue la primera vez y casualmente coincide con la efervescencia electoral por los comicios de 2009.

La titular de Comunicación Social informó que el delegado tomó la decisión de publicitarse en 4-TV, porque "es el canal de la ciudad", y además es uno de los más vistos por las familias de Iztapalapa y Neza, Estado de México.

En contraste, informó que en 2008 la delegación decidió no anunciarse en radio ni medios impresos, ya que no tiene la misma penetración hacia el público al que van dirigidos.

"Tan solo hemos sacado esquelas en los periódicos cuando decidimos enviar condolencias públicamente por la muerte de alguien", señaló la directora de difusión.

El Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electo-



Fecha 11.12.2008	Sección Estados	Página PP-16
---------------------	--------------------	-----------------

rales (Cofipe) señala que la fotografía o imagen en video de funcionarios públicos no puede aparecer en la promoción de obras o eventos.

Crónica buscó hasta ayer en la noche al delegado Horacio Martínez Meza para que diera su versión directamente sobre su aparición en **television**, sin embargo, no contestó las llamadas.



**MODA.** El aparecer en televisión se convirtió en una constante de los funcionarios capitalinos, como es el caso del jefe delegacional Horacio Martínez.