

**ACUERDO DE LA JUNTA GENERAL EJECUTIVA DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL POR EL QUE SE APRUEBA SOMETER A LA CONSIDERACIÓN DEL CONSEJO GENERAL EL “DICTAMEN DE LA JUNTA GENERAL EJECUTIVA DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL SOBRE LA PROPUESTA DE REFORMA AL REGLAMENTO DE ACCESO A RADIO Y TELEVISIÓN EN MATERIA ELECTORAL”. JGE111/2011**

---

## INTRODUCCIÓN

El 23 de septiembre de 2011, la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos presentó ante la Junta General Ejecutiva un informe sobre la necesidad de una reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral.

El mismo día, considerando lo señalado en el informe referido, esta Junta aprobó el Acuerdo JGE/99/2011, por medio del cual se ordenó tanto a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, como a la Secretaría Ejecutiva, realizar diversas actividades que permitieran consolidar una propuesta de reforma al citado Reglamento.

El 29 de septiembre de 2011, la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, por instrucciones de la Junta General Ejecutiva presentó al Presidente de ésta, así como a los demás integrantes, la “Propuesta de Reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral”, en términos del artículo 65 del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral.

Con fundamento en la misma disposición reglamentaria, corresponde a esta Junta General Ejecutiva conocer y, en su caso, aprobar el presente dictamen, para someterlo a la consideración del Consejo General de este Instituto, quien resolverá si lo aprueba, modifica o rechaza.

Para tal efecto, la facultad de emitir normas de carácter general del Consejo General, como órgano máximo de dirección del Instituto Federal Electoral, ha sido expresamente reconocida en las Resoluciones dictadas por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, dentro de los expedientes identificados con las claves SUP-RAP-44/2007; SUP-RAP-243/2008 y SUP-RAP-53/2009, en las cuales la máxima autoridad en materia electoral sostuvo que el Consejo General de este Instituto es el único órgano facultado para emitir Reglamentos o normas generales con el objeto de desarrollar o explicitar las disposiciones contenidas en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, en relación con la prerrogativa de acceso a la radio y a la televisión de los partidos políticos y de las autoridades electorales.

Es por lo anterior, que el presente dictamen se somete a consideración de los integrantes de esta Junta general Ejecutiva, para el estudio, análisis y Resolución de la “Propuesta de Reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral”.

## I. ANTECEDENTES

1. En sesión extraordinaria celebrada el 8 de julio de 2008, la Junta General Ejecutiva del Instituto Federal Electoral aprobó el *Acuerdo [...] por el que se propone al Consejo General la expedición del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral*, identificado con la clave JGE62/2008.

2. En sesión extraordinaria del Consejo General celebrada 2 días después, se aprobó el *Acuerdo [...] por el que se expide el Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral*, identificado con la clave número CG327/2008, mismo que fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de agosto de dicho año, y entró en vigor al día siguiente, en términos de su artículo transitorio primero.
3. En la Primera Sesión Ordinaria del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral, celebrada el día 15 de enero de 2010, se discutieron diversos puntos de relevancia relacionados con la necesidad de reformar el Reglamento de Radio y Televisión, a través de la elaboración de un diagnóstico, en el que se identificaran los conceptos, procedimientos y plazos que requerían ajustes para cumplir con los fines que en materia de radio y televisión tiene encomendados el Instituto Federal Electoral; y de un cronograma de reuniones de trabajo para la discusión de distintas propuestas.
4. En la misma sesión, la Secretaría Técnica de dicho órgano colegiado presentó la metodología para reformar el Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral, la cual fue incluida en el “Documento de trabajo para la modificación del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral”.
5. En la sesión ordinaria del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral celebrada el 26 de marzo de 2010, su Secretaría Técnica presentó un cronograma de actividades para la reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión.
6. El 9 de abril de 2010, la Secretaría Técnica del Comité de Radio y Televisión, por instrucciones de su entonces Presidente, envió el “Diagnóstico del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral” a los integrantes de dicho órgano, a los Consejeros Electorales y a los Vocales Ejecutivos de las Juntas Locales Ejecutivas en todo el país, solicitando el envío de observaciones y comentarios al documento.
7. Entre el 9 y el 19 de abril de 2010, la Secretaría Técnica del Comité de Radio y Televisión recibió observaciones del Licenciado David Alejandro Delgado Arroyo, entonces Vocal Ejecutivo de la Junta Local Ejecutiva en el Estado de Durango, del Consejero Electoral Benito Nacif Hernández, de la Presidencia del Consejo General del Instituto, del entonces Consejero Electoral Virgilio Andrade Martínez y del Ingeniero Jorge Carlos García Revilla, entonces Vocal Ejecutivo de la Junta Local Ejecutiva en el estado de Oaxaca.
8. El 30 de abril de 2010, se celebró la Cuarta Sesión Ordinaria del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral, en la que el Secretario Técnico del Comité presentó el “Diagnóstico del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral”, en el cual se incluyeron las observaciones recibidas. En la misma sesión, el entonces Presidente del Comité de Radio y Televisión determinó conceder un nuevo plazo para la recepción de comentarios y propuestas.
9. El 4 y 6 de mayo de 2010, se recibieron las observaciones al citado diagnóstico por parte de los licenciados Guillermo Cárdenas González, Representante Suplente de Convergencia ante el Comité de Radio y Televisión, y Fernando Vargas Manríquez, Representante del Partido de la Revolución Democrática ante dicho órgano, respectivamente.

10. En esa misma fecha, la Secretaría Técnica del Comité de Radio y Televisión remitió a sus integrantes, el documento denominado “Observaciones al Diagnóstico del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral”, el cual incluye la totalidad de comentarios y propuestas remitidas por los actores señalados.
11. El 16 de julio de 2010 se distribuyó la primera Propuesta de Reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral, contenida en el documento “Cuadro Comparativo entre el Reglamento vigente y la propuesta de reforma”.
12. El 23 de agosto de 2010, el Doctor Juan Manuel Crisanto Campos, Vocal Ejecutivo de la Junta Local Ejecutiva del Estado de Colima, envió observaciones a la Propuesta de Reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral, contenida en el documento “Cuadro Comparativo entre el Reglamento vigente y la propuesta de reforma”.
13. El 24 de agosto de 2010, se celebró la Octava Sesión Ordinaria del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral, en la que su entonces Presidente, el Consejero Electoral Arturo Sánchez, propuso la celebración de una reunión de trabajo para discutir la propuesta de reforma al Reglamento de la materia.
14. El 30 de agosto de 2010, se llevó a cabo una reunión de trabajo del Comité de Radio y Televisión en la que se definió la agenda para la discusión en el documento “Listado de temas de discusión para la reforma al Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral”, de modo que las modificaciones propuestas fueron agrupadas en los siguientes rubros: tiempos de entrega; horarios y franjas de transmisión de pautas; televisión restringida; cobertura; fallas técnicas; eventos especiales; informes de labores; propaganda gubernamental; notificaciones y reposiciones; responsabilidad de autoridades electorales locales y la relación con el Instituto Federal Electoral; seguimiento a las versiones y precisión en reportes de monitoreo; radios comunitarias; propaganda fuera de pauta, y facultades y obligaciones de todos los actores.
15. El 6 de septiembre de 2010, se efectuó una reunión de trabajo del Comité de Radio y Televisión conforme a la agenda de temas previamente aprobada, en la que se acordó que la Secretaría Técnica recabaría todas las opiniones en un único documento.
16. El 13 de septiembre de 2010, se llevó a cabo una reunión de trabajo del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral, con el fin de discutir los retos y los avances respecto de la reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral. En esta reunión de trabajo se presentó el “Análisis del proyecto de reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral”, en el que se incluyen los temas, las opiniones expresadas y el articulado correspondiente.
17. El 27 de septiembre de 2010, se llevó a cabo una reunión de trabajo del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral, en la que se agotó la discusión relacionada con la cobertura de las emisoras de radio y televisión y su relación con los catálogos para los procesos electorales y la orden de suspensión de la difusión de propaganda electoral no amparada en las excepciones legales, durante las campañas electorales.
18. En la décima sesión ordinaria del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral, celebrada el 21 de octubre de 2010, el entonces Presidente del Comité rindió el “Informe de actividades del Comité de Radio y Televisión desarrolladas durante la presidencia del Consejero

Electoral Arturo Sánchez Gutiérrez”. En dicha sesión se dio cuenta de las siete reuniones de trabajo con motivo de la modificación al Reglamento de la materia, así como del avance que en la discusión se alcanzó durante su gestión.

19. En la décima primera sesión ordinaria del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral, celebrada el 30 de noviembre de 2010, se presentó la evaluación y un nuevo cronograma para la Reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral.
20. El 8 de marzo de 2011, mediante oficio DEPPP/STCRT/0826/2011, el Secretario Técnico del Comité de Radio y Televisión solicitó al Presidente de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, información respecto de las emisoras de radio comunitarias en el territorio nacional. En esa misma fecha, mediante oficio DEPPP/STCRT/0828/2011, se solicitó al Representante Nacional en México de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, información respecto de las emisoras de radio comunitarias que operan en el país.
21. El 16 de marzo de 2011, el Representante Nacional en México de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, dio respuesta al oficio DEPPP/STCRT/0828/2011, acompañando un listado de las estaciones de radio permisionarias que operan bajo ese régimen.
22. En la reunión de trabajo del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral celebrada el 30 de marzo de 2011, se acordó enviar a sus integrantes la última versión del proyecto de reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral, concediendo un plazo para la recepción de observaciones y propuestas.
23. El 31 de marzo de 2011, la Secretaría Técnica del Comité de Radio y Televisión envió a los integrantes de dicho órgano la última versión del Proyecto de Reformas al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión, adosada al texto vigente, y el cronograma actualizado de las tareas pendientes para la reforma al Reglamento de referencia, solicitando el envío de observaciones y comentarios hasta el 7 de abril del año en curso.
24. Entre el 4 y el 8 de abril de 2011, se recibieron observaciones al Proyecto de Reforma del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión por parte de la Consejera Electoral Macarita Elizondo Gasperín, así como de los Representantes ante el Comité de los partidos Acción Nacional, de la Revolución Democrática, del Trabajo y Convergencia.
25. El 1 de junio de 2011 se efectuó la Quinta Sesión Ordinaria del Comité de Radio y Televisión, en la que se acordó el envío de observaciones y comentarios a más tardar el día 8 de ese mismo mes por parte de los integrantes de dicho órgano; la elaboración de un documento con el planteamiento original, circulado el 31 de marzo de 2011, y las observaciones que se hubiesen formulado al mismo, con la finalidad de detectar coincidencias; el envío oficial de la propuesta a los organismos que agrupan a permisionarios y concesionarios de radio y televisión, y la remisión de la propuesta de reforma aprobada por el Comité a la Junta General Ejecutiva para su dictaminación.
26. El 8 de junio de 2011, se recibieron en la Secretaría Técnica del Comité de Radio y Televisión, las propuestas de la Presidencia del Consejo General; de la Secretaría Ejecutiva; del Consejero Electoral Marco Antonio Baños Martínez; así como de los Representantes ante el Comité de los partidos Acción Nacional, Revolucionario Institucional, Revolución Democrática, del Trabajo, Verde Ecologista de México, Convergencia y Nueva Alianza.

27. El 10 de junio de 2011, el Representante ante el Comité de Radio y Televisión del Partido Revolucionario Institucional presentó sus observaciones a la Propuesta de Reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral.
28. En la reunión de trabajo del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral, celebrada 15 de junio de 2011, se continuó la discusión y el análisis de la propuesta de reforma y de las propuestas recibidas a esa fecha.
29. El pasado 16 de junio de 2011, el Secretario Técnico del Comité de Radio y Televisión giró los oficios con número DEPPP/STCRT/3834/2011; DEPPP/STCRT/3835/2011 y DEPPP/STCRT/3842/2011 a la Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales del México, A.C.; a la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, y a la Representación en México de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, respectivamente, con la finalidad de hacer de su conocimiento la documentación entregada a los integrantes del Comité de Radio y Televisión en la reunión de trabajo celebrada el día anterior.
30. El 20 de junio de 2011, los Consejeros Electorales Benito Nacif Hernández y Alfredo Figueroa Fernández presentaron sus observaciones al proyecto de reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral.
31. El 22 de junio de 2011, se llevó a cabo la novena sesión especial del Comité de Radio y Televisión, en la que se aprobó la Propuesta de Reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral, la cual fue enviada ese mismo día al Presidente de esta Junta General Ejecutiva para los efectos del artículo 65 de dicho ordenamiento.
32. El 24 de junio de 2011, en sesión extraordinaria la Junta General Ejecutiva aprobó el "*Dictamen de la Junta General Ejecutiva del Instituto Federal Electoral sobre la Propuesta de Reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral presentada por el Comité de Radio y Televisión*", el cual fue remitido a la Presidencia del Consejo General del Instituto en esa misma fecha.
33. El 27 de junio de 2011, en sesión extraordinaria el Consejo General del Instituto Federal Electoral aprobó el Acuerdo CG194/2011, mediante el cual se reformó el Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral. El mencionado Acuerdo fue publicado el 30 de junio de 2011, en el Diario Oficial de la Federación.
34. El 23 de agosto de 2011, en la Décima Sesión Especial del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral se aprobó el Acuerdo por el que se establece la propuesta de Lineamientos para la traducción de los mensajes de partidos políticos y autoridades electorales a lenguas o idiomas distintos al español, en cumplimiento al artículo transitorio tercero del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, identificado con la clave ACRT/018/2011.
35. El 23 de agosto de 2011, en la Décima Sesión Especial del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral se aprobó el Acuerdo por el que se establece la propuesta de Lineamientos relativos a la entrega de órdenes de transmisión y materiales de radio y televisión vía electrónica y recepción satelital a concesionarios y permisionarios, de conformidad con el artículo transitorio cuarto del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, identificado con la clave ACRT/019/2011.

36. El 23 de agosto de 2011, en la Décima Sesión Especial del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral se aprobó el Acuerdo por el que se establece la propuesta de Lineamientos para la elaboración de vistas a la Secretaría Ejecutiva, con motivo de presuntos incumplimientos a la pauta por parte de concesionarios y permisionarios, en cumplimiento al artículo transitorio sexto del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, identificado con la clave ACRT/021/2011.
37. El 23 de agosto de 2011, en la Décima Sesión Especial del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral se aprobó el Acuerdo por el que se establece la propuesta de Lineamientos para regular el régimen transitorio al nuevo esquema de entrega de órdenes de transmisión y materiales a los concesionarios y permisionarios de radio y televisión, de conformidad con el artículo transitorio séptimo del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, identificado con la clave ACRT/020/2011.
38. El 25 de agosto de 2011, en sesión extraordinaria el Consejo General del Instituto Federal Electoral aprobó el Acuerdo CG255/2011, mediante el cual se aprobaron los Lineamientos para la traducción de los mensajes de partidos políticos y autoridades electorales a lenguas o idiomas distintos al español, en cumplimiento al artículo transitorio tercero del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.
39. El 25 de agosto de 2011, en sesión extraordinaria el Consejo General del Instituto Federal Electoral aprobó el Acuerdo CG256/2011, mediante el cual se aprobaron los Lineamientos relativos a la entrega de órdenes de transmisión y materiales de radio y televisión vía electrónica y recepción satelital a concesionarios y permisionarios, de conformidad con el artículo transitorio cuarto del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.
40. El 25 de agosto de 2011, en sesión extraordinaria el Consejo General del Instituto Federal Electoral aprobó el Acuerdo CG258/2011, mediante el cual se aprobaron los Lineamientos para la elaboración de vistas a la Secretaría Ejecutiva, con motivo de presuntos incumplimientos a la pauta por parte de concesionarios y permisionarios, en cumplimiento al artículo transitorio sexto del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.
41. El 25 de agosto de 2011, en sesión extraordinaria el Consejo General del Instituto Federal Electoral aprobó el Acuerdo CG257/2011, mediante el cual se aprobaron los Lineamientos para regular el régimen transitorio al nuevo esquema de entrega de órdenes de transmisión y materiales a los concesionarios y permisionarios de radio y televisión, de conformidad con el artículo transitorio séptimo del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.
42. El 8 de septiembre de 2011, en la Décimo Primera Sesión Especial del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral se aprobó el Acuerdo por el que se establece la propuesta de Lineamientos para la notificación de requerimientos a los concesionarios y permisionarios con motivo de presuntos incumplimientos a la pauta, en cumplimiento al artículo transitorio quinto del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, identificado con la clave ACRT/022/2011.
43. El 14 de septiembre de 2011, en sesión extraordinaria el Consejo General del Instituto Federal Electoral aprobó el Acuerdo CG290/2011, mediante el cual se aprobaron los Lineamientos para la notificación de requerimientos a los concesionarios y permisionarios con motivo de presuntos

- incumplimientos a la pauta, en cumplimiento al artículo transitorio quinto del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.
44. El 14 de septiembre de 2011, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación resolvió los recursos de apelación recaídos en los expedientes SUP-RAP-146/2011 y acumulados, determinando revocar el Acuerdo CG194/2011 por el que se reformó el Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral y dejar sin efectos todas aquellas disposiciones jurídicas y Lineamientos que se hayan emitido con fundamento en el Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.
  45. El 23 de septiembre de 2011, la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, presentó ante la Junta General Ejecutiva en sesión extraordinaria un informe sobre la necesidad de una reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral.
  46. El 23 de septiembre de 2011, considerando lo señalado en el informe referido, la Junta General Ejecutiva aprobó el Acuerdo JGE/99/2011, por medio del cual se ordenó tanto a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, como a la Secretaría Ejecutiva realizar diversas actividades que permitieran consolidar una propuesta de reforma al citado Reglamento.
  47. El 29 de septiembre de 2011, mediante oficio SJGE/002/2011, la Secretaría de la Junta General Ejecutiva notificó al presidente y a los integrantes del Comité de Radio y Televisión la propuesta del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral objeto de la consulta, a efecto de que emitieran su opinión conforme al artículo 65, numeral 3, inciso b) del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral.
  48. El 29 de septiembre de 2011, la Secretaría Ejecutiva, mediante oficio SE/1622/2011 y con el apoyo de los Vocales de las Juntas Locales del Instituto, notificó a todos los concesionarios y permisionarios de radio y televisión la consulta directa y por escrito referente a los diversos temas involucrados en la reforma al Reglamento; en total fueron notificados 1,886 oficios.
  49. El 29 de septiembre de 2011, la Secretaría Ejecutiva notificó a las cinco organizaciones que agrupan a concesionarios y permisionarios en México (Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, Red de Radiodifusoras y Televisoras Culturales, Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas, Sistema Nacional de Productoras y Radiodifusoras de las Instituciones de Educación Superior, representación en México de la Asociación Mundial de las Radios Comunitarias) la consulta directa y por escrito relativa a la factibilidad de las modificaciones al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión, respecto de la cual los organismos consultados deben aportar elementos técnicos que respalden su respuesta, antes del 14 de octubre de 2011.
  50. El 29 de septiembre de 2011, la Secretaría Ejecutiva publicó un desplegado en los principales diarios de circulación nacional anunciando el inicio y los términos de la consulta pública con motivo de la reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral.
  51. El 29 de septiembre de 2011, la Secretaría Ejecutiva habilitó un sitio en la página web del Instituto, con toda la documentación base para la consulta pública con motivo de la reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral.
  52. El 30 de septiembre de 2011, mediante oficios SE/1630/2011, SE/1631/2011, SE/1632/2011, SE/1633/2011, SE/1634/2011, SE/2886/2011, SE/2887/2011, SE/2888/2011, SE/2889/2011,

SE/2890/2011, la Secretaría Ejecutiva, notificó a las cinco organizaciones que agrupan a concesionarios y permisionarios de radio y televisión en México, referenciadas en el antecedente 49, dos alcances al oficio SE/1622/2011 a través de los cuales se ampliaron los temas abordados en la consulta y les fueron remitidos los Lineamientos aprobados por el Consejo General en cumplimiento a los artículos transitorios del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral que fue revocado por la Resolución del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación identificada con la clave SUP-RAP-146/2011 y acumulados.

53. El 30 de septiembre de 2011, la Secretaría Ejecutiva notificó oficios de invitación a diversas instituciones públicas y organizaciones especializadas a efecto de que designaran un especialista con una trayectoria ampliamente reconocida en la materia para que éstos participarán en la consulta técnica organizada por el Instituto, tal como se señala a continuación:

INSTITUCIÓN	OFICIO
Universidad Autónoma Metropolitana	SE/1591/2011.
Universidad Iberoamericana	SE/1592/2011.
Secretaría de Gobernación	SE/1593/2011.
Comisión de Radio y Televisión de la Cámara de Diputados	SE/1594/2011.
Comisión de Radio Televisión y Cinematografía de la Cámara de Senadores	SE/1595/2011.
Comisión Federal de Telecomunicaciones	SE/1596/2011.
Universidad Nacional Autónoma de México	SE/1597/2011.
Instituto Politécnico Nacional	SE/1598/2011.
Centro de Producción de Programas Informativos y Especiales de la Secretaría de Gobernación	SE/1608/2011.
Canal Judicial	SE/1609/2011.
Dirección General de Televisión Educativa de la Secretaría de Educación Pública	SE/1610/2011.
Dirección General del Canal del Congreso	SE/1611/2011.
Universidad Autónoma de Guadalajara	SE/1615/2011.
Instituto Tecnológico Autónomo de México	SE/1616/2011.
Instituto de Estudios Superiores de Monterrey	SE/1617/2011.
Universidad Autónoma de Nuevo León	SE/1618/2011.

INSTITUCIÓN	OFICIO
Universidad Veracruzana	SE/1619/2011.
Universidad Intercontinental	SE/1620/2011.
Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación	SE/1635/2011.
Consejo Nacional de la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación	SE/1636/2011.
Asociación Mexicana de Derecho a la Información.	SE/1637/2011.

54. El 14 de octubre de 2011, en sesión extraordinaria de la Junta General Ejecutiva, la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos rindió un informe sobre los trabajos, actividades realizadas y acciones a seguir con motivo de la Reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral.
55. En el periodo comprendido entre el 29 de septiembre al 14 de octubre de 2011 el Instituto Federal Electoral recibió mediante escritos y correos electrónicos las respuestas de los sujetos que participaron en la consulta pública realizada con motivo de la reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral; en total fueron recibidas 441 respuestas que significaron la opinión de 493 concesionarios o permisionarios; de igual forma fueron recibidas 5 respuestas de organizaciones que agrupan a concesionarios y permisionarios, 9 respuestas de especialistas que participaron en la consulta y 9 respuestas de personas independientes que decidieron manifestar su opinión.
56. Con fecha 13 de octubre de 2011, se recibió en la Secretaría Ejecutiva el oficio CRT/BNH/016/2011, suscrito por el Presidente del Comité de Radio y Televisión de este Instituto, por medio del cual da contestación a la solicitud de opinión referida en el antecedente 47 de este Dictamen, remitiendo copia de la versión estenográfica de la Novena Sesión Especial del citado Comité
57. Con fecha 25 de octubre de 2011, en la Decimo Quinta Sesión Especial del Comité de Radio y Televisión, se analizó el proyecto de modificaciones al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral, habiendo hecho llegar a la Junta General Ejecutiva diversas recomendaciones respecto del mismo.

## II. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA DE REFORMA

A partir de la trascendental reforma constitucional en materia electoral de 2007, de la expedición del nuevo Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en enero de 2008 y del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral en el mes de agosto de 2008, el Instituto Federal Electoral ha administrado los tiempos del Estado destinados a los partidos políticos y a las autoridades electorales en 38 procesos electorales locales, en las elecciones federales intermedias de 2009 y en 11 elecciones extraordinarias, sin considerar el Proceso Local Ordinario que se encuentra en curso.

Bajo esa estructura normativa y con la implementación del Sistema Integral de Administración del Tiempo del Estado en Materia Electoral, el Instituto ha fungido como autoridad única para la administración del tiempo que corresponde al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y al ejercicio del derecho de los partidos políticos, en cumplimiento a los artículos 41 constitucional, Base III, Apartado A; 49, párrafo 5 y 105, párrafo 1, inciso h) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, garantizando a los partidos políticos el uso de sus prerrogativas constitucionales en radio y televisión en todo momento.

Con base en esta experiencia y en la búsqueda de soluciones a las problemáticas que no pudieron ser previstas en la aprobación del Reglamento vigente, durante el 2010 y lo que va del año 2011 se han planteado una serie de propuestas de toda índole y origen, correctivas o extensivas, surgidas precisamente de la puesta en práctica del nuevo modelo de comunicación política y de las respuestas a la consulta a concesionarios y permisionarios, agrupaciones y especialistas que realizó el Instituto, las cuales quedaron detalladas en el apartado de antecedentes del presente dictamen y que fueron analizadas para elaborar la Propuesta de Reforma que se analiza en este documento.

Las razones que sustentan la Propuesta de Reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión se derivan del “Diagnóstico del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral”, que en su momento fue presentado por la Secretaría Técnica del Comité de Radio y Televisión, y enriquecido con las observaciones de sus integrantes y de algunos Consejeros Electorales, además dicha propuesta también se encuentra sustentada, por mandato del Tribunal Electoral, en la consulta pública y el Dictamen de Factibilidad realizado a partir de evidencia objetiva derivada de la administración de los tiempos del Estado en las elecciones que han transcurrido bajo el modelo actual de comunicación político-electoral en radio y televisión.

**II.1. Discordancias respecto de Resoluciones del Tribunal Electoral**

Derivado de diversas determinaciones del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (SUP-RAP-140/2008 y acumulado, y SUP-RAP-239/2008), algunos preceptos reglamentarios deben ser objeto de ajustes, o incluso desaparecer del texto, toda vez que la autoridad jurisdiccional los declaró inválidos por considerarlos fuera del marco legal respecto del acceso a radio y televisión en materia electoral. Tal es el caso de los artículos 5, párrafo 1, inciso b), fracción VIII; 9, párrafo 2; 40, párrafo 1, inciso b), y 40, párrafo 2.

RESOLUCIÓN DEL TEPJF	DISPOSICIÓN REGLAMENTARIA DEROGADA O MODIFICADA	NUEVA DISPOSICIÓN REGLAMENTARIA
SUP-RAP-140/2008 y acumulado	<b>9, párrafo 2:</b> En caso de que el tiempo total diario sea insuficiente para transmitir un programa mensual, transmitirán mensajes de 20 segundos.	En el caso de los permisionarios, en los días en que se transmita el programa mensual, no les serán asignados tiempos al resto de los partidos ni a las autoridades electorales. En los días restantes de la semana, se destinará a las autoridades electorales el tiempo necesario para igualar el tiempo utilizado los programas mensuales (CG419/2009)

RESOLUCIÓN DEL TEPJF	DISPOSICIÓN REGLAMENTARIA DEROGADA O MODIFICADA	NUEVA DISPOSICIÓN REGLAMENTARIA
	<b>40, párrafo 1, inciso b):</b> El Comité podrá modificar la pauta por cualquier situación que ponga en riesgo o pueda vulnerar la estabilidad de los procesos electorales.	Derogado
	<b>40, párrafo 2:</b> La modificación no puede interpretarse como el derecho del Estado de iniciar las transmisiones de propaganda gubernamental previo a la jornada electoral.	Derogado
SUP-RAP-239/2008	<b>5, párrafo 1, inciso b), fracción VIII:</b> (Glosario) Autoridades electorales: Las autoridades administrativas electorales federales o de las entidades federativas, según se indique.	Autoridades electorales: Las autoridades administrativas y jurisdiccionales electorales federales o de las entidades federativas, según se indique;

## II.2. Dispersión normativa

Con base en las lecciones aprendidas por administrar los tiempos del Estado destinados a los partidos políticos y a las autoridades electorales en 38 procesos electorales locales, en las elecciones federales intermedias de 2009 y en 11 elecciones extraordinarias, sin considerar el Proceso Local Ordinario que se encuentra en curso, se detectó que el Reglamento vigente resultó insuficiente para dar cauce a diversas cuestiones de hecho que tuvieron lugar como resultado de la implementación del modelo de comunicación político-electoral establecido por la reforma constitucional y legal de 2008.

En efecto, temas de la índole apuntada fueron el acceso a radio y televisión de partidos locales en periodo ordinario; criterios especiales para la transmisión de pautas durante programas que no incluyen cortes (musicales, eventos deportivos, etc.); reprogramaciones de promocionales por fallas técnicas y reposiciones de éstos como resultado de sanciones; el tratamiento a figuras afines a coaliciones para el acceso a radio y televisión; criterios para la entrega de materiales; periodos de acceso único a dichos medios en precampañas y campañas, ajustados a los límites del artículo 116 constitucional, independientemente de su duración y tipo; asignación de tiempos a autoridades; cumplimiento de los plazos reglamentarios para la entrega y transmisión de materiales, y elaboración de órdenes de transmisión.

La regulación puntual de estos aspectos fue resuelta inicialmente mediante Acuerdos del Comité de Radio y Televisión; sin embargo, el Tribunal Electoral determinó que el competente para emitir las reglas

atinentes era el Consejo General, por lo que éste emitió nuevos Acuerdos, sobre todo cuando trascendían lo meramente operativo al implicar normas de cumplimiento general o de interpretación de la preceptiva legal.

En ese sentido, resulta conveniente que el entramado jurídico producto de tales decisiones se integre al Reglamento, con la finalidad de aportar unidad y coherencia al sistema de regulación del modelo de comunicación político-electoral y, consecuentemente, abonar de manera decisiva a la seguridad jurídica de los diversos sujetos obligados por la Constitución y el Código.

ACUERDO	CONTENIDO	TIPO
CG386/2009	Acceso a radio y televisión de partidos locales en periodo ordinario.	Acatamiento a la Resolución SUP-RAP-210/2009
CG162/2009 CG420/2009	Criterios especiales para la transmisión de pautas durante programas que no incluyen cortes (musicales, eventos deportivos, etc.)	Mecanismos de flexibilidad
CG261/2009	Reprogramaciones por fallas técnicas y reposiciones como sanción	Mecanismos de flexibilidad
CG172/2009	Tratamiento a coaliciones para el acceso a radio y tv	Acatamiento a la Resolución SUP-RAP-94/2009
ACRT/025/2008 ACRT/043/2009 ACRT/060/2010	Criterios para la entrega de materiales	Complementario
ACRT/024/2008	Periodo de acceso único a radio y tv en precampañas y campañas ajustado a los límites del artículo 116 constitucional, independientemente de la duración y tipo.	Complementario

**II.3. Desactualización**

A la par de la dispersión normativa, existen numerosas ventanas de oportunidad para adecuar las disposiciones reglamentarias existentes a las condiciones fácticas ocurridas en el desarrollo de procesos electorales federales y locales, entre ellas destacan las que regulen con precisión la forma de cumplir el mandato constitucional y legal de acceso a radio y televisión en periodos ordinarios respecto de la distribución del 50% del tiempo a partidos y el otro 50% a autoridades electorales.

En este sentido, el Reglamento debe establecer un esquema de reparto semanal de tiempos entre partidos y autoridades, para hacer viable la transmisión de los programas de 5 minutos de los partidos y

cumplir la referida disposición de reparto del tiempo. A lo anterior debe añadirse lo determinado por el Consejo General en el Acuerdo CG419/2009, relativo a las reglas para la transmisión de programas mensuales de partidos políticos en emisoras permisionarias de radio y televisión.

Otra área de oportunidad para enriquecer el Reglamento de la materia es la que implica el desarrollo de la disposición legal relativa a los Lineamientos que para la asignación de tiempos a autoridades aprobó el Consejo General. Asimismo, es recomendable suprimir la disposición contenida en el actual artículo 11, el cual dispone que en periodos ordinarios se asignará un minuto y medio en radio y un minuto en televisión a las autoridades, pues se deben considerar las necesidades reales de difusión de las 64 autoridades electorales locales, sin contar a las del ámbito federal.

#### **II.4. Descentralización de funciones**

A partir del 2010 y con motivo de los procesos electorales que transcurrieron en ese año, se determinó otorgar un papel más determinante a los Vocales Ejecutivos Locales, por lo que deben incluirse en el Reglamento normas que expliciten los alcances de la personalidad jurídica que les reconoce el artículo 135, párrafo 2 del Código Federal Electoral y, en consecuencia, el otorgamiento de facultades para vincularse con los sujetos regulados; verificar el cumplimiento de los pautados ordenados por el Instituto; generar reportes de monitoreo; realizar informes en su ámbito de competencia sobre la materia; notificar requerimientos de información en caso de incumplimientos, entre otros.

Considerando que los Vocales Ejecutivos Locales son representantes del Instituto en las entidades federativas, cuentan con atribuciones legales en materia de radio y televisión<sup>1</sup>, y conocen las circunstancias particulares de cada estado por su residencia, se determinó la conveniencia de ampliar la colaboración de la estructura desconcentrada del Instituto para garantizar el acceso a estos medios de comunicación a nivel estatal.

De esta manera, los Vocales Ejecutivos Locales han fungido como enlaces entre el Instituto Federal Electoral y los institutos electorales locales; tribunales y otras autoridades electorales de las entidades federativas; representaciones estatales de los partidos políticos; partidos políticos con registro ante las autoridades electorales de las entidades federativas, y los concesionarios y permisionarios de radio y televisión de sus respectivas entidades.

Estos ajustes permitieron la generación regular de informes de monitoreo, con base en los cuales se verifica el cumplimiento de las pautas de transmisión por parte de concesionarios y permisionarios y, en su caso, se implementan las acciones legales ante omisiones injustificadas.

#### **II.5. Cambio tecnológico**

Como resultado de la implementación del Sistema Integral de Administración de los Tiempos del Estado, es posible ahora automatizar y gestionar, mediante recursos tecnológicos, varios procesos que antes se procesaban manualmente, tales como la generación de pautas; calificación de materiales; notificaciones electrónicas a los sujetos regulados; circulación más rápida de los materiales de los partidos políticos; envío expedito de los materiales a los concesionarios y permisionarios; comprobación —vía monitoreo— de las señales reales y, por consecuencia, la actualización del catálogo de concesionarios y

---

<sup>1</sup> Artículos 134, párrafo 1; 51, párrafos 1, inciso f) y 2; 136 párrafo 1, inciso c) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, y 6, párrafo 5 del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral.

permisionarios. Es necesario, en consecuencia, que el Reglamento prevea disposiciones congruentes con estas innovaciones tecnológicas.

#### **II.6. Flexibilización y simplificación de la operación del modelo**

Como resultado de la praxis cotidiana en la implementación de la normas legales en materia de acceso a radio y televisión en materia electoral, ha surgido la necesidad de precisar un modelo que se ajuste a la realidad de los distintos tipos y subtipos de sujetos regulados, a saber, concesionarios y permisionarios; emisoras con programación cultural y emisoras con programación comercial, emisoras con programación propia y repetidoras, etc. Lo anterior, sin que esto signifique vulnerar el principio de igualdad ante la ley.

Asimismo, y de la mano con las normas que regulen la automatización en la gestión de los procesos operativos, es necesario incrementar la eficiencia en la verificación de transmisiones y reducir los plazos para la distribución de materiales, notificación de pautas e iniciar las transmisiones por parte de concesionarios y permisionarios.

#### **II. 7. Precisión en las definiciones normativas**

El Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral respecto de sus definiciones normativas (glosario) debe ser modificado pues es conveniente emplear un vocabulario preciso, sencillo, accesible y claro. Por consiguiente varias disposiciones deben redefinir términos fundamentales, así como conceptos que han sido modificados por Resoluciones del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, definir procesos operativos que, como en los casos de generación de pautas y verificación de pautas, no se tenían ya en funcionamiento.

### **III. MÉTODO DE TRABAJO**

Derivado de la riqueza y variedad de las propuestas presentadas por la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, por instrucción de esta Junta General, el análisis de las mismas se efectuará por los temas que las agrupan, pues por esa circunstancia, comparten justificación y por cuestiones de método, se analizarán conjuntamente con fundamento en el artículo 65 del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral. Así, se han identificado los siguientes temas:

1. Modificaciones que atienden a los principios de lógica, congruencia y técnica legislativa.
2. Actualización y coherencia con los precedentes del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
3. Atribuciones de los órganos del Instituto involucrados con la administración de los tiempos del Estado en materia electoral.
4. Eficiencia operativa.
5. Plazos para la notificación de la modificación a las pautas.
6. Plazos y esquemas de notificación de materiales.

De esta manera, en el apartado siguiente se analizará la procedencia de las modificaciones previstas en la Propuesta de Reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral, en cada

uno de estos rubros, a partir de su justificación y de su viabilidad operativa. Ello tomando en cuenta el Dictamen de Factibilidad que acompaña al presente documento, mismo que contiene el análisis y justificación de la procedencia de las reformas propuestas desde el punto de vista técnico.

#### IV. CONSIDERACIONES

##### IV.1. Modificaciones que atienden a los principios de lógica, congruencia y técnica legislativa

Por lo que se refiere a las modificaciones que atienden a los principios de lógica, congruencia y técnica legislativa, esta Junta General Ejecutiva estima pertinentes y atendibles las propuestas para armonizar las distintas disposiciones del propio Reglamento en términos de coherencia interna, para hacerlas compatibles con otros ordenamientos emitidos por el Instituto Federal Electoral, así como para corregir la redacción y algunas referencias equívocas en el texto vigente.

Lo anterior, considerando que todo ordenamiento legal tiene como finalidad determinar de forma clara y certera los derechos y obligaciones de cada sujeto, lo que se traduce en la necesidad de disposiciones congruentes y legítimas, situación que incluso se verifica si se toma en cuenta la consulta realizada a los diversos sujetos obligados así como a los especialistas en la materia, por lo que la efectividad de las reformas que se proponen, recae, entre otras cosas, en la adecuación del documento para fines de congruencia y facilidad de comprensión.

En este orden de ideas, debemos procurar una identidad entre los postulados de cada disposición y las pretensiones que se persiguen, para lo cual se recurre a la técnica legislativa, mejorando la calidad de la estructura y sistematización del ordenamiento, así como del uso del lenguaje, lo que en su conjunto ofrece certeza jurídica a los sujetos obligados.

Por su parte, en la elaboración de un ordenamiento reglamentario, a diferencia de uno legislativo (en el que se determina el *qué, quién, dónde y cuándo* de una situación jurídica general y abstracta), corresponde determinar el *cómo* de aquellas circunstancias, lo cual, conlleva a la imperante necesidad de cuidar la precisión en la redacción de su contenido, pues en él se establecen reglas de ejecución, razón por la cual la redacción debe ser clara, breve, sencilla y accesible.

En ese sentido, se consideran procedentes las propuestas de reforma a los artículos:

##### TÍTULO PRIMERO Disposiciones preliminares

- Artículo 1 se modifica ahora artículo 1
- Artículo 2 se modifica ahora artículo 2
- Artículo 3 se modifica ahora artículo 3
- Artículo 4 párrafo 1 se modifica ahora artículo 4 párrafo 1, se incluye el numeral 2
- Artículo 5, párrafo 1, inciso a), numerales I al III se modifica ahora artículo 5, párrafo 1, inciso a) numeral I al IV; inciso b) numeral I al XVII, se modifica ahora inciso b), numeral I al XII; inciso c) se derogan los numerales II, VIII, XIV, XVI, XVIII, XIX y se modifican los numerales V, IX, XI, XII, XIII, y XVII, adaptándose la numeración del ahora inciso c) quedando con numerales I al XIX
- Artículo 7, párrafos 1 al 6 se modifica ahora artículo 7 párrafos 1 al 8

##### TÍTULO SEGUNDO De la administración del tiempo en radio y televisión

###### Capítulo I

- Artículo 8, párrafos 1 al 3 se modifican ahora artículo 8 párrafo 1 al 3

- Artículo 9, párrafo 1 y 3 se modifica ahora artículo 9, se modifican párrafos 1- 5, se deroga el 6.
- Artículo 10 párrafo del 1- 4 se modifica ahora artículo 10, párrafo 1-4
- Artículo 11 se modifica enunciado ahora artículo 11, se modifican párrafos del 1-4 y se adiciona el párrafo 5

#### **Capítulo II**

- Artículo 12 párrafos 1 al 4 se modifican ahora artículo 12 párrafos 1 al 3; y.21 numeral 1; se derogan los párrafos 4 y 5
- Artículo 13 párrafo 1 al 5 se modifica ahora artículo 15 párrafo 1 al 4
- Artículo 14 párrafo 1, inciso a) al f) se modifica ahora artículo 16 párrafo 1, inciso a) al c) y se agrega numeral 2
- Artículo 15 párrafo 1, inciso a) y b) se modifica ahora artículo 17 párrafo 1. Se deroga el párrafo 2

#### **Capítulo III**

- Artículo 16 se modifica quedó contenido en los artículos 12, párrafo 1, 14 párrafo 1, 20 y 22 párrafo 1
- Artículo 17 párrafos 1 al 4 se modifica ahora artículo 15 párrafos 1 al 4
- Artículo 18 párrafo 1 se modifica ahora artículo 16 párrafo 1, incisos a) al c) y se adiciona el párrafo 2
- Artículo 19 párrafo 1 y 2 se modifica ahora artículo 17 párrafo 1

#### **Capítulo IV**

- Artículo 20 párrafos 1 y 2 se modifican ahora artículo 23 párrafo 1 y 2
- Artículo 21 párrafo 1 se modifica ahora artículo 24 párrafos 1 y 2
- Artículo 22 párrafo 2 se modifica ahora artículo 25 párrafo 4, se modifican los párrafos 1 y 2
- Artículo 23 párrafos 1 y 2 ahora artículo 25 párrafo 1 al 3, se agregó el párrafo 3
- Artículos 24 y 25 se derogan
- Artículo 26 párrafo 1 se modifica y se derogan los párrafos 2 y 3

#### **Capítulo V**

- Artículo 27 párrafo 1 se modifica ahora artículo 26 párrafo 1
- Artículo 28 párrafo 1 se modifica ahora artículo 27 párrafo 1
- Artículos 29 párrafo 2 y 3 se derogan, párrafo 1 se modifica ahora artículo 29, y queda como único párrafo
- Artículo 30 párrafo 1, 2 y 4, párrafo 3 se deroga, ahora artículo 28 párrafos 1 al 4
- Artículo 31, se modifican, ahora artículo 18
- Artículo 32 se deroga su contenido

#### **Capítulo VI**

- Artículo 33 se modifica ahora artículo 30
- Artículo 34 se modifica ahora artículo 32, párrafo 1 y 3

**Capítulo VII**

Se deroga

- Artículo 35, se modifica, ahora artículo 19

**TÍTULO TERCERO****Capítulo I**

- Artículo 36 párrafo 3 y 4 se modifican, ahora artículo 33 con 5 numerales; y los párrafos 6, ahora artículo 7, párrafo 7; y 7, ahora en el artículo 44, párrafos 4 y 5
- Artículo 37, ahora artículo 34
- Artículo 38 se modifica ahora artículo 35, en el párrafo 1 se adicionaron los incisos del f) al j); se modificaron los párrafos 2 y 3; y se derogaron los numerales 4 y 6

**Capítulo III**

- Artículo 41 se modifica, ahora artículo 36, párrafos 2 y 3
- Artículo 42 se modifica ahora artículo 37
- Artículo 43 párrafo 1, se modifica ahora artículo 38, se deroga el párrafo 2
- Artículo 44 párrafo 3 se modifica ahora artículo 39 párrafo 4, incisos del a) al d)
- Artículo 46 párrafo 1, 3 y 6 se modifica ahora artículo 42 párrafo 2, 4 y 6 respectivamente. Se derogan los párrafos 7, 9 y 10, quedando únicamente 7 numerales
- Artículo 47, párrafo 1 se modifica, ahora artículo 43, párrafo 1, se deroga el párrafo 2
- Artículo 49 párrafo 1, 2, 4 y 6 se modifican ahora artículo 45 párrafos del 1 al 5. Se derogan los párrafos 6, 7 y 8

**Capítulo V**

- Artículo 50 se deroga
- Artículo 51 se modifica ahora artículo 46
- Artículo 53 se modifica ahora artículo 47
- Artículo 54 se modifica ahora artículos 48, 49 y 50,
- Artículo 55 se modifica ahora artículo 52
- Artículo 56 se modifica ahora artículo 52

**Capítulo VI**

- Artículo 57 se modifica ahora artículo 56, modificándose el párrafo 4
- Artículo 58 se modifica ahora artículos 57, 58 y 59
- Artículo 59 se modifica ahora artículos 60, 61 y 62

**Capítulo VII**

- **Artículo 60** párrafo 3 se deroga, ahora artículo 65

**Capítulo VIII**

- Artículos 61 al 63 se derogan
- Artículo 64 se modifica, ahora artículo 66
- Artículo 65 se modifica, ahora artículo 67

**IV.2. Actualización y coherencia con los precedentes del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación**

En este tema, mediante la propuesta analizada, se buscó conciliar adecuadamente los criterios del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, en temas como la asignación de tiempos a autoridades electorales (SUP-RAP-239/2008); acceso de los partidos políticos con registro estatal a los tiempos del Estado que administra el Instituto Federal Electoral en periodos ordinarios (SUP-RAP-210/2009); transmisión de programas mensuales de 5 minutos en estaciones permisionarias (SUP-RAP-140/2008 y acumulado); asignación de tiempos en radio y televisión a coaliciones totales (SUP-RAP-94/2009); derogación de un numeral sobre modificación de pautas en supuestos imprecisos (SUP-RAP-140/2008); remisión inmediata al Instituto de denuncias en materia de radio y televisión (SUP-JRC-29/2009 y SUP-RAP-135/2009 acumulados); aprobación de catálogos de emisoras para procesos electorales locales que incluyan a cada concesionario y permisionario que opere en la entidad de que se trate (SUP-RAP-211/2010, SUP-RAP-212/2010, SUP-RAP-216/2010, SUP-RAP-218/2010, SUP-RAP-219/2010 y SUP-RAP-220/2010); definición y alcances de los mapas de cobertura elaborados por el Instituto Federal Electoral (SUP-RAP-37-2011 SUP-RAP-100-2011), y el acceso a radio y televisión en zonas conurbadas, en particular, la del Estado de México (SUP-RAP-37-2011).

El Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, de conformidad con los artículos 41, Base VI; 60, párrafos segundo y tercero; 99, párrafo cuarto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; y 186 de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación, es la máxima autoridad en la materia y órgano especializado del Poder Judicial de la Federación.

Asimismo, en términos del artículo 233 de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación, la jurisprudencia del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación es obligatoria para su aplicación a los institutos electorales federal y locales así como a las autoridades jurisdiccionales electorales, en los casos en donde exista sustancialmente una regla igual o similar a la que ha sido materia de interpretación.

Conforme a lo anterior, esta Junta General Ejecutiva estima pertinente proponer la reforma de los artículos:

- Artículo 5, párrafo 1, inciso c), fracción VIII (se deroga)
- Artículo 5, párrafo 1, inciso c), fracción XVI (se deroga)
- Artículo 5, párrafo 1, inciso c), fracción XVII (se reforma)
- Artículo 6, párrafo 1, inciso a) (se reforma)
- Artículo 8, párrafos 2 y 3 (se reforma)
- Artículo 9, párrafos 1, 2 y 4 (se reforma)

- Artículo 11, párrafo 4 (se modifica el sentido) y se adiciona el párrafo 5
- Artículo 26, párrafos 2 y 3 (se derogan)
- Artículo 36, párrafo 7, ahora artículo 44, párrafos 4 y 5
- Artículo 40 (se deroga su contenido)

### **IV.3. Atribuciones de los órganos del Instituto involucrados con la administración de los tiempos del Estado en materia electoral**

Por lo que se refiere al artículo 6 en el que se establecen las atribuciones de los órganos competentes del Instituto involucrados en el acceso a radio y a la televisión, se proponen modificaciones de redacción con dos objetivos: (1) consagrar con claridad cuáles son las atribuciones que se le encomiendan a cada uno de los órganos citados y (2) compatibilizar las distintas facultades entre sí y con las modificaciones propuestas a otras disposiciones reglamentarias.

Debe destacarse que la certeza en la distribución de competencias entre los órganos que intervienen en la administración de los tiempos del Estado (desde la aprobación de los pautados, pasando por su notificación, la verificación de su transmisión, y hasta la notificación de requerimientos en caso de incumplimientos y su eventual sanción), es fundamental para garantizar la eficiencia de los procesos, para evitar la duplicidad de funciones y cubrir cada una de las acciones que permiten que el Instituto funja como autoridad única para la administración del tiempo que corresponde al Estado en radio y televisión en materia electoral, y que garantice a los partidos políticos el uso de sus prerrogativas constitucionales en estos medios de comunicación.

Por otra parte, es importante ajustar el Reglamento a una realidad: la descentralización del modelo de verificación de transmisiones.

A partir del 2010 y con motivo de los procesos electorales que transcurrieron en ese año, se determinó otorgar un papel más determinante a los Vocales Ejecutivos Locales, por lo que deben incluirse en el Reglamento normas que expliciten los alcances de la personalidad jurídica que les reconoce el artículo 135, párrafo 2 del Código y, en consecuencia, el otorgamiento de facultades para vincularse con los sujetos regulados; verificar el cumplimiento de los pautados ordenados por el Instituto; generar reportes de monitoreo; realizar informes en su ámbito de competencia sobre la materia; notificar requerimientos de información en caso de incumplimientos, entre otros.

Considerando que los Vocales Ejecutivos Locales son representantes del Instituto en las entidades federativas, cuentan con atribuciones legales en materia de radio y televisión<sup>2</sup>, y conocen las circunstancias particulares de cada estado por su residencia, se determinó la conveniencia de ampliar la colaboración de la estructura desconcentrada del Instituto para garantizar el acceso a estos medios de comunicación a nivel estatal.

De esta manera, se dispuso que los Vocales Ejecutivos Locales fungirían como enlaces entre este Instituto y los institutos electorales locales; tribunales y otras autoridades electorales de las entidades

<sup>2</sup> Artículos 134, párrafo 1; 51, párrafos 1, inciso f) y 2; 136 párrafo 1, inciso c) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, y 6, párrafo 5 del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral.

federativas; representaciones estatales de los partidos políticos; partidos políticos con registro ante las autoridades electorales de las entidades federativas, y concesionarios y permisionarios de radio y televisión del estado.

Adicionalmente, el esquema de descentralización de la verificación de transmisiones en radio y televisión implicó que la administración de los Centros de Verificación y Monitoreo quedara a cargo de los Vocales, para que éstos vigilaran el cumplimiento por parte de las emisoras que operan en su entidad, en colaboración con la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos.

Estos ajustes permitieron la generación regular de informes de monitoreo, con base en los cuales se verifica el cumplimiento de las pautas de transmisión por parte de concesionarios y permisionarios y, en su caso, se implementan las acciones legales ante omisiones injustificadas.

Las acciones del Instituto Federal Electoral respecto de los incumplimientos a las pautas para la transmisión de los mensajes de los partidos políticos y autoridades electorales han tratado de enfocarse en la prevención. La sanción a concesionarios y permisionarios por incumplimiento a las pautas no resarce la afectación a la prerrogativa de acceso a radio y televisión y, en ocasiones, la reposición de los tiempos debe llevarse a cabo hasta el periodo ordinario siguiente. Por esta razón, se ha privilegiado un esquema preventivo tendiente a hacer cumplir la ley y a garantizar el acceso a radio y televisión dentro de los procesos electorales locales.

Todas estas modificaciones han redundado en niveles de cumplimiento promedio de 98% en las entidades del país durante el 2010 y el 2011, lo cual es una evidencia clara de que el modelo descentralizado de verificación de transmisiones ha tenido resultados satisfactorios, por lo que es trascendental dotar de certeza jurídica a los Vocales Ejecutivos Locales respecto de las actividades que vienen desempeñando desde principios del 2010 y hasta la fecha. Así, el establecimiento de estas facultades en el Reglamento que se pretende reformar, daría por un lado certeza en las actuaciones de los sujetos obligados y por otro, continuidad al trabajo realizado por los Vocales Ejecutivos Locales y Distritales.

En este sentido, las modificaciones propuestas al numeral 6 del Reglamento de referencia permiten salvaguardar las prerrogativas de acceso a radio y televisión de partidos políticos y autoridades electorales, actualizando así la noción prevaleciente en la reforma electoral de 2007-2008, y en esa medida, garantizar la certidumbre en el ejercicio de las atribuciones de cada uno de estos órganos involucrados con la administración de los tiempos del Estado en materia electoral.

En este Reglamento se encuentran los Lineamientos y procedimientos de los órganos del Instituto, respecto de la administración de los tiempos del Estado en materia electoral, los cuales han sido robustecidos a fin de solventar las lagunas existentes en la operación definiendo de mejor manera las atribuciones de cada uno de ellos.

En consecuencia, la propuesta de reforma sobre las atribuciones de los órganos del Instituto involucrados con la administración de los tiempos del Estado en materia electoral se considera atinada y procedente.

Artículo 6, párrafo 1, incisos a), b), c), d), e), f), g) y h); párrafo 2 incisos a), b), c), d), e), f), g) y h); párrafo 3 incisos a), b), c), d), e), f), g) y h); párrafo 4 incisos a), b), c), d), e), f), g), h), i), j) y k); párrafo 5 incisos a), b), c), d), e), f) y g); y párrafo 6 incisos a), b), c) y d). Ahora artículo 6, párrafo 1 incisos a), b), c), d), e), f), g), h), i) y j); párrafo 2 incisos a), b), c), d), e) f), g), h), i), j), k) y l); párrafo 3 incisos a), b), c), d) y e);

párrafo 4 incisos a), b), c), d), e), f), g), h), i) y j); párrafo 5 incisos a), b), c), d), e), f), g), h), i), j) y k); y número 6 incisos a), b) y c).

#### IV.4. Eficiencia operativa

Derivado de la reforma electoral del 2007-2008, el Instituto está obligado a garantizar la prerrogativa de acceso en la radio y en la televisión a los partidos políticos y a las autoridades electorales a los tiempos del Estado en materia electoral, por lo cual se tuvo que allegar de los elementos necesarios para salvaguardar dicho derecho. Así, las herramientas de verificación y monitoreo con que cuenta el Instituto Federal Electoral constituyen uno de ellos, y han permitido conocer el comportamiento de la industria de radio y televisión respecto de las transmisiones de los promocionales de los partidos políticos y de las autoridades que el propio Instituto ha ordenado a través de las pautas y los Acuerdos que ha aprobado al efecto.

También es obligación de este Instituto, utilizar de forma eficiente los recursos, tanto técnicos como humanos con los que cuenta para la verificar al cumplimiento de las pautas de transmisión por parte de los concesionarios y permisionarios de la radio y de la televisión, por lo que el Reglamento que se pretende reformar, debe establecer con claridad las atribuciones y funciones de los órganos del Instituto involucrados con la administración de los tiempos del Estado en materia electoral, a fin de implementar procesos operativos que permitan en un menor tiempo dar seguimiento puntual a esta obligación constitucional.

El Reglamento propuesto debe incluir los preceptos y Lineamientos que esta autoridad electoral seguirá para dar cabal cumplimiento a las obligaciones que le confieren las leyes en la materia, permitiendo así estar en mejores condiciones y capacidades para planear, organizar y redefinir las acciones que los distintos órganos de Instituto deben fijar para satisfacer con dichas imposiciones.

La racionalización de procedimientos implica una mayor eficiencia, razón por la cual esta Junta General Ejecutiva considera procedentes las propuestas de reforma a los artículos:

- Artículo 10, párrafo 2,3 y 4 (se modifican)
- Artículo 11, párrafo 1, 2, 3 y 4 (se modifican, adicionando el párrafo 5)
- Artículo 23 (se modifica, adicionando el párrafo 2)
- Artículo 30 (se modifica, adicionando el párrafo 1)
- Artículo 31 se modifica en su totalidad y el contenido original ahora forma parte del artículo 18. Artículo 36, párrafo 3, ahora 33, párrafo 3 (se modifica)
- Artículo 37, párrafo 1, ahora 34, párrafo 1 (se adicionan párrafos 2 y 3)
- Artículo 38, párrafo 1, ahora 35, párrafo 1 (se modifica)
- Artículo 39, párrafo 1 (se deroga)
- Artículo 44, se modifica en su totalidad y el contenido original ahora forma parte de los artículos 39 y 40.(se modifica)
- Artículo 45, párrafo 1, inciso f), ahora 39, párrafo 1, inciso d) (se modifica)
- Artículo 46, ahora 42 (se agrega párrafo 2)
- Artículo 46, ahora 42 (se modifica párrafo 5)
- Artículo 49, párrafo 2, ahora 45 (se modifica)
- Artículos 51 se modifica en su totalidad y el contenido original ahora forma parte del artículo 46

- Artículo 52, se derogó su contenido
- Artículo 53 se modifica en su totalidad y el contenido original ahora forma parte de los artículos ahora 47
- Artículo 54, se modifica en su totalidad y el contenido original ahora forma parte de los artículos ahora 48,49 y 50 (se modifica)
- Artículo 55 se modifica en su totalidad y el contenido original ahora forma parte de los artículos ahora 52
- Artículo 57, párrafo 2, ahora 56, párrafo 1 (se modifica)
- Artículo 58, párrafos 3, 4 y 5, ahora 57, 58 y 59 (se modifican)
- Artículo 59, ahora 60, 61, 62 (se modifican)
- Artículo 60 (se modifica derogando el párrafo 3), ahora 65
- Artículo 63 se modificó en su totalidad. Artículo 64, se modifica en su totalidad y el contenido original ahora forma parte de los artículos ahora 66

#### **IV.5. Plazos para la notificación de la modificación a las pautas**

Actualmente, las modificaciones al pautado deben ser notificadas en un plazo de 10 días previo al inicio de transmisiones en los siguientes casos:

*“a) Cuando el Consejo otorgue el registro a un partido político, en cuyo caso las pautas se ajustarán para incluir os mensajes a partir de que surta efectos dicho otorgamiento;*

*b) Cuando se declare la pérdida del registro de un partido político, en cuyo caso el Comité realizará el ajuste correspondiente a las pautas que procedan, a partir de la fecha en que la autoridad competente emita dicha declaratoria o Resolución;*

*c) Por la celebración de elecciones extraordinarias;*

*d) Cuando existan situaciones de caso fortuito o fuerza mayor que justifiquen dicha modificación, y*

*e) Por otras causas previstas en el Código.”*

No obstante, la mayoría de las modificaciones a los pautados que ha aprobado el Comité de Radio y Televisión se ha debido a los siguientes supuestos:

- Celebración de elecciones extraordinarias.
- Registro y disolución de coaliciones, causal que no está prevista en el Reglamento vigente.
- Resoluciones del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, causal que tampoco no está prevista reglamentariamente.

Actualmente, en lo que respecta a las elecciones extraordinarias, el Consejo General interviene en el proceso de aprobación del Acuerdo mediante la determinación de la cobertura territorial y el tiempo que se destinará a los partidos políticos en radio y televisión, lo anterior con fundamento en el artículo 74, párrafo 4 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. Sin embargo, en ocasiones el Consejo General del Instituto ha ejercido su facultad de atracción, con base en el artículo 76

párrafo 1, inciso a) para poder determinar lo correspondiente a la aprobación del modelo de pauta y las pautas específicas para la transmisión en radio y televisión de los promocionales de los partidos políticos, así como los mensajes institucionales de las autoridades electorales federales y locales, para una elección extraordinaria, en adición a lo que legalmente está obligado.

Lo anterior se debe a que el Consejo General ha estimado que de no ejercitar tal facultad se podría poner en riesgo el oportuno acceso al tiempo del Estado en los medios de comunicación social destinado al cumplimiento de los fines de las autoridades electorales, así como el ejercicio de sus prerrogativas que en la materia confiere a los partidos políticos el marco jurídico constitucional, legal y reglamentario, en virtud de que el tiempo necesario para notificar la pauta y llevar a cabo todas las actuaciones pertinentes, es decir, involucrar a todos los órganos del Instituto, es materialmente imposible en virtud del tiempo disponible.

Esta valoración ha sido efectuada por el máximo órgano de dirección del Instituto desde 2010 en diversas elecciones extraordinarias como son los casos de Lamadrid y Juárez, Coahuila (CG102/2010); San José Estancia Grande, Oaxaca (CG303/2010); Acumán de Miguel Hidalgo y Yauquemehcan, Tlaxcala (CG307/2010); Muxupip, Yucatán (CG302/2010); San Jerónimo Tecuanipan, Ixcamilpa de Guerrero y Tlaola, Puebla (CG102/2011 y (CG165/2011); Pinotepa de Don Luis, Oaxaca (CG04/2011); y Coxquihui y José Azueta, Veracruz (CG56/2011).

De lo anterior se desprende que en casos excepcionales, el Consejo General y el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación han justificado la no aplicación de los plazos establecidos en el Reglamento de la materia, en específico, el relativo a la notificación de los pautados, con la finalidad de que el Instituto Federal Electoral garantice el debido acceso a la radio y a la televisión a los partidos políticos y a las autoridades electorales durante los procesos electorales.

En lo tocante a la modificación de pautas por el registro y disolución de coaliciones totales, en términos del artículo 98, párrafo 4 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, a partir de que el Instituto Federal Electoral recibe la notificación oficial de la conformación de una coalición debe de forma inmediata, elaborar el Acuerdo de modificación de la pauta respectivo y posteriormente, notificarlo con 10 días de anticipación al inicio de transmisiones, lo cual puede ocasionar que el periodo correspondiente a la campaña ya haya iniciado y que la prerrogativa de los partidos políticos en coalición no sea efectiva si no hasta días después. Asimismo, la modificación de pautas se debe a situaciones extraordinarias no previsibles lo cual amerita que su notificación se lleve a cabo en plazos más breves, permitiendo que la distribución de tiempos a los partidos políticos refleje las condiciones reales de la contienda, en términos de asignación de espacios en radio y televisión.

De la misma manera, en ocasiones, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación ha revocado la aprobación de pautados aprobados por el Comité de Radio y Televisión, sin pronunciarse sobre los plazos, lo que pone en riesgo el oportuno acceso a radio y televisión en los procesos electorales. En este caso, es importante precisar que cuando las pautas se revocan, la obligación del Comité de Radio y Televisión es modificar el pautado correspondiente, en esos casos, el plazo de 10 días pudiera comprometer la oportunidad en el acceso a estos medios de comunicación.

Por lo que respecta a las capacidades técnicas de los concesionarios y permisionarios de radio y televisión, teniendo en cuenta que el Reglamento vigente prevé en su artículo 38 un plazo de 10 días para la notificación de los ajustes a la pauta que apruebe el Instituto, en casos de registro a un partido

político; cuando se declare la pérdida del registro de un partido político; por la celebración de elecciones extraordinarias; cuando existan situaciones de caso fortuito o fuerza mayor que justifiquen dicha modificación, y por otras causas previstas en el Código, la frecuencia de la aplicación de este plazo (en lo que va del año, se ha aplicado en 10 Acuerdos tanto de Consejo General como de Comité de Radio y Televisión<sup>3</sup>, y que no obra en los archivos del Instituto escrito u oficio alguno emitido por algún concesionario o permisionario sobre inconvenientes técnicos por la aplicación del plazo, resulta evidente que la reducción del plazo propuesto no afecta el cumplimiento de las pautas, ni supone inconvenientes graves por lo que respecta a la programación y a la continuidad, máxime que los catálogos para los procesos electorales y los Acuerdos respectivos se aprueban y notifican con anterioridad a la entrega de los pautados, y en éstos se precisan las fechas a partir de las cuales las emisoras deberán poner a disposición del Instituto Federal Electoral 48 minutos diarios, a razón de 2 ó 3 minutos por cada hora de transmisión, con motivo de los procesos electivos federales y locales.

Aunado a lo anterior, de la consulta realizada a los diversos sujetos obligados, así como a los especialistas en la materia, se desprende que respecto de la notificación de pautados, ésta se puede realizar en plazos menores a los ahora existentes. Tal aseveración encuentra sustento en el Dictamen de Factibilidad antes referido.

Adicionalmente, en el Plan Comercial 2011 de Televisa se estipuló como parte de las políticas de operación para la contratación de espacios comerciales en televisión abierta, lo siguiente:

*"1. Contratación [...]*

*Orden de servicio (Solicitud de espacios comerciales en canales nacionales y televisoras locales) [...]*

*5) La recepción de las órdenes de servicio deben realizarse con **nueve días naturales** de anticipación a la transmisión del primer spot. [...]*

*Confirmación semanal*

*10) Todos los espacios comerciales solicitados con una semana de anticipación para los canales 2, 5, 9 y FOROtv (antes de las 12:00 hrs. del lunes anterior) se podrá asegurar su espacio con base en la disponibilidad de programa mediante la confirmación semanal."*

En tanto el Plan Comercial 2011 de Televisión Azteca, en el apartado relativo a la contratación señala lo siguiente:

*"El horario de contratación de espacios comerciales es de lunes a viernes de 9:00 a 18:00 hrs. El cierre de guías es a las 18:00 hrs. del día anterior a la transmisión. Cualquier cambio de versión y/o cambio de duración llevará una penalización del 50% del costo total del spot. [...]*  
*Compra Express Garantizada: Tiene un sobre precio del 100% y se refiere a todos los spots que por necesidad del cliente requieran transmisión garantizada en fechas y programas solicitados. [...]*

<sup>3</sup> CG04/2011; CG56/2011; CG102/2011; CG165/201; ACRT/016/2011; ACRT/015/2011; ACRT/014/2011; ACRT/013/2011; ACRT/010/2011 Y ACRT/007/2011.

PAUTA ANTICIPADA	
Días de Anticipación	Descuento
60+	5%
6 a 59	A disponibilidad
5 a 0	Compra Express Garantizada

De lo anterior se desprende que ambas televisoras tienen la capacidad de modificar su programación en un plazo menor a los 10 días, llegando en ocasiones a realizarlo el mismo día de la transmisión, por lo cual un plazo de 5 y 4 días para la notificación de la modificación de las pautas aprobadas por este Instituto no afectaría el debido cumplimiento a los pautados que ordene el Instituto Federal Electoral, pues ha quedado acreditado que aún cuando estos concesionarios operan un total de 386 estaciones repetidoras en todo el país, pueden modificar su programación en plazos menores a los previstos en el Reglamento vigente.

En conclusión, si para efectos comerciales estas empresas cuentan con los medios necesarios para hacer las modificaciones a su programación en plazos menores a los previstos reglamentariamente, y de la consulta realizada no se desprende una problemática general para ello, no existe razón por la cual no se pueda cumplir con las pautas notificadas por este Instituto en el tiempo propuesto de 5 y 4 días. Es decir, dicho plazo es más que suficiente para que los concesionarios y permisionarios estén en posibilidad de cumplir sus obligaciones constitucionales de transmitir los mensajes de partidos y de autoridades en los tiempos del Estado.

En virtud de los razonamientos anteriores es que se desprende que estableciendo un plazo más corto, de 5 y 4 días hábiles, para la notificación de las pautas modificadas se logra contrarrestar la posibilidad de vulnerar el acceso a medios de los partidos políticos.

En consecuencia, la propuesta de reforma sobre los plazos de notificación de modificación a los pautados se considera procedente, en específico, al siguiente artículo:

- Artículo 38, párrafo 5, ahora 35, párrafo 3 (se modifica)

#### **IV.6. Plazos y esquemas de notificación de materiales**

El artículo 46, párrafo 4 del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral, establece que la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, así como las Juntas Locales Ejecutivas remitirán los materiales a los concesionarios y permisionarios con al menos 5 días hábiles de anticipación a la fecha en que se deba iniciar su transmisión.

Del análisis y sistematización de las consultas realizadas por el Instituto Federal Electoral, se considera que el proyecto de modificación al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral, presentado en términos de los antecedentes de este documento, por la Dirección Ejecutiva de

Prerrogativas y Partidos Políticos, debe ser modificado a efecto de que los plazos de entrega de órdenes de transmisión y materiales queden de la siguiente forma:

- a) Se propone mantener el plazo de cinco días señalado para el caso de periodos ordinarios.
- b) Desde el inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral, se propone **reducir de cinco a tres días hábiles, el plazo para la entrega de las órdenes de transmisión y los materiales a los concesionarios y/o permisionarios de radio y televisión en el territorio nacional**, señalando que en el caso de que el concesionario o permisionario tenga su domicilio legal en una localidad distinta aquella en que operen las emisoras respectivas, contará con **un día natural adicional** para iniciar las transmisiones.

Al respecto, cabe mencionar que la reforma constitucional y legal de 2007 y 2008, multiplicó el ámbito de responsabilidad jurídica del Instituto, el cual asumió atribuciones desconocidas hasta entonces, como el instaurarse en autoridad única en la administración de los tiempos del Estado en radio y televisión en materia electoral. El Proceso Electoral Federal del año 2008-2009, conllevó para el Instituto Federal Electoral el reto de aplicar esa nueva encomienda constitucional y legal, por ello, fue la primera vez que se vinculó directamente no sólo con partidos políticos, sino también con autoridades electorales estatales de las 32 entidades, concesionarios y permisionarios de la industria de radio y televisión de todo el país, autoridades de los tres niveles de gobierno en el territorio nacional y aun, con agrupaciones sociales y particulares.

El vínculo entre el Instituto y los concesionarios y permisionarios de radio y televisión, se materializó en una orden de transmisión de los materiales de los partidos políticos y las autoridades electorales, conforme a una pauta que se generó previamente en apego a los mandatos constitucionales y legales. Este apartado da cuenta del esfuerzo institucional realizado por el Instituto durante la campaña electoral federal, mediante el diseño de las pautas y órdenes de transmisión producidas, así como la calificación técnica de todos los materiales.

En este orden de ideas, en el Dictamen de Factibilidad elaborado para efectos de determinar la procedencia del proyecto de reforma que se analiza, se exponen de manera exhaustiva los datos relacionados con la administración de tiempos de radio y televisión desde 2008 a la fecha, mismos que se vinculan con la generación de pautados, distribución de materiales, así como transmisión de promocionales en las emisoras de todo el país, información que contrastada con el análisis a las respuestas de la consulta realizada por el Instituto Federal Electoral, permitió concluir que existe la posibilidad de cumplir con el nuevo plazo propuesto.

Aunado a lo anterior, cabe señalar que tal circunstancia ha sido demostrada en el cumplimiento a las medidas cautelares que en los diversos procedimientos sancionatorios a dictado este Instituto.

Desde el año 2009 a la fecha, la Comisión de Quejas y Denuncias ha declarado procedente la imposición de diversas medidas cautelares, es decir, ha ordenado la suspensión inmediata de la difusión de ciertos promocionales que considera presuntamente violatorios a la normatividad electoral.

Esto conllevó a la instauración de una rápida intervención institucional, incluyendo días festivos o inhábiles, cuyo acatamiento por parte de las concesionarias y/o permisionarias involucradas, puede

constatar que el tiempo promedio para suspender la difusión de los promocionales conforme el Acuerdo emitido por la Comisión de Quejas y Denuncias, a partir de la notificación del mismo, ha sido de 33 horas 28 minutos, considerando los siguientes tiempos del procedimiento:

HORAS TRANSCURRIDAS PARA EL DESAHOGO Y ATENCIÓN DE LAS MEDIDAS CAUTELARES EN LOS PROCESOS ELECTORALES LOCALES 2010			
Horas para la verificación técnica de los materiales denunciados	Horas de deliberación y dictaminación de la Comisión de Quejas y Denuncias	Horas de notificación a concesionarios y permisionarios	Horas promedio de la suspensión de los promocionales
18 horas 13 minutos	7 horas 25 minutos	15 horas 19 minutos	33 horas 28 minutos

Es decir, los concesionarios y/o permisionarios, han mostrado que cuentan con la infraestructura necesaria para que en un plazo menor a 72 horas (como se propone al reformar el plazo de notificación de materiales y órdenes de transmisión), se ajusten a las nuevas órdenes de transmisión y entrega de materiales de los partidos políticos y autoridades electorales notificadas por el Instituto.

Es por ello que, ante la presencia del Proceso Electoral Federal ordinario 2011-2012, que tiene por objeto la renovación de los poderes legislativo y ejecutivo y al no resultar un impedimento para los concesionarios y permisionarios de radio y televisión, la transmisión de los promocionales ordenados por la autoridad competente en un plazo menor, resulta procedente, a juicio de esta Junta General Ejecutiva, que el plazo para que la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas remita los materiales a los concesionarios y permisionarios de radio y televisión se ajuste en los términos antes señalados.

No obstante lo expuesto, existen casos concretos cuya acumulación de materiales notificados, producto de entregas en domicilio distinto al de la localización de las estaciones de concesionarios y/o permisionarios que efectivamente transmiten, implica una administración de los mismos de una cantidad significativamente mayor al de una concesionaria y/o permisionaria en particular. Así, existen casos en los que, por ejemplo, el primer semestre de 2010 recibieron casi 2,000 materiales, por lo que se propone la procedencia, de forma excepcional, de un plazo mayor a la regla general (3 días hábiles) con al menos 1 día adicional.

Lo anterior, a efecto de agilizar y optimizar la entrega de las órdenes de transmisión de los materiales de los partidos políticos y autoridades electorales preservando la legalidad y la equidad en las contiendas electorales próximas a desarrollarse.

En ese sentido, se consideran procedentes las modificaciones propuestas por la Junta general Ejecutiva a los siguientes numerales del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral:

- Artículo 43, párrafo 2 (se deroga)

- Artículo 44, párrafo 1, ahora 40, párrafo 1
- Artículo 45, párrafo 1, inciso a), ahora 39, párrafo 1, inciso a) (se modifica)
- Artículo 41 (se adiciona el artículo)
- Artículo 46, ahora 42, (se derogan párrafos 2, 4 y 8)

#### **V. CONSIDERACIONES RESPECTO DE LA CONSULTA PÚBLICA CON MOTIVO DE LA REFORMA AL REGLAMENTO DE ACCESO A RADIO Y TELEVISIÓN EN MATERIA ELECTORAL.**

No obstante haberse hecho referencia a lo largo de este dictamen al análisis de las respuestas recibidas a la consulta elaborada por este Instituto, tal y como lo estableció el Tribunal Electoral de Poder Judicial de la Federación al resolver el recurso de Apelación SUP-RAP-146/2011 y Acumulados, el objeto de este apartado es sistematizar los puntos de vista y las preocupaciones del grueso de la industria de la radio y la televisión en México, así como de las instituciones, organizaciones y las personas especializadas en estos temas.

En esta tesitura, se presenta un análisis detallado de los términos en que fue realizada la consulta y de los resultados que ésta arrojó:

El Instituto Federal Electoral consultó a 1886 concesionarios y permisionarios de todo el país, recibiendo respuesta de 493 concesionarios y permisionarios, debiéndose señalar que no todos se pronunciaron sobre el cuestionario realizado, mismo que a continuación se transcribe:

##### **V.1. Con respecto a la disminución de plazos**

**1.** Describa de manera exhaustiva los procesos que la estación concesionada o permisionada que usted representa sigue para transmitir un promocional (spot) de manera ordinaria. Para ello, se le solicita incluir:

- a. Cada proceso realizado desde que se recibe un promocional de un particular u órgano del Estado.
- b. Un aproximado de tiempo (horas, minutos) para desahogar cada proceso enunciado.
- c. De ser el caso, el número de personas que intervienen en cada proceso, o bien, los dispositivos tecnológicos con los que se desarrolla el proceso.
- d. Señale ¿cuántas y cuáles unidades administrativas, jurídicas y/o técnicas intervienen en la operación del proceso de recepción – transmisión de promocionales, ya sea de carácter privado o de instituciones del Estado mexicano?
- e. Acompañe cada detalle de los elementos técnicos a este respecto.

**2.** Señale ¿cuál es el tiempo mínimo posible en la concesionaria/permisionaria a su cargo para transmitir un promocional, tomando en cuenta el tiempo que transcurre desde que se recibe el promocional, ya sea de carácter privado o de instituciones del Estado mexicano? Explique las razones técnicas y/o jurídicas por las cuáles se toma ese tiempo.

3. Señale si los tiempos de transmisión de materiales a que se refiere la propuesta que se pone a su consideración son plausibles, en caso de que en su opinión no sea así, mencione las restricciones o imposibilidades técnicas y materiales que le impedirían cumplir con el plazo de los tres y dos días hábiles para transmitir promocionales ordenados por el IFE, proporcionando los elementos técnicos que sustenten su dicho.
4. Informe, con base en los planes comerciales o mecanismos formales de ventas de la concesionaria/permisionaria a su cargo, cuáles son los plazos de inserción o sustitución de promocionales.
5. Indique cuál es el volumen máximo de promocionales distintos que la concesionaria/permisionaria a su cargo transmite en un día típico, incluyendo aquellos de carácter privado y de instituciones del Estado mexicano.
6. En el supuesto de que la concesionaria/permisionaria a su cargo esté en condiciones de cumplir con el plazo de los tres y dos días hábiles para Es decir, los concesionarios y/o permisionarios, han mostrado que cuentan con la infraestructura necesaria para que en un plazo menor a 72 horas (como se propone al reformar el plazo de notificación de materiales y órdenes de transmisión), se ajusten a las nuevas órdenes de transmisión y entrega de materiales de los partidos políticos y autoridades electorales notificadas por el Instituto.

Es por ello que, ante la presencia del Proceso Electoral Federal ordinario 2011-2012, que tiene por objeto la renovación de los poderes legislativo y ejecutivo y al no resultar un impedimento para los concesionarios y permisionarios de radio y televisión, la transmisión de los promocionales ordenados por la autoridad competente en un plazo menor, resulta procedente, a juicio de esta Junta General Ejecutiva, que el plazo para que la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas remita los materiales a los concesionarios y permisionarios de radio y televisión se ajuste en los términos antes señalados.

No obstante lo expuesto, existen casos concretos cuya acumulación de materiales notificados, producto de entregas en domicilio distinto al de la localización de las estaciones de concesionarios y/o permisionarios que efectivamente transmiten, implica una administración de los mismos de una cantidad significativamente mayor al de una concesionaria y/o permisionaria en particular. Así, existen casos en los que, por ejemplo, el primer semestre de 2010 recibieron casi 2,000 materiales, por lo que se propone la procedencia, de forma excepcional, de un plazo mayor a la regla general (3 días hábiles) con al menos 1 día adicional.

Lo anterior, a efecto de agilizar y optimizar la entrega de las órdenes de transmisión de los materiales de los partidos políticos y autoridades electorales preservando la legalidad y la equidad en las contiendas electorales próximas a desarrollarse.

En ese sentido, se consideran procedentes las modificaciones propuestas por la Junta general Ejecutiva a los siguientes numerales del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral:

- Artículo 43, párrafo 2 (se deroga)
- Artículo 44, párrafo 1, ahora 40, párrafo 1
- Artículo 45, párrafo 1, inciso a), ahora 39, párrafo 1, inciso a) (se modifica)
- Artículo 41 (se adiciona el artículo)
- Artículo 46, ahora 42, (se derogan párrafos 2, 4 y 8)

#### **V. CONSIDERACIONES RESPECTO DE LA CONSULTA PÚBLICA CON MOTIVO DE LA REFORMA AL REGLAMENTO DE ACCESO A RADIO Y TELEVISIÓN EN MATERIA ELECTORAL.**

No obstante haberse hecho referencia a lo largo de este dictamen al análisis de las respuestas recibidas a la consulta elaborada por este Instituto, tal y como lo estableció el Tribunal Electoral de Poder Judicial de la Federación al resolver el recurso de Apelación SUP-RAP-146/2011 y Acumulados, el objeto de este apartado es sistematizar los puntos de vista y las preocupaciones del grueso de la industria de la radio y la televisión en México, así como de las instituciones, organizaciones y las personas especializadas en estos temas.

En esta tesitura, se presenta un análisis detallado de los términos en que fue realizada la consulta y de los resultados que ésta arrojó:

El Instituto Federal Electoral consultó a 1886 concesionarios y permisionarios de todo el país, recibiendo respuesta de 493 concesionarios y permisionarios, debiéndose señalar que no todos se pronunciaron sobre el cuestionario realizado, mismo que a continuación se transcribe:

##### **V.1. Con respecto a la disminución de plazos**

**1.** Describa de manera exhaustiva los procesos que la estación concesionada o permisionada que usted representa sigue para transmitir un promocional (spot) de manera ordinaria. Para ello, se le solicita incluir:

- a. Cada proceso realizado desde que se recibe un promocional de un particular u órgano del Estado.
- b. Un aproximado de tiempo (horas, minutos) para desahogar cada proceso enunciado.
- c. De ser el caso, el número de personas que intervienen en cada proceso, o bien, los dispositivos tecnológicos con los que se desarrolla el proceso.

d. Señale ¿cuántas y cuáles unidades administrativas, jurídicas y/o técnicas intervienen en la operación del proceso de recepción – transmisión de promocionales, ya sea de carácter privado o de instituciones del Estado mexicano?

e. Acompañe cada detalle de los elementos técnicos a este respecto.

2. Señale ¿cuál es el tiempo mínimo posible en la concesionaria/permisionaria a su cargo para transmitir un promocional, tomando en cuenta el tiempo que transcurre desde que se recibe el promocional, ya sea de carácter privado o de instituciones del Estado mexicano? Explique las razones técnicas y/o jurídicas por las cuáles se toma ese tiempo.

3. Señale si los tiempos de transmisión de materiales a que se refiere la propuesta que se pone a su consideración son plausibles, en caso de que en su opinión no sea así, mencione las restricciones o imposibilidades técnicas y materiales que le impedirían cumplir con el plazo de los tres y dos días hábiles para transmitir promocionales ordenados por el IFE, proporcionando los elementos técnicos que sustenten su dicho.

transmitir promocionales ordenados por el IFE, a que hace referencia el proyecto que se pone a su consideración, señale que elementos mínimos necesarios requiere para poder hacer más eficiente la transmisión (e.g. número de órdenes de transmisión por semana, formatos de entrega de promocionales, formato de entrega de órdenes de transmisión, etc.).

## **V.2. Con respecto a los mecanismos de entrega de órdenes de transmisión**

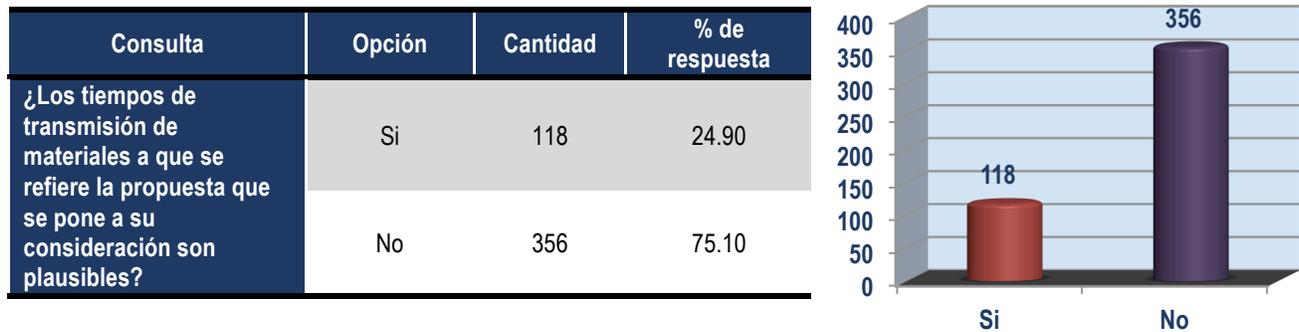
1. Actualmente, ¿cuál es la modalidad por la que le entregan promocionales los particulares o personas morales que contratan espacios en la pauta comercial de su concesionario/permisionario o las instituciones del Estado mexicano para ser transmitidos en tiempos comerciales o tiempos del Estado? Detalle el mecanismo (e.g. entrega directa en domicilio, servicios de mensajería física, portales de internet, vía satelital, etc.). Si la concesionaria o permisionaria a su cargo recibe o distribuye promocionales vía electrónica (internet) o a través de un satélite, explique el proceso que sigue al respecto.

2. Mencione las razones, restricciones o imposibilidades técnicas y materiales que le impedirían recibir promocionales del IFE vía electrónica (internet) y/o satelital.

3. Manifieste los comentarios que considere pertinentes respecto del hecho de que las modalidades alternativas de entrega a que se refiere el proyecto que se pone a su consideración, sean optativas, en el sentido de que las mismas posibiliten o no, el desarrollo un mecanismo óptimo para facilitar el cumplimiento de las obligaciones que impone la legislación electoral.

Al respecto, se recibieron múltiples y diversas modalidades de respuestas, por lo que conviene representar en gráficos la sistematización de éstas:

1. El **75% de los concesionarios y permisionarios que emitieron una respuesta a la pregunta referente a si los tiempos para la transmisión de promocionales no son posibles**, tal como se indica en la siguiente tabla:

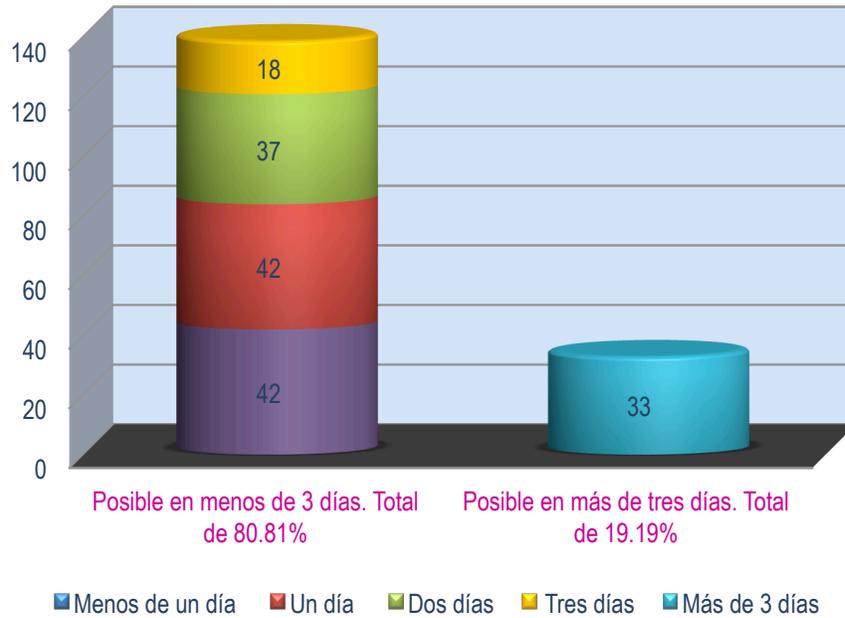


2. A pesar de la respuesta anterior, **resulta fundamental reconocer que de los concesionarios y permisionarios que sí contestaron puntualmente las respuestas del cuestionario, el 80.81% de los concesionarios y permisionarios que respondieron, manifestaron poder transmitir un promocional en menos de tres días**, como se muestra enseguida:

Consulta	Opción	Cantidad	% de respuesta
¿Cuál es el tiempo mínimo posible en la concesionaria/permisionaria a su cargo para transmitir un promocional, tomando en cuenta el tiempo que transcurre desde que se recibe el promocional, ya sea de carácter privado o de instituciones del Estado mexicano?	Menos de un día	42	24.42
	Un día	42	24.42
	Dos días	37	21.51
	Tres días	18	10.46
	Mayor a tres días	33	19.19

Es decir, existe una abierta contradicción con respecto a la pregunta anterior relativa al plazo propuesto en la reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión, pues en su operación los medios de comunicación reconocen que transmiten los promocionales, independientemente de que sean privados u de instituciones públicas, en un plazo similar a la propuesta reglamentaria.

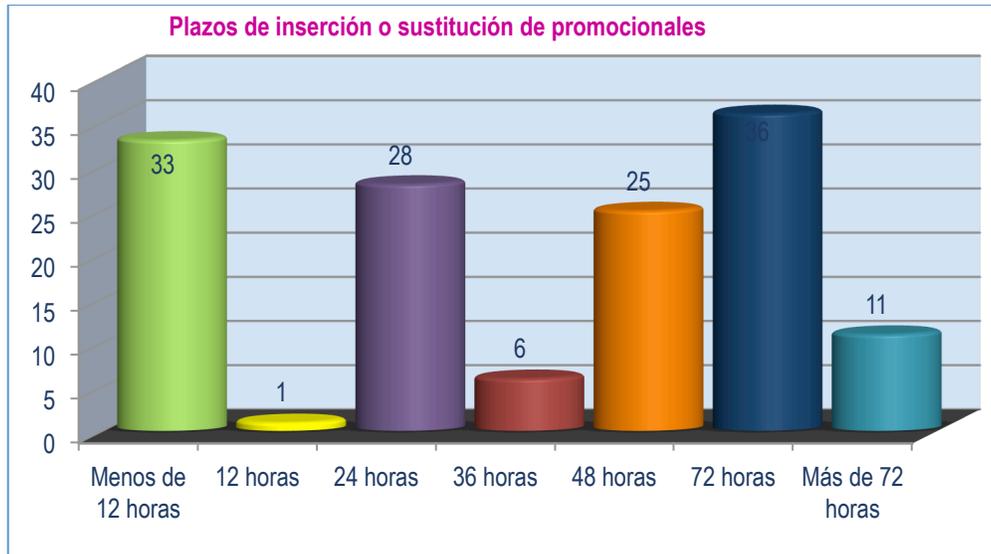
Tiempo mínimo posible para transmitir un promocional



3. Aunado a lo anterior, la siguiente tabla ilustra que el **92.14% de los concesionarios y permisionarios que respondieron manifiestan que pueden insertar un promocional en 72 horas o menos. Nuevamente, un plazo similar a la propuesta reglamentaria** referida.

Consulta	Opción	Cantidad	% de respuesta
10. Informe, con base en los planes comerciales o mecanismos formales de ventas de la concesionaria/permisionaria a su cargo, cuáles son los plazos de inserción o sustitución de promocionales.	Menos de 12 horas	33	23.57
	12 horas	1	0.71
	24 horas	28	20.00
	36 horas	6	4.29
	48 horas	25	17.86
	72 horas	36	25.71
	Más de 72 horas	11	7.86

En consecuencia, es posible afirmar que la reducción de plazo a 3 días es posible, no obstante la diversidad de procesos operativos y de dispositivos tecnológicos usados por los concesionarios y permisionarios del país, que van de la ingesta en minidisks (tecnología de tres generaciones anteriores) hasta la alta definición y operación de distintas emisoras a escala nacional, como se reflejó en la consulta.



4. A la pregunta expresa de “...cuál es el volumen máximo de promocionales distintos que la concesionaria/permisionaria a su cargo transmite en un día típico, incluyendo aquellos de carácter privado y de instituciones del Estado mexicano”, **resulta revelador que en promedio, una concesionaria o permisionaria transmite 219 promocionales (privados e institucionales del Estado mexicano) por día**, como se puede ver con precisión en la siguiente tabla. Los máximos alcanzados a esta pregunta llegaron a 800 promocionales, cifra muy superior a los 96 impactos que contiene una pauta electoral y, evidentemente mucho mayor al promedio de

versiones de promocionales transmitidos en el conjunto de elecciones analizadas capítulos atrás (137).

Consulta	Cifras reportadas	
Indique cuál es el volumen máximo de promocionales distintos que la concesionaria/permisionaria a su cargo transmite en un día típico, incluyendo aquellos de carácter privado y de instituciones del Estado mexicano.	Promedio	219

Ahora bien, conviene referenciar que si bien un gran número de los sujetos consultados respondieron los cuestionamientos hechos en el formulario antes citado, también hubo algunos que optaron por hacer pronunciamientos de carácter general, y que no por ello se dejaron desatendidos.

A continuación se presenta una síntesis de las conclusiones derivadas de las respuestas dadas al cuestionario y aquellas que fueron genéricas, así como de los argumentos y consideraciones que al respecto emite esta Junta General Ejecutiva:

#### **\*ANÁLISIS A LAS CONTESTACIONES DE LOS SUJETOS CONSULTADOS RESPECTO A LOS CUESTIONAMIENTOS TÉCNICOS REALIZADOS POR EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL**

En cuanto a los procesos de operación, la consulta realizada a concesionarios, permisionarios y especialistas, refleja una diversidad, que van de la ingesta en minidiscos (tecnología de tres generaciones anteriores) hasta la alta definición y operación de distintas emisoras a escala nacional.

De lo anterior, se desprende que existen distintos procesos que pueden ser utilizados para efectos de cumplir con lo establecido en la normatividad electoral, sin que se derive de ello que técnicamente o en materia de infraestructura, sea necesario contar con un procedimiento específico para cumplir con las disposiciones relacionadas con plazos o condiciones técnicas de transmisión.

Así, tras el análisis de las respuestas obtenidas, se considera que no existe impedimento para implementar las modificaciones al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión, por lo que éstas no implican una afectación general a los sujetos obligados. En este sentido, la diversidad de procesos no constituye un argumento válido para efectos de adecuación del citado Reglamento, pues ello sería reducir la emisión de disposiciones jurídicas a la creación de normas no generales sino aplicables a cada sujeto, causando una distinción en el trato para la aplicación de las obligaciones que no se encuentre justificada en una excepción.

En cuanto al tiempo que toma un proceso para transmitir un promocional, de la consulta realizada es de destacarse que en el 80.81% de las respuestas, los concesionarios y permisionarios manifestaron poder transmitir en menos de tres días, dato que resulta revelador en el sentido de que en su mayoría los sujetos obligados están en posibilidad de cumplir con lo establecido en las modificaciones al Reglamento propuestas, ello en virtud de que de las mismas se desprende que las órdenes de transmisión y materiales se entregarán con por lo menos 3 días de anticipación a la fecha en que deban transmitirse, situación aplicable en Proceso Electoral.

Al respecto, esta Autoridad es sensible a lo manifestado en la mayoría de las respuestas, lo que sustenta desde el punto de vista de los sujetos obligados las modificaciones que se discuten, aunado a las justificaciones que se desprenden del Dictamen de Factibilidad que presenta los datos puramente técnicos que soportan las reformas del Reglamento.

Respecto del tiempo necesario para insertar un promocional, cabe señalar que de la consulta realizada, el 92.14% de las respuestas manifiestan que dicha inserción toma 72 horas o menos, dato que es acorde con el Dictamen de Factibilidad elaborado por esta autoridad, específicamente por lo que hace a la sustitución de materiales, pues permite concluir que, aunado a los argumentos de carácter técnico que se desprenden del documento citado, los sujetos obligados, en su mayoría, tienen las capacidades necesarias para cumplir con los plazos que se derivan de la reforma reglamentaria.

Es importante señalar que los citados plazos (entrega de órdenes de transmisión y materiales) se adecuan a la realidad en que se ha desarrollado la administración de tiempos desde que se implementó el nuevo modelo de comunicación político-electoral, siendo coherentes con la experiencia desarrollada y, como se desprende de la consulta, con las posibilidades de concesionarios y permisionarios.

Ahora bien, no obstante lo antes referido, de las respuestas a la consulta se desprende una contradicción entre las contestaciones puramente técnicas y lo manifestado en relación a si las concesionarias o permisionarias consideraban que los tiempos de transmisión de materiales referidos en la propuesta eran plausibles, pues el 75.10% declararon que son difíciles, complejos, poco o nada viables.

Al respecto, se debe mencionar que, en su mayoría las respuestas recibidas no incluyeron documentación o elementos que sustentaran su dicho, sin embargo, con base en las manifestaciones recibidas relacionadas con los procesos que se siguen para transmitir un promocional, así como los tiempos para la inserción de un material, esta autoridad concluyó que era importante modificar los plazos originales a efecto de que el mínimo existente fuera de tres días previos a la transmisión para entregar materiales, lo que, como ya fue referido, cumplía con los señalamientos realizados por los sujetos obligados.

Siendo así, corresponde mencionar que, dada la contradicción derivada de la respuesta a las consultas realizadas, fue necesario centrarse en las opiniones técnicas y no en la pregunta genérica sobre la plausibilidad de los tiempos a que se refería la propuesta, pues esta última carecía de elementos técnicos que la sustentaran, no pudiéndose otorgar valor a la misma en términos de argumentación o motivación que acreditaran o desacreditaran la reforma reglamentaria.

Ahora bien, esta autoridad es consciente de las implicaciones o efectos que trae aparejada la reforma en términos de los plazos para transmitir. Al respecto, y exclusivamente por lo que hace a la cantidad de promocionales que pueden ser transmitidos por día, del Dictamen de Factibilidad se desprende que las circunstancias específicas del Proceso Electoral en puerta, así como de los periodos ordinarios, no existe una sobrecarga de promocionales que afecte el funcionamiento o la capacidad de reacción de los sujetos obligados, circunstancia que se ratifica si se toma en consideración que de las respuestas recibidas a la consulta, se desprende que, en promedio, una concesionaria o permisionaria transmite 219 promocionales por día.

Por lo que hace a la modalidad de entrega el proyecto puesto a consideración de los sujetos obligados, así como de los especialistas, incluía tres posibilidades de entrega, ya fuera domiciliar, vía electrónica o

vía satelital, estableciendo una diferencia en el plazo de entrega y por tanto de transmisión, derivada de la modalidad que fuera utilizada por el concesionario o permisionario, sin embargo una vez analizadas las respuestas recibidas, se determinó que, un 48.10% señalaron que la modalidad que utilizaban para recibir materiales era la entrega en domicilio, por lo que esta autoridad consideró que el proyecto de modificación debía basarse en dicho modo de entrega como el principal, eliminándose la distinción de plazos relacionada con la misma, por lo que sin importar el tipo de entrega, ésta deberá ser realizada al menos 3 días antes de la transmisión.

No obstante lo anterior, esta autoridad mantiene la posibilidad de que los sujetos obligados accedan a modelos alternativos de entrega de materiales, que agilicen su funcionamiento y el ejercicio de las atribuciones del Instituto, sin que tal circunstancia implique la obligación de concesionarios o permisionarios para acceder a tales alternativas, o que dicho acceso implique una ampliación al plazo concedido para transmitir.

Ahora bien, existe un consenso entre los consultados para que el Instituto Federal Electoral otorgue condiciones de mayor previsión y planeación en la entrega de órdenes de transmisión y en el formato de entrega de materiales, con base en ello, las modificaciones ahora propuestas, establecen con claridad los supuestos en los que se realizará una orden de transmisión semanal (periodo ordinario) o dos (periodo electoral), dándose atención a lo solicitado.

#### **\*ANÁLISIS DE RESPUESTAS GENÉRICAS.**

En cuanto a las opiniones contrarias a la modificación del Reglamento, que no dan contestación específica al cuestionario técnico, se basan en una argumentación general del porqué es improcedente el proyecto de reforma. Al respecto, las mismas se pueden englobar en los siguientes rubros:

1. **Disminución de plazos.**
2. **Necesidad de certeza en las órdenes de transmisión.**
3. **Modalidad de entrega de órdenes de transmisión y materiales.**
4. **Trato a permisionarios.**
5. **Derivación de la regulación en Lineamientos.**
6. **Permisionarias Privadas sin fines de lucro.**
7. **Falta de notificación de catálogos.**
8. **Reprogramación o reposición.**

#### **Disminución de los plazos**

Al respecto, manifiestan que no se tomó en cuenta la problemática a la que se enfrentan los concesionarios de radio y televisión para cumplir los tiempos que le son pautados, particularmente respecto de los recursos tecnológicos y humanos necesarios para cumplir con los mismos.

Asimismo, se hacen afirmaciones generales en cuanto a que la mayoría de las emisoras de radio y televisión no cuenta con los avances tecnológicos que les permitan cumplir con las obligaciones en materia electoral en tiempos más cortos, ya que tanto sus equipos, como su infraestructura humana son limitados.

Por otro lado, se argumenta que la autoridad no considera que las etapas que conforman el procedimiento para la transmisión de un promocional tienen verificativo en varios días.

Consideran que la reducción no toma en cuenta que los sujetos obligados no comparten las mismas características o naturaleza, como es el caso de concesionarios y permisionarios, radio y televisión, una o varias emisoras u operación central o local.

Al respecto, se debe mencionar que de conformidad con lo establecido por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, las afirmaciones de los sujetos consultados debían hacerse llegar con los elementos probatorios respectivos, situación que en general no se verificó respecto de los citados pronunciamientos, sin embargo, es importante señalar lo siguiente:

Como ya fue analizado, esta autoridad si considera los procesos operativos de los concesionarios y permisionarios que se encuentran obligados a otorgar tiempo en radio y televisión, tan es así, que en la consulta realizada se presenta un cuestionamiento específico dirigido a conocer tales circunstancias.

De las contestaciones recibidas, esta autoridad llegó a la conclusión de que la existencia de diversos procesos operativos, con naturaleza distinta no era impedimento para dar cumplimiento a las modificaciones al Reglamento de radio y televisión, pues resulta claro que, no obstante existir una gran diversidad, la mayoría de los sujetos consultados se manifestó respecto a una posibilidad técnica de inserción de materiales que encuadra dentro del plazo de notificación y entrega de materiales establecido en el proyecto reglamentario.

Lo anterior, también resulta de importancia en cuanto a la afirmación de que esta autoridad no contempla que las etapas de transmisión tienen verificativo en varios días, puesto que al haberse tomado en cuenta el hecho de que existen distintos procesos operativos, también se consideraron los tiempos existentes para transmitir promocionales, caso en el cual de las respuestas obtenidas se puede concluir que, en su mayoría, el periodo total para la transmisión no resulta mayor que los plazos establecidos en el proyecto de reforma de Reglamento.

No obstante, cabe señalar que en la propuesta que se pone a consideración existió una modificación en los plazos de entrega de órdenes de transmisión y materiales respecto del proyecto original, tendiente a adecuar los mismos a las realidades técnicas existentes, por lo que el proyecto que nos ocupa establece que desde la precampaña hasta el día de la jornada electoral, las entregas se realizarán con por lo menos tres días de anticipación a la transmisión y no dos.

Asimismo, por considerar el funcionamiento de las emisoras obligadas, específicamente en el caso de que los concesionarios tengan domicilio legal en una localidad distinta a aquella en que operen las emisoras respectivas, el proyecto de Reglamento contempla la posibilidad de transmitir un día natural después del vencimiento del plazo antes referido.

**Necesidad de certeza en las órdenes de transmisión**

De las manifestaciones genéricas recibidas, existía una amplia preocupación respecto de la posibilidad de notificar órdenes de transmisión y materiales cualquier día de la semana, pues en su consideración tal circunstancia generaba falta de certeza respecto del funcionamiento del modelo de comunicación político-electoral.

En este sentido, se recibieron opiniones en las cuales consideraban que tal falta de incertidumbre tiene relación directa con las distintas versiones de materiales que se tendrían que transmitir, así como de la posibilidad de tener que hacer ajustes diarios de programación.

Al respecto, cabe señalar que, de conformidad con lo concluido en el Dictamen de Factibilidad, tomando en consideración los topes mayores en cuanto a versiones de materiales, el Proceso Electoral 2011-2012, no presentará mayores diferencias a la alta, en cuanto al número de promocionales que se distribuyeron en los procesos que han sido administrados anteriormente, puesto que no necesariamente a mayor número de promocionales en la pauta, corresponde mayor número de versiones de los mismos, pues incluso en la experiencia existente, la mayor distribución de promocionales se ha presentado en procesos electivos no coincidentes.

No obstante, esta autoridad consideró que cualquier acción que favorezca la certeza en la aplicación de las disposiciones jurídicas es positiva, por lo que el proyecto que ahora se propone, establece que en periodos ordinarios se realizará una orden de transmisión a la semana, en tanto que, desde el inicio de las precampañas hasta el día de la jornada electoral, se elaborarán dos órdenes de transmisión semanales.

Lo anterior, si bien implica que no se podrán realizar las órdenes cualquier día de la semana, es congruente con la finalidad original perseguida, en tanto que se logra el dinamismo necesario que permita dar a conocer de forma pronta los mensajes de los partidos políticos.

**Modalidad de entrega de órdenes de transmisión y materiales**

De las respuestas genéricas que fueron recibidas, se desprende una inquietud respecto del alcance y operatividad de los modelos alternativos de entrega de materiales.

De las manifestaciones recibidas se puede destacar que existe una incertidumbre en cuanto a la aplicación de la entrega vía internet y satelital, por lo que establecer que los sujetos obligados tendrán que manifestar a la autoridad el modelo que deseen aplicar, puede conllevar cierta falta de certeza en la aplicación del ordenamiento reglamentario.

Aunado a lo anterior, en las respuestas referidas existe una preocupación sobre el tiempo necesario para implementar los mecanismos que permitieran dar recepción a las órdenes y materiales de forma electrónica o satelital.

Al respecto, el proyecto presentado a consulta a los sujetos obligados, no conllevaba una obligación de utilizar los medios alternativos de entrega, por lo que del mismo se desprendía que de no optar por un

medio electrónico o uno satelital se aplicaría el modelo de entrega en domicilio, mismo que de conformidad con las disposiciones aplicables, resultaría obligatorio para la autoridad.

No obstante, atendiendo las opiniones manifestadas, y tomando en cuenta que una gran parte de los sujetos obligados basan su funcionamiento en la recepción de materiales en domicilio, en el proyecto que se propone se modificó la redacción originalmente planteada a efecto de dejar en claro que dicho modo de entrega será el aplicable, y que solamente en caso de que los sujetos obligados quieran intentar hacer uso de uno alterno, lo harán del conocimiento de esta autoridad.

Asimismo, el proyecto que se pone a su consideración elimina la distinción de plazos relacionada con el tipo de modelo de entrega, quedando claro que sin importar este último, el plazo será el mismo.

#### **Trato a permisionarios**

Por lo que hace a este punto, se recibieron comentarios en el sentido de que existe un trato diferenciado para permisionarias y concesionarias, sin embargo tal aseveración es contradictoria con una de las manifestaciones más recurrentes, pues como ya se vio, también de las respuestas analizadas se desprende un malestar en tanto que esta autoridad no había considerado las circunstancias específicas de cada sujeto obligado.

Al respecto, es importante señalar que la actividad regulatoria, si bien debe considerar las realidades a que se enfrentan los diversos sujetos obligados, debe a su vez establecer con certeza supuestos normativos de carácter general, en este sentido, el tratamiento a permisionarios y concesionarios a lo largo del proyecto que se pone a consideración, es similar, sujetándolos a plazos y requisitos similares. Sin embargo, y a manera excepcional el proyecto considera que para hacer factible el modelo de comunicación político-electoral mandatado, es necesario adecuar sus alcances para dotarlo de un mayor cumplimiento.

Es por lo anterior, que se justifica la regulación propuesta, en cuanto a las obligaciones existentes para concesionarios y permisionarios, misma que tiene como finalidad dotar de aplicabilidad a las obligaciones derivadas del modelo constitucional y legal existente.

#### **Derivación de la regulación en Lineamientos**

De la lectura a las manifestaciones generales recibidas, se desprende una preocupación relacionada con la posibilidad de derivar en Lineamientos aspectos que, en su consideración, corresponden a ordenamientos de mayor jerarquía, tales como los Reglamentos o el propio Código.

Al respecto, manifiestan que con la emisión de diversos "Lineamientos" se pretende incluir disposiciones de observancia general que no deben delegarse en una regulación adicional, señalando que por la materia que se regularía, estos podrían incidir directamente en la operación de los modelos de transmisión.

Cabe señalar, que esta autoridad cuenta con las facultades necesarias para expedir ordenamientos técnicos que por su naturaleza tengan la jerarquía de Lineamientos, más aún cuando, tales Lineamientos pretenden dar claridad sobre la operación puramente técnica necesaria para dar cumplimiento a las

obligaciones derivadas del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, así como a las disposiciones procedimentales derivadas del Reglamento a reformar.

En este sentido se encuentran diversos ejemplos en el Sistema Jurídico Mexicano en cuanto a la posibilidad de aterrizar los conceptos técnicos, así como las características de diversos procedimientos, en ordenamientos cuya única finalidad es aclarar el funcionamiento de los mismos y así, otorgar certeza para el cumplimiento de las obligaciones existentes.

Por ello, la aseveración, de que tal hecho conlleva a una falta de certeza, es tanto, como afirmar que una Ley General carece de dicha característica al remitir las particularidades de un precepto a lo que prevea un Reglamento que se emita para tal efecto. Pues en términos de la técnica legislativa, la elaboración de un ordenamiento jurídico jerárquicamente por debajo de aquél que le da vida, no implica que sustituirá sus disposiciones en cuanto a plazos o fines, sino que únicamente detallará la forma en que estos serán aplicables, lo que permite un mayor dinamismo en la aplicación de las disposiciones normativas a cada caso concreto, salvaguardando la seguridad jurídica de aquellos sujetos de derecho a quienes les serán aplicadas.

No obstante lo anterior, esta autoridad realizó un nuevo análisis a la propuesta presentada a la luz de las inquietudes recibidas, así, dentro de las reglas sustantivas o transitorias no se incluyen mandatos relativos a la elaboración de Lineamientos que incidan directamente en la operación del modelo de transmisión, por lo que, en el ordenamiento propuesto se contemplan la totalidad de las reglas necesarias para brindar certeza a los sujetos obligados en relación con la funcionalidad en la transmisión de mensajes de los partidos políticos y autoridades electorales.

#### **Permisiónarias Privadas sin fines de lucro**

Una de las manifestaciones recibidas hace referencia a que en el proyecto de modificaciones al Reglamento se crean las “permisionarias privadas sin fines de lucro”, señalando que no existe alguna disposición legal que contemple a dicha figura, por lo que el Instituto se excede en sus facultades, arrojándose las de legislador, para efectos de dotar de existencia jurídica a tales permisionarios.

Asimismo, se señala que el proyecto crea un régimen de excepción al determinar que tendrán una pauta ajustada, elaborada a partir del informe de sus condiciones operativas.

Las opiniones contrarias al modelo descrito se perfilan en cuanto al hecho de que se coloca a las permisionarias referidas en una posición privilegiada frente a concesionarias y permisionarias que por su naturaleza tampoco tienen fines de lucro. Así, concluyen que la propuesta de reglamentación violenta los principios de legalidad, objetividad, certeza e imparcialidad de la función electoral.

Al respecto, cabe señalar que la propuesta de reglamentación no crea figuras jurídicas diversas, pues se encuentra basada en el principio de que la radiodifusión únicamente puede llevarse a cabo mediante sujetos que cuenten con una concesión o permiso, con base en ello el concepto de permisionarios privados sin fines de lucro, no implica una creación de una figura jurídica, sino el reconocimiento de las realidades específicas que se presentan para un grupo de permisionarios que, por sus características propias, no cuentan con presupuesto o ingresos de carácter público.

En este sentido, la regulación propuesta únicamente busca hacer factible la aplicación del modelo de comunicación político-electoral, para todos los sujetos implicados, haciéndose cargo de una

imposibilidad real en cuanto a las capacidades de las permisionarias referidas en comparación con los demás sujetos.

Siendo así, no obstante que los ordenamientos jurídicos deben caracterizarse por su generalidad, el reconocimiento de situaciones excepcionales no es contrario a su propia naturaleza, si el mismo se justifica con la necesidad de dotarlos de fortaleza y aplicabilidad.

Por ello, el régimen propuesto, más allá de crear figuras jurídicas en el ejercicio de atribuciones no contempladas en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, busca que el derecho de los partidos políticos de difundir sus mensajes en uso de prerrogativas de carácter constitucional, se ejerza a través de todas las emisoras de radio y televisión, pese a las circunstancias propias de cada una de ellas.

#### **Falta de notificación de catálogos**

Uno de los señalamientos recibidos, tiene relación con la falta de una disposición que mandate la obligación de la autoridad electoral para notificar el catálogo de emisoras de radio y televisión que cubran los procesos electorales, dado que únicamente se establece que los mismos serán publicados en el Diario Oficial de la Federación (en caso de procesos federales) o en las gacetas o periódicos oficiales de las entidades (procesos locales).

Al respecto, manifiestan que la falta de notificación personal implica que no exista certeza en relación con el régimen de transmisión a que se sujetan los concesionarios o permisionarios, al no estar seguros éstos respecto de sus obligaciones de transmisión.

A lo anterior, cabe mencionar que de conformidad con lo dispuesto por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como por el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, los concesionarios y permisionarios son sujetos obligados respecto de la transmisión de los promocionales de partidos políticos y autoridades electorales, así como respecto de las disposiciones relacionadas con la materia de radio y televisión.

Con base en esto, los mismos están obligados a dar cumplimiento a las disposiciones generales que debidamente publicadas causen efecto a terceros, pues bajo el principio de que la ignorancia de la ley no exime su cumplimiento, ningún sujeto que deba cumplir con los supuestos regulados puede alegar la falta de notificación de los mismos en su propio beneficio.

No obstante lo anterior, y tomando en cuenta la preocupación manifestada, así como lo señalado por el Comité de Radio y Televisión en las recomendaciones que hizo llegar respecto del proyecto de modificaciones al Reglamento, en la redacción del proyecto que se pone a su consideración se contempla el mandato a la autoridad para notificar los catálogos respectivos a concesionarios y permisionarios que se encuentren en ellos contemplados, así como publicarlos en su página de Internet.

#### **Reprogramación**

Por lo que hace a la reprogramación de pautas, se recibieron opiniones en el sentido de que el proyecto de Reglamento no era claro sobre su procedencia, en caso de que la omisión de transmisiones se diera por caso fortuito y fuerza mayor.

Al respecto, el proyecto que se pone a su consideración, desarrolla de manera exhaustiva los casos y requisitos de procedencia de la reprogramación, señalando los supuestos en que, debido a la circunstancia específica de cada caso, sea imposible o improcedente la misma.

Lo anterior, tiene como sustento el hecho de que la reposición o reprogramación tiene como finalidad garantizar el acceso a las prerrogativas de los partidos políticos y de los tiempos del estado por parte de las autoridades electorales, ello para dotar de la información necesaria a los ciudadanos que resultan los destinatarios últimos de las disposiciones constitucionales en la materia.

Siendo así, en caso de que la reprogramación o reposición no resulte efectiva para lograr los fines que la sustentan, el proyecto de Reglamento establece que no serán procedentes, ello con independencia de la posible imposición de sanciones por el incumplimiento que, en caso de no existir causa justificada, se verifique.

Asimismo, y para efectos de lo antes señalado, el proyecto de modificaciones al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral, contempla un catálogo de incidencias que incluye los supuestos en que se considerará que una omisión se basa en causa justificada, así como los supuestos que, en caso de presentarse, deberán ser valorados para efectos de determinar la procedencia o no de la reprogramación, con lo que se dota de mayor certeza a los sujetos obligados respecto de la naturaleza de las omisiones en que incurran.

En razón del Dictamen y consideraciones expresadas, y con fundamento en lo dispuesto por los artículos 41, párrafo 2, Base III y V de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 3, párrafo 1; 49; 50; 51; 52; 53; 54; 55; 56; 57; 58; 59; 60; 61; 62; 63; 64; 65; 66; 67; 68; 69; 70; 71; 72; 73; 74; 75; 76; 108, párrafo 1, inciso c); 121, párrafo 1; y 122, párrafo 1, incisos d) y o) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; 38, párrafo 1, inciso g) del Reglamento Interior del Instituto Federal Electoral; 4; 6, párrafo 2, incisos c), d) y e); y 65 del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral, la Junta General Ejecutiva del Instituto Federal Electoral emite el siguiente:

#### ACUERDO

**PRIMERO.** La Junta General Ejecutiva del Instituto Federal Electoral aprueba someter a la consideración del Consejo General el “Dictamen de la Junta General Ejecutiva del Instituto Federal Electoral sobre la Propuesta de Reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral”, así como la propuesta del Reglamento referido.

**SEGUNDO.** Se instruye a la Secretaría de la Junta General Ejecutiva para que, por su conducto, se comunique el presente Acuerdo al Consejo General del Instituto Federal Electoral, para los efectos señalados en el punto anterior.

**TERCERO.** Publíquese el presente Acuerdo en la Gaceta Oficial.

#### ANEXO UNO

#### REGLAMENTO DE RADIO Y TELEVISION EN MATERIA ELECTORAL

#### TITULO PRIMERO

#### Disposiciones preliminares

**Artículo 1***Del objeto y ámbito de aplicación*

1. El presente ordenamiento tiene por objeto establecer las normas conforme a las cuales se instrumentarán las disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, relativas al ejercicio de las prerrogativas de los partidos políticos en materia de acceso a la radio y a la televisión, así como a la administración de los tiempos destinados en dichos medios a los fines propios del Instituto Federal Electoral y los de otras autoridades electorales; así como a las prohibiciones que en dichos ordenamientos se establecen en materia de radio y televisión.
2. El presente Reglamento es de observancia general y obligatoria para el Instituto Federal Electoral, los partidos políticos, nacionales y locales, sus dirigentes, militantes, afiliados y simpatizantes, los concesionarios y permisionarios de estaciones de radio y canales de televisión, así como sus afiliadas, las autoridades electorales y no electorales, los aspirantes, los precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, así como para cualquier persona física o moral.

**Artículo 2***De los criterios de interpretación*

1. La interpretación de las disposiciones de este Reglamento se llevará a cabo conforme a los principios establecidos en el párrafo 2, del artículo 3 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.
2. Lo no previsto en el presente Reglamento será resuelto por el Consejo General, la Junta General Ejecutiva, la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, el Comité de Radio y Televisión; así como por la Comisión de Quejas y Denuncias, en sus respectivos ámbitos de competencia.

**Artículo 3***De la supletoriedad*

1. A falta de disposición expresa se aplicarán, en lo conducente, los ordenamientos previstos por el artículo 7-A de la Ley Federal de Radio y Televisión y la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral.

**Artículo 4***De los órganos competentes*

1. El Instituto Federal Electoral es la única autoridad facultada para la administración del tiempo que corresponde al Estado en radio y televisión, destinado a sus propios fines y a otras autoridades electorales, y al ejercicio de la prerrogativa otorgada en esta materia a los partidos políticos nacionales y locales.
2. Para tal efecto operará un Sistema Integral para la Administración de los Tiempos del Estado y ejercerá las facultades en materia de radio y televisión que le otorgan la Constitución Política

de los Estados Unidos Mexicanos, el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, el Reglamento de Quejas y Denuncias, y este Reglamento, por medio de los siguientes órganos:

- a) El Consejo General;
- b) La Junta General Ejecutiva;
- c) La Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos;
- d) El Comité de Radio y Televisión;
- e) La Comisión de Quejas y Denuncias, y
- f) Los vocales ejecutivos y Juntas Ejecutivas en los órganos desconcentrados, locales y distritales.

#### **Artículo 5**

##### *Del glosario*

1. Para los efectos del presente Reglamento, se entenderá:
  - a) Por lo que se refiere a los ordenamientos jurídicos:
    - I. Constitución: La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos;
    - II. Código: El Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales;
    - III. Ley: La Ley Federal de Radio y Televisión, y
    - IV. Reglamento: El Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.
  - b) Por lo que hace a las autoridades, organismos, órganos y dependencias:
    - I. Instituto: El Instituto Federal Electoral;
    - II. Consejo: El Consejo General del Instituto Federal Electoral;
    - III. Junta: La Junta General Ejecutiva del Instituto Federal Electoral;
    - IV. Secretaría Ejecutiva: La Secretaría Ejecutiva del Instituto Federal Electoral;
    - V. Dirección Ejecutiva: La Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos;
    - VI. Comité: El Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral;
    - VII. Secretario Técnico: El Secretario Técnico del Comité;
    - VIII. Autoridades electorales: Las autoridades administrativas y jurisdiccionales electorales federales o de las entidades federativas, según se indique;
    - IX. Juntas: Las Juntas Ejecutivas del Instituto, Locales y Distritales;
    - X. Vocales: Los Vocales Ejecutivos de las Juntas Locales o Distritales del Instituto en las entidades federativas;
    - XI. RTC: La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, y
    - XII. COFETEL: La Comisión Federal de Telecomunicaciones.

- c) Por lo que hace a la terminología:
- I. Afiliada: Estación de radio o canal de televisión que, mediante un contrato de representación o cualquier otro medio, es autorizada por un concesionario o permisionario, denominado afiliante, a transmitir la totalidad o parte de la programación de este último, sin cortes comerciales por un horario determinado y para una zona específica;
  - II. Cobertura: Toda área geográfica en donde la señal de los canales de televisión y estaciones de radio sea escuchada o vista;
  - III. Concesionario: Persona física o moral titular, bajo la modalidad de concesión, de derechos de uso, aprovechamiento y explotación con fines comerciales sobre el espectro radioeléctrico;
  - IV. Concesionario de televisión restringida: Persona física o moral que cuente con las concesiones previstas por las fracciones II o IV del artículo 11 de la Ley Federal de Telecomunicaciones, y que comprenda la prestación de servicios de televisión o audio restringidos.
  - V. Días: Los naturales, salvo cuando por disposición expresa se disponga que los mismos sean hábiles;
  - VI. Entidad federativa: Cada uno de los Estados libres y soberanos que conforman la Federación, en términos del artículo 43 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y el Distrito Federal;
  - VII. Esquema de corrimiento de horarios vertical: Asignación continua y en orden sucesivo de los mensajes de los partidos políticos, dentro de los horarios de transmisión de los mensajes a que se refiere el Código, hasta concluir, siguiendo el mismo procedimiento, con la totalidad de los mensajes que correspondan a los partidos políticos durante el periodo de que se trate;
  - VIII. Intercampañas: El periodo que transcurre del día siguiente al que terminan las precampañas relativas a un cargo de elección popular, al día anterior al inicio de las campañas correspondientes;
  - IX. Mapa de cobertura: Instrumento técnico, legal, idóneo y pertinente elaborado por el Instituto con la colaboración de la COFETEL y las demás autoridades competentes, que determina las áreas geográficas donde la señal es escuchada o vista y constituye la base para la elaboración de los Catálogos que aprueba el Comité; conforme a las normas aplicables, así como su alcance efectivo.
  - X. Materiales: Programas mensuales y promocionales realizados por los partidos políticos, y/o promocionales realizados por el Instituto o las autoridades electorales, fijados o reproducidos en los medios de almacenamiento y formatos que determine el Instituto, para su transmisión en términos de lo que dispone la Constitución y el Código;

- XI.** Orden de transmisión: Instrumento, complementario a la pauta, en el que se precisa la versión de los promocionales que corresponde a los espacios asignados en la pauta a los partidos políticos y a las autoridades electorales;
- XII.** Pauta: Documento técnico en el que se distribuye el tiempo, convertido a número de mensajes, que corresponde a los partidos políticos y a las autoridades electorales en un periodo determinado, precisando la estación de radio o canal de televisión, la hora o rango en que debe transmitirse cada mensaje, y el partido político o autoridad electoral al que corresponde;
- XIII.** Periodo ordinario: Aquel distinto al periodo que inicia con las precampañas y concluye con la celebración de la jornada electoral;
- XIV.** Permisionario: Persona física o moral titular, bajo la modalidad de permisos, de derechos de uso, aprovechamiento y explotación sobre el espectro radioeléctrico, con fines oficiales, culturales, de experimentación y/o educativos;
- XV.** Permisionario de televisión restringida: Persona física o moral que conforme al artículo 31, fracción I, de la Ley Federal de Telecomunicaciones, y de acuerdo con las disposiciones reglamentarias a que se refiere el artículo 54 del mismo ordenamiento, cuente con permiso para establecer, operar y explotar una comercializadora de servicios de telecomunicaciones, que comprenda la prestación de servicios de televisión o audio restringidos;
- XVI.** Permisionario privado sin fines de lucro: Permisinaria comunitaria privada, operada por asociaciones civiles sin fines de lucro que, sirviendo a sus comunidades, no cuentan con techo presupuestal público ni con autorización para obtener ingresos por transmisiones de anuncios comerciales.
- XVII.** Portal IFE: Página electrónica dentro del sitio de Internet del Instituto, habilitada para el efecto de que los concesionarios y permisionarios puedan disponer de los materiales, las pautas y las órdenes de transmisión;
- XVIII.** Programa mensual: Producción de audio y/o video de cada partido político con una duración de 5 minutos a que se refiere la Constitución y el Código;
- XIX.** Promocional o mensaje: Producción de audio y/o video con una duración de 20 ó 30 segundos, en el caso de autoridades electorales, y de 20 segundos, 30 segundos, 1 ó 2 minutos, para el caso de los partidos políticos;
- XX.** Zona conurbada: Área metropolitana conurbada intermunicipal e interestatal determinada por la autoridad electoral correspondiente, para fines electorales, en consulta con las autoridades competentes.

## Artículo 6

*De las atribuciones de los órganos competentes del Instituto*

1. Son atribuciones del Consejo General:

- a) Vigilar de manera permanente que el Instituto ejerza sus facultades como autoridad única en la administración del tiempo que corresponde al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines, a los de otras autoridades electorales, federales y locales, y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales y locales, de conformidad con lo establecido en el Código, otras leyes aplicables y este Reglamento;
  - b) Ordenar la operación, instrumentación y alcance de monitoreos para verificar el cumplimiento de las pautas de transmisión, así como de las normas aplicables respecto de la propaganda política y electoral que se difunda por radio y televisión.
  - c) Aprobar el Acuerdo que establezca la metodología y el catálogo de noticieros para el monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas que difundan noticias en radio y televisión;
  - d) Ordenar la realización de monitoreos de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales federales en los programas que difundan noticias en radio y televisión;
  - e) Aprobar los mecanismos y medios informativos en que se harán públicos los resultados del monitoreo a que se refiere el artículo 76, párrafo 8 del Código;
  - f) Aprobar el Acuerdo mediante el cual se asignen tiempos en radio y televisión a las autoridades electorales, federales o locales, fuera y dentro de los procesos electorales federales y locales;
  - g) Ordenar la publicación y difundir los catálogos de estaciones de radio y canales de televisión a que se refieren el artículo 44 de este Reglamento;
  - h) Reunirse, a más tardar el 20 de septiembre del año anterior al de la elección federal, con los organismos que agrupen a los concesionarios y permisionarios de radio y televisión, para presentar las sugerencias de Lineamientos Generales aplicables a los programas en radio y televisión que difundan noticias respecto de la información o difusión de las actividades de precampaña y campaña de los partidos políticos;
  - i) Atraer a su competencia los asuntos que por su importancia lo requieran en materia de acceso a radio y a televisión, y
  - j) Asignar en forma trimestral el tiempo en radio y televisión destinado a sus propios fines y de otras autoridades electorales.
2. Son atribuciones del Comité:
- a) Aprobar las pautas de transmisión correspondientes a programas mensuales y promocionales de los partidos políticos tanto para periodos ordinarios como para procesos electorales, formuladas por la Dirección Ejecutiva;
  - b) Conocer y en su caso, modificar los modelos de distribución que presenten las autoridades electorales locales, para la transmisión de los promocionales de los partidos políticos con motivo de los procesos electorales locales;
  - c) Conocer y aprobar los demás asuntos que en la materia conciernan en forma directa a los partidos políticos;

- d) Aprobar los mapas de cobertura de todas las estaciones de radio y canales de televisión, así como su alcance efectivo;
  - e) Ordenar al titular de la Dirección Ejecutiva y/o a los Vocales realizar las notificaciones de las pautas, y entrega o puesta a disposición órdenes de transmisión y materiales respectivos a los concesionarios y permisionarios;
  - f) Interpretar el Código y el Reglamento en lo que se refiere a la administración del tiempo en radio y televisión destinado a los partidos políticos;
  - g) Resolver las consultas que le sean formuladas sobre la aplicación de las disposiciones del Código y el Reglamento respecto de asuntos que en la materia conciernan en forma directa a los partidos políticos;
  - h) Proponer a la Junta reformas al Reglamento;
  - i) Definir los mecanismos y unidades de medida para la distribución de los tiempos que correspondan a los partidos políticos, tanto en periodos electorales como fuera de ellos.
  - j) Proponer al Consejo la metodología y catálogo de noticieros para el monitoreo de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales federales en los programas en radio y televisión que difundan noticias;
  - k) Proponer al Consejo, con la coadyuvancia de la Secretaría Ejecutiva, la propuesta de sugerencia de Lineamientos generales aplicables a los noticieros respecto de la información de las actividades de precampaña y campaña federales de los partidos políticos; y
  - l) Elaborar y aprobar los catálogos de estaciones de radio y canales de televisión a que se refieren los artículos 44 y 48 del presente Reglamento.
2. Son atribuciones de la Junta:
- a) Conocer y en su caso, modificar las pautas que le presenten las autoridades electorales federales o locales respecto del uso del tiempo que les corresponda en radio y televisión;
  - b) Aprobar las pautas para la asignación del tiempo que corresponda al Instituto, así como a las demás autoridades electorales en radio y televisión;
  - c) Interpretar el Código y el Reglamento en lo que se refiere a la administración del tiempo en radio y televisión destinado a los fines del Instituto y de las demás autoridades electorales;
  - d) Resolver las consultas que le sean formuladas sobre la aplicación de las disposiciones del Código y el Reglamento, en lo que se refiere a la administración del tiempo en radio y televisión destinado a los fines del Instituto y de las demás autoridades electorales, y
  - e) Someter a consideración del Consejo las propuestas de modificación al Reglamento.
3. Son atribuciones de la Dirección Ejecutiva:

- a) Elaborar y presentar al Comité las pautas para la asignación del tiempo que corresponde a los partidos políticos en radio y televisión;
  - b) Elaborar y presentar a la Junta las pautas para la asignación del tiempo que corresponde al Instituto y a otras autoridades electorales en radio y televisión;
  - c) Elaborar y presentar al Consejo las pautas de reposición que correspondan a los partidos políticos y/o a las autoridades electorales;
  - d) Establecer los mecanismos necesarios para entregar a los concesionarios y permisionarios de radio y televisión los materiales y órdenes de transmisión;
  - e) Requerir a los concesionarios y permisionarios en caso de presuntos incumplimientos a las pautas notificadas por el Instituto;
  - f) Auxiliar a los Vocales en la verificación del cumplimiento de las pautas de transmisión correspondientes, así como de las normas aplicables respecto de la propaganda electoral que se difunda por radio y por televisión;
  - g) Proponer el diseño de la propuesta de Lineamientos al Comité que sugerirá a los organismos que agrupen a concesionarios y permisionarios respecto de la información o difusión de las precampañas y campañas electorales;
  - h) Elaborar y actualizar una vez al año, con el apoyo de las autoridades competentes, los mapas de cobertura de todas las estaciones de radio y canales de televisión, así como su alcance efectivo;
  - i) Dar vista a la Secretaría del Consejo respecto del incumplimiento de concesionarios y permisionarios a su obligación de transmitir los mensajes de partidos políticos y autoridades electorales, así como en los casos en que tenga conocimiento de la adquisición de tiempos en radio y televisión con fines electorales, o de la difusión de propaganda contraria a la normatividad, para que se inicien los procedimientos sancionatorios conforme a lo dispuesto en el Código;
  - j) Resolver las consultas, en el ámbito de su competencia, que le sean formuladas sobre la aplicación de las disposiciones del Código y el Reglamento formuladas por los partidos políticos y las autoridades electorales, y
  - k) Cumplir con los mandatos del Comité y de la Junta.
4. Son atribuciones de las Juntas Locales:
- a) Establecer en su ámbito territorial, la coordinación con las autoridades electorales locales para garantizar el acceso a radio y televisión de los partidos políticos durante las precampañas y campañas locales y para el uso de esos medios por parte de dichas autoridades electorales. El Vocal será el vínculo entre la Junta Local respectiva y la autoridad electoral local que corresponda;
  - b) Asistir a las autoridades electorales locales en la elaboración de sus pautas y demás acciones relativas a implementar el ejercicio de las prerrogativas a que tienen derecho los partidos políticos;

- c) Fungir como enlace entre el Instituto y las autoridades electorales de la entidad de que se trate; representaciones estatales de los partidos políticos; partidos políticos locales, y concesionarios y permisionarios de radio y televisión de la entidad federativa de su competencia;
  - d) Notificar las pautas aprobadas por el Comité y/o la Junta, según fuere el caso, a los concesionarios y permisionarios en la entidad federativa que corresponda, con el apoyo de las Juntas Distritales;
  - e) Entregar las órdenes de transmisión y los materiales a los concesionarios y permisionarios de la entidad federativa de su competencia, conforme a lo previsto en el artículo 40 del presente Reglamento;
  - f) Coadyuvar con la Dirección Ejecutiva dentro de su ámbito de competencia, en la verificación del cumplimiento de las pautas por parte de los concesionarios y permisionarios de la entidad federativa;
  - g) Operar y administrar los Centros de Verificación y Monitoreo ubicados en la entidad;
  - h) Notificar requerimientos a los concesionarios y permisionarios en caso de presuntos incumplimientos a las pautas, e informar a la Dirección Ejecutiva sobre dichos incumplimientos, para que determine la procedencia de dar vista a la Secretaría del Consejo para el inicio de procedimientos sancionadores en términos de lo establecido en el Libro Séptimo del Código.
  - i) Resolver todo lo concerniente a los avisos de concesionarios y permisionarios para la reprogramación por fallas técnicas y transmisión especial durante programación sin cortes, de conformidad con los artículos 52 y 55 del Reglamento, respectivamente;
  - j) Fungir como autoridades auxiliares, tanto del Comité como de la Junta y de la Secretaría Ejecutiva, así como de los demás órganos competentes del Instituto, para los actos y diligencias que les sean instruidos, e
  - k) Informar al Comité y/o a la Junta, por medio de su Secretario, de todas las acciones que considere adecuadas para la efectiva implementación de las disposiciones en materia de radio y televisión en la entidad federativa de que se trate.
5. Son atribuciones de las Juntas Distritales:
- a) Coadyuvar con la Junta Local correspondiente, en la verificación del cumplimiento de las pautas por parte de los concesionarios y permisionarios de la entidad federativa;
  - b) Auxiliar a la Junta Local correspondiente en la notificación de las pautas aprobadas por el Comité y/o la Junta, según fuere el caso, a los concesionarios y permisionarios de la entidad federativa, y
  - c) Auxiliar a la Junta Local correspondiente en la entrega de las órdenes de transmisión y los materiales a los concesionarios y permisionarios que así lo soliciten conforme a lo previsto en el artículo 40 del presente Reglamento.

#### **Artículo 7**

*De las bases de acceso a la radio y la televisión en materia política y electoral*

1. El Instituto es la única autoridad competente para ordenar la transmisión de propaganda política o electoral en radio o televisión, para el cumplimiento de sus propios fines, de otras autoridades electorales federales o locales, y de los partidos políticos.
2. Los partidos políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión. Tampoco podrán contratar los dirigentes y afiliados a un partido político, o cualquier ciudadano, para su promoción personal con fines electorales.
3. Ninguna persona física o moral distinta al Instituto, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar u ordenar la transmisión de propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular.
4. La propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social que difundan como tales los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la Administración Pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público. Lo anterior, sin perjuicio de lo previsto en el artículo 228, párrafo 5 del Código.
5. Durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental, tanto de los poderes federales y estatales, como de los municipios, órganos de gobierno del Distrito Federal, sus delegaciones y cualquier otro ente público. Las únicas excepciones a lo anterior serán las campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia. En caso de incumplimiento, se procederá en términos del Libro Séptimo del Código.
6. La propaganda y mensajes que en el curso de las precampañas y campañas electorales difundan por radio y televisión los partidos políticos se ajustarán a lo dispuesto por el primer párrafo del artículo 6, de la Constitución y por el artículo 233 del Código.
7. Los concesionarios de estaciones de radio y canales de televisión se abstendrán de comercializar el tiempo no asignado por el Instituto; los permisionarios no podrán utilizar los tiempos no asignados por el Instituto para patrocinios o contenidos similares.
8. La suspensión de la propaganda gubernamental a que se refiere el numeral 5 de este artículo, es aplicable a toda estación de radio y canal de televisión cuya señal sea escuchada o vista en la entidad en la que se esté desarrollando el Proceso Electoral.

## **TITULO SEGUNDO**

De la administración del tiempo en radio y televisión

### **Capítulo I**

De la administración de los tiempos en radio y televisión en periodos ordinarios

#### **Artículo 8**

*De la asignación de tiempos*

1. Durante los periodos ordinarios, el Instituto administrará hasta el 12 por ciento del tiempo total del Estado en radio y televisión, conforme a las leyes y bajo cualquier modalidad de dicho tiempo.
2. Del tiempo total de que disponga el Instituto durante los periodos ordinarios, el 50 por ciento se asignará a los partidos políticos nacionales y locales y el restante al Instituto para sus propios fines y los de otras autoridades electorales.
3. El tiempo que corresponda a los partidos políticos nacionales y locales en las emisoras se distribuirá de forma igualitaria. Se entenderá por un esquema de distribución igualitaria, aquel que procure un reparto del mismo número de promocionales en las estaciones de radio y canales de televisión en el periodo.

#### **Artículo 9**

*De la distribución de tiempos de los partidos políticos y las autoridades electorales*

1. Del tiempo que dispongan los partidos políticos nacionales y locales en las estaciones de radio y canales de televisión, éstos tendrán derecho a un programa mensual con duración de 5 minutos, y el tiempo restante será destinado a la transmisión de mensajes de 20 segundos cada uno.
2. En el caso de los permisionarios, en los días de la semana en que se transmita el programa mensual, no les serán asignados tiempos al resto de los partidos ni a las autoridades electorales. En los días restantes de la semana, se destinará a las autoridades electorales el tiempo necesario para igualar el tiempo utilizado para los programas mensuales.
3. En el caso de los concesionarios, en los días de la semana en que se transmita el programa mensual el Instituto dispondrá en exclusiva, para sus propios fines y los de otras autoridades electorales, del tiempo restante en las estaciones de radio y canales de televisión. Los días en que no haya transmisión de los programas mensuales de los partidos políticos nacionales, se asignarán al Instituto y a las demás autoridades electorales los tiempos que les hubieren correspondido los días en que se transmitieron dichos programas, de tal forma que en cada periodo se atienda a los porcentajes de distribución de tiempo establecidos en el párrafo 2 del artículo anterior.
4. La Junta aprobará la duración de los promocionales de las autoridades electorales, la cual podrá comprender unidades de medida de 20 ó 30 segundos, en el entendido de que todos los promocionales se ajustarán a una sola unidad de medida.
5. El horario de transmisión de los promocionales a que se refiere este Capítulo será el comprendido entre las 6:00 y las 24:00 horas.

#### **Artículo 10**

*De las pautas de periodos ordinarios*

1. El Comité aprobará en forma semestral las pautas de los mensajes de los partidos políticos que elabore la Dirección Ejecutiva.
2. Las pautas de los promocionales destinados a los fines del propio Instituto y de las demás autoridades electorales serán aprobadas por la Junta en forma semestral, y podrán ser modificadas con motivo de la asignación trimestral de tiempos a autoridades electorales.
3. Las pautas de los promocionales a que se refiere este Capítulo se transmitirán en tres franjas horarias: la franja matutina, que comprende de las 06:00 a las 12:00 horas; la franja vespertina, de las 12:00 a las 18:00 horas, y la franja nocturna, de las 18:00 a las 24:00 horas.
4. El Instituto asignará los horarios de transmisión entre los partidos políticos nacionales y locales en forma igualitaria durante la vigencia del pautado, con base en:
  - a) Un sorteo semestral que servirá para definir el orden sucesivo en que se transmitirán los promocionales de 20 segundos de los partidos políticos, así como en un esquema de corrimiento de horarios vertical, mediante el cual asignará a los partidos políticos los mensajes que correspondan a cada uno de ellos dentro del pautado para las estaciones de radio y canales de televisión, y
  - b) Un sorteo semestral que servirá para definir el orden sucesivo en que se transmitirán los programas mensuales de los partidos políticos, asignando a éstos los programas que correspondan a cada uno de ellos dentro del pautado para las estaciones de radio y canales de televisión.

**Artículo 11***De los tiempos de las autoridades electorales locales en periodos ordinarios*

1. El Consejo asignará trimestralmente tiempos en radio y televisión a las autoridades electorales locales que lo soliciten, considerando el tiempo disponible, las necesidades de difusión del Instituto y la propuesta de las autoridades electorales.
2. Las autoridades electorales locales deberán entregar a la Dirección Ejecutiva las solicitudes de tiempo en radio y televisión que requieran para el cumplimiento de sus fines, con 30 días de anticipación al inicio del trimestre correspondiente. Las solicitudes que sean presentadas con posterioridad al plazo establecido serán atendidas en el siguiente trimestre.
3. Las autoridades deberán entregar los materiales que serán transmitidos durante el periodo, de conformidad con los calendarios de materiales y órdenes de transmisión que determine la Junta.
4. Los promocionales de las autoridades electorales locales en las pautas a que se refiere este Capítulo se distribuirán de acuerdo a la asignación de tiempos que apruebe el Consejo.
5. Los promocionales de las autoridades electorales locales serán transmitidos en las estaciones de radio y canales de televisión con cobertura en la entidad federativa en que tenga jurisdicción la autoridad local respectiva.

## Capítulo II

Disposiciones comunes para la administración de los tiempos en radio y televisión en procesos electorales

### Artículo 12

*Del tiempo que corresponde administrar al Instituto desde el inicio de las precampañas y hasta la jornada electoral*

1. Desde el inicio del periodo de precampaña electoral federal o local y hasta el día en que se celebre la jornada electoral, el Instituto administrará 48 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión que cubran la elección, que serán distribuidos en dos y hasta tres minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión, en el horario de programación referido en el artículo 55 del Código.
2. En los casos en que una estación de radio o canal de televisión transmita menos horas de las comprendidas en el horario antes indicado, se utilizarán 3 minutos por cada hora de transmisión. Las emisoras que actualicen dicho supuesto deberán informarlo a la Dirección Ejecutiva al menos 30 días previos al inicio de la vigencia de la pauta correspondiente, remitiendo la autorización de la autoridad competente, para que se le notifique una pauta ajustada.
3. Independientemente del número de horas de transmisión en que opere la emisora, durante las campañas electorales, deberán destinarse para cubrir el derecho de los partidos políticos al menos el 85 por ciento del tiempo total disponible.

### Artículo 13

*Del periodo único de acceso a radio y televisión en precampañas y campañas electorales*

1. Dentro de cada Proceso Electoral Local, los partidos políticos accederán a sus prerrogativas de radio y televisión en un periodo único y conjunto para sus precampañas, y en otro periodo único y conjunto para sus campañas.
2. Independientemente del número de precampañas y campañas por tipo de elección que prevea cada legislación local, el Instituto administrará los tiempos de Estado que correspondan a los partidos políticos para sus precampañas durante un único periodo que no podrá exceder los plazos máximos que señala el artículo 116, párrafo IV, inciso j) de la Constitución, según sea el caso.
3. En caso de que las legislaciones locales prevean la celebración de precampañas tanto para gobernador como para diputados o ayuntamientos, en el periodo único a que se refiere el párrafo anterior quedarán comprendidas todas las precampañas independientemente de su duración específica.

### Artículo 14

*De la duración de los promocionales de partidos políticos y autoridades electorales*

1. El Comité aprobará la duración de los promocionales de los partidos políticos la cual podrá comprender unidades de medida de 30 segundos, de 1 ó 2 minutos, en el entendido de que todos los partidos políticos se sujetarán a una misma unidad de medida.

2. La Junta aprobará la duración de los promocionales de las autoridades electorales, la cual podrá comprender unidades de medida de 20 ó 30 segundos, en el entendido de que todos los promocionales se ajustarán a una sola unidad de medida.

**Artículo 15***De la distribución de promocionales entre partidos políticos*

1. El tiempo en radio y televisión que corresponda a los partidos políticos, convertido a número de promocionales, se distribuirá conforme al siguiente criterio:
  - a) 30 por ciento del total, en forma igualitaria, y
  - b) El 70 por ciento restante, en proporción al porcentaje de votos obtenido por cada partido político en la elección federal o local de diputados, según sea el caso, inmediata anterior.
2. Los partidos políticos de nuevo registro no participarán en la asignación del 70 por ciento de tiempo a que se refiere el inciso b) del párrafo anterior.
3. En caso de que existan fracciones sobrantes, éstas serán entregadas al Instituto para efectos de lo previsto en el párrafo 5 del artículo 57 del Código. Las fracciones sobrantes no podrán ser redondeadas, transferibles ni acumulables entre los partidos políticos y/o coaliciones participantes, salvo por lo que señala el siguiente párrafo.
4. El tiempo sobrante de la asignación podrá ser optimizado, en la medida y hasta que dicho sobrante permita incrementar el número de mensajes de forma igualitaria a todos los partidos o coaliciones contendientes. La asignación del resultado de la optimización deberá aplicarse al porcentaje igualitario a que tienen derecho los partidos políticos.
5. Si por cualquier causa un partido político o coalición, sus militantes y precandidatos a cargos de elección popular debidamente registrados por cada partido no realizan actos de precampaña electoral, los tiempos a que tengan derecho serán utilizados para la difusión de mensajes genéricos del partido político de que se trate.

**Artículo 16***De la distribución de los promocionales de las coaliciones*

1. De conformidad con lo previsto por el artículo 98, numerales 3 a 7 del Código, la asignación del tiempo a las coaliciones se hará de la siguiente manera:
  - a) A la coalición total le será otorgado tiempo en cada una de las estaciones de radio y canales de televisión que cubran la elección, en el 30 por ciento que corresponda distribuir en forma igualitaria. Para tal efecto, la coalición será considerada como un solo partido, quedando identificado en la pauta como tal;
  - b) Cada uno de los partidos integrantes de la coalición total participará en la distribución del 70 por ciento que corresponda distribuir en forma proporcional, de manera individual, conforme a su fuerza electoral, y,

- c) Tratándose de coaliciones parciales, cada partido coaligado accederá a su respectiva prerrogativa en radio y televisión, ejerciendo sus derechos por separado, en los términos establecidos por el Código y el Reglamento.
2. En los casos de coaliciones integradas con motivo de procesos electorales locales, el Comité determinará la aplicación de la presente disposición, con la finalidad de que sean asignados los tiempos correspondientes.

#### **Artículo 17**

##### *De la distribución de promocionales en la pauta*

1. El Comité distribuirá entre los partidos políticos y en su caso, coaliciones los promocionales que correspondan a cada uno de ellos dentro del pautado para las estaciones de radio y canales de televisión que cubran la elección, con base en un sorteo que servirá para definir el orden sucesivo en que se transmitirán a lo largo del Proceso Electoral de que se trate, y en el esquema de asignación que apruebe al efecto.

#### **Artículo 18**

##### *De los tiempos de las autoridades electorales federales y locales*

1. El Consejo asignará tiempos en radio y televisión a las autoridades electorales que lo soliciten para el periodo comprendido entre el inicio de la precampaña y la celebración de la jornada electoral. Para lo anterior, considerará el tiempo disponible, las necesidades de difusión del Instituto y la propuesta de las autoridades electorales.
2. Las autoridades electorales deberán presentar a la Dirección Ejecutiva las solicitudes de tiempo en radio y televisión que requieran para el cumplimiento de sus fines, con 30 días de anticipación al inicio de la etapa del Proceso Electoral de que se trate. Las solicitudes que sean presentadas con posterioridad al plazo establecido serán atendidas en la siguiente etapa del Proceso Electoral correspondiente.
3. Las autoridades electorales deberán entregar los materiales que serán transmitidos durante el periodo, de conformidad con los calendarios de materiales y órdenes de transmisión que determine la Junta.
4. Los promocionales de las autoridades electorales en las pautas a que se refiere este Capítulo se distribuirán de acuerdo a la asignación de tiempos que apruebe el Consejo.
5. La Junta distribuirá los promocionales de las autoridades electorales en las pautas de acuerdo a la asignación de tiempos que apruebe el Consejo.

#### **Artículo 19**

##### *Del periodo comprendido de intercampañas*

1. Durante intercampañas, el Instituto dispondrá de 48 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión que cubran la elección de que se trate.
2. El tiempo referido en el párrafo que antecede será destinado para el cumplimiento de los fines propios del Instituto y de otras autoridades electorales.

**Artículo 20**

*Del periodo comprendido entre la conclusión de las campañas y la celebración de la jornada electoral*

1. Durante el periodo comprendido a partir del día siguiente a la fecha que concluyan las campañas federales y locales y hasta el término de la jornada electoral, el Instituto dispondrá de 48 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión que cubran la elección de que se trate.
2. El tiempo referido en el numeral que antecede será destinado para el cumplimiento de los fines propios del Instituto y de otras autoridades electorales.

**Capítulo III**

De la administración de los tiempos en radio y televisión en los procesos electorales federales

**Artículo 21**

*Del tiempo disponible para partidos políticos y autoridades electorales durante las precampañas federales*

1. Durante el periodo de precampaña federal, los partidos políticos dispondrán, en conjunto, de 18 minutos diarios para la transmisión de mensajes, a razón de un minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión que cubran la elección.
2. Durante el periodo de precampaña federal, el Instituto dispondrá para sus propios fines y los de otras autoridades electorales de 30 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión que cubran la elección.

**Artículo 22**

*Del tiempo disponible para partidos políticos y autoridades electorales durante las campañas federales*

1. El Instituto destinará a los partidos políticos, durante la duración de las campañas, 41 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión que cubran la elección.
2. Durante el periodo de campaña, el Instituto dispondrá para sus propios fines y los de otras autoridades electorales de 7 minutos diarios.

**Capítulo IV**

De la administración de los tiempos en radio y televisión en procesos electorales locales con jornada comicial coincidente con la federal

**Artículo 23**

*De la asignación durante el periodo de precampañas*

1. En las entidades federativas con procesos electorales locales con jornadas comiciales coincidentes con la federal, el tiempo que administrará el Instituto para fines de la precampaña local de los partidos políticos estará comprendido dentro del tiempo total disponible a que se refiere el artículo 57, párrafo 1 del Código.
2. Cada partido político nacional decidirá libremente la asignación, por tipo de precampaña, de los mensajes que le correspondan, incluyendo su uso para precampañas locales en las entidades federativas con Proceso Electoral concurrente con el federal, en los términos de los artículos 59, 60, 61 y 63 del Código.

**Artículo 24***De la asignación y distribución durante el periodo de campañas*

1. En las campañas políticas de las elecciones locales coincidentes con la federal, el Instituto asignará a los partidos políticos para las respectivas campañas locales 15 de los 41 minutos diarios a que se refiere el artículo 58, párrafo 1 del Código, de los cuales el 30 por ciento se distribuirán de forma igualitaria y el 70 por ciento de conformidad con el porcentaje de votos obtenido en la elección local de diputados inmediata anterior.
2. Los partidos políticos son responsables del contenido de los materiales que presentan al Instituto para su difusión en radio y televisión y, en esa medida, de la correcta distribución de los tiempos que les son asignados en las pautas aprobadas por el Comité para los procesos electorales locales y federales con jornada comicial coincidente.

**Artículo 25***De las pautas para procesos locales con jornada comicial coincidente con la federal*

1. Tanto en las precampañas como en las campañas políticas a que se refiere este Capítulo, los mensajes de los partidos políticos serán transmitidos conforme a las pautas que apruebe el Comité, a propuesta de la autoridad electoral local competente.
2. Las autoridades electorales locales deberán entregar el modelo de distribución conforme al cual se elaborarán las pautas para las precampañas y campañas locales dentro del plazo que indique la Dirección Ejecutiva.
3. El Comité podrá modificar el modelo de distribución para las precampañas y campañas locales que sometan a su consideración las autoridades electorales locales.
4. Los partidos políticos nacionales que, en la entidad federativa de que se trate, no hubiesen obtenido en la elección para diputados locales inmediata anterior, el porcentaje mínimo de votos para tener derecho a las prerrogativas conforme a la legislación local, o los partidos con registro local obtenido para la elección de que se trate, tendrán derecho a la prerrogativa de radio y televisión para precampañas o campañas locales solamente en la parte que deba distribuirse en forma igualitaria.

**Capítulo V**

De la administración de los tiempos en radio y televisión en procesos electorales locales con jornada comicial no coincidente con la federal

**Artículo 26**

*De la asignación durante el periodo de precampañas*

1. En la entidad federativa de que se trate, durante los periodos de las precampañas políticas, el Instituto distribuirá por medio de las autoridades locales, entre los partidos políticos 12 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión que cubran la elección; los 36 minutos restantes quedarán a disposición del Instituto para sus fines propios o bien de otras autoridades electorales.

**Artículo 27**

*De la asignación durante el periodo de campañas*

1. Durante las campañas políticas, el Instituto asignará a los partidos políticos, por medio de las autoridades electorales locales, 18 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión que cubran la elección; los 30 minutos restantes quedarán a disposición del Instituto para sus propios fines o de otras autoridades electorales.

**Artículo 28**

*De las pautas para procesos locales con jornada comicial no coincidente con la federal*

1. Tanto en las precampañas como en las campañas políticas a que se refiere este Capítulo, los mensajes de los partidos políticos serán transmitidos conforme a las pautas que apruebe el Comité, a propuesta de la autoridad electoral local competente.
2. Las autoridades electorales locales deberán entregar el modelo de distribución conforme al cual se elaborarán las pautas para las precampañas y campañas locales dentro del plazo que indique la Dirección Ejecutiva.
3. El Comité podrá modificar el modelo de distribución para las precampañas y campañas locales que sometan a su consideración las autoridades electorales locales.
4. Los partidos políticos nacionales que, en la entidad federativa de que se trate, no hubiesen obtenido en la elección para diputados locales inmediata anterior, el porcentaje mínimo de votos para tener derecho a las prerrogativas conforme a la legislación local, o los partidos con registro local obtenido para la elección de que se trate, tendrán derecho a la prerrogativa de radio y televisión para precampañas o campañas locales, solamente en la parte que deba distribuirse en forma igualitaria.

**Artículo 29**

*De las obligaciones de las autoridades electorales locales*

1. Las autoridades electorales locales deberán adoptar los acuerdos que sean necesarios para determinar los tiempos en que habrán de iniciar las precampañas y campañas de los partidos políticos en radio y televisión. Dichas definiciones deberán ser acordadas por sus órganos competentes con la anticipación debida y ser notificadas de inmediato al Instituto. Todos los

partidos políticos dispondrán de sus prerrogativas de acceso a la radio y la televisión en un mismo periodo fijo durante las precampañas y las campañas electorales.

## Capítulo VI

De la administración de los tiempos en radio y televisión en procesos electorales extraordinarios

### Artículo 30

*Del tiempo que corresponde administrar al Instituto desde el inicio de las precampañas y hasta la jornada electoral*

1. El Instituto administrará 48 minutos diarios en las estaciones de radio y canales de televisión que cubran la elección de que se trate, desde el inicio de las precampañas hasta el término del día en que se celebre la jornada electoral.

### Artículo 31

*De la cobertura territorial y el tiempo que se destinará a los partidos políticos en radio y televisión*

1. Una vez que la autoridad electoral administrativa de la entidad de que se trate notifique formalmente al Instituto la celebración de un Proceso Electoral extraordinario, el Consejo determinará la cobertura territorial y el tiempo que se destinará a los partidos políticos en radio y televisión, mediante un Acuerdo específico, conforme al artículo 74, párrafo 4 del Código, y a las demás disposiciones aplicables.
2. En el mismo Acuerdo se aprobará el Catálogo de emisoras de radio y televisión que estarán obligadas a transmitir las pautas correspondientes que aprueben el Comité y la Junta, y se ordenará su difusión. En el caso de los procesos electorales federales se publicará en el Diario Oficial de la Federación; en el caso de los procesos electorales locales, en la gaceta o periódico oficial de la entidad de que se trate. En ambos casos, se publicará en la página de Internet del Instituto y se notificará a todas las emisoras incluidas en el Catálogo.
3. La Dirección Ejecutiva informará a la RTC el inicio de la vigencia de la pauta correspondiente, para los efectos de la administración de los tiempos del Estado en radio y televisión.

### Artículo 32

*De los distintos supuestos en elecciones extraordinarias*

1. El acceso a radio y televisión en los procesos electorales extraordinarios de carácter federal se ajustará a lo dispuesto en el capítulo III del presente Título.
2. En los procesos electorales extraordinarios de carácter local, cuya jornada comicial sea coincidente con la federal, se aplicarán las disposiciones previstas en el capítulo IV del presente Título.
3. En los procesos electorales extraordinarios de carácter local, cuya jornada comicial se celebre en un mes o año distinto a la federal, se aplicará lo dispuesto en el capítulo V del presente Título.

**TITULO TERCERO**

Disposiciones complementarias

**Capítulo I**

De las pautas y los materiales

**Artículo 33**

*De la elaboración y aprobación de las pautas*

1. La Dirección Ejecutiva elaborará los siguientes tipos de pauta:
  - a) Pautas de periodo ordinario;
  - b) Pautas correspondientes a procesos electorales federales;
  - c) Pautas correspondientes a procesos electorales locales conforme al modelo de distribución propuesto por la autoridad electoral de la entidad de que se trate, y
  - d) Pautas de reposición, en términos del artículo 354, párrafo 1, inciso f), fracción III del Código.
2. Las pautas de transmisión de los mensajes de los partidos políticos serán aprobadas por el Comité en términos de lo previsto por el artículo 76, párrafo 4 del Código. Las pautas que correspondan a los mensajes del Instituto y de otras autoridades electorales serán presentadas para su aprobación ante la Junta, conforme a lo previsto en el presente Reglamento.
3. Una vez aprobadas las pautas de transmisión de los mensajes de los partidos políticos y de las autoridades electorales, la Dirección Ejecutiva elaborará una pauta conjunta, que integre las dos anteriores. La misma será notificada a los concesionarios y permisionarios de radio y televisión, junto con los Acuerdos por los que las mismas se aprobaron, en los términos y plazos de este Reglamento.
4. La Dirección Ejecutiva informará a la RTC el inicio de la vigencia de la pauta correspondiente a procesos electorales federales o locales, para los efectos de la administración de los tiempos del Estado en radio y televisión.
5. Los concesionarios y permisionarios de radio y televisión no podrán alterar las pautas ni exigir requisitos técnicos adicionales a los aprobados por el Comité y/o la Junta.

**Artículo 34**

*De los elementos mínimos que deben contener las pautas*

1. Las pautas de periodos ordinarios deberán cumplir los requisitos siguientes:
  - a) Serán semestrales;

- b) Distribuirán de forma igualitaria entre los partidos políticos y las autoridades electorales diariamente 7 minutos 48 segundos en cada estación concesionada de radio; 5 minutos 45 segundos en cada canal concesionado de televisión, y 3 minutos 36 segundos en las permisionarias de radio y televisión.
  - c) Deberán precisar el concesionario o permisionario respectivo;
  - d) Los promocionales de partidos políticos y autoridades electorales deberán distribuirse entre las 6:00 y las 24:00 horas;
  - e) Precisarán por cada día del periodo, los promocionales y programas mensuales a transmitir, y el partido político o autoridad electoral a que corresponden, y
  - f) Los promocionales deberán ser transmitidos dentro de la hora en que sean pautados; los programas mensuales serán difundidos dentro del rango de 2 horas que se indique en la pauta.
2. Las pautas correspondientes a los procesos electorales deberán cumplir los siguientes requisitos:
- a) El tiempo de vigencia de la pauta será el comprendido entre el inicio del periodo de acceso conjunto a radio y televisión con motivo de la precampaña, y la conclusión de la jornada electoral correspondiente;
  - b) Precisar el concesionario o permisionario respectivo;
  - c) Distribuirán 48 minutos diarios entre los partidos políticos y las autoridades electorales en cada estación de radio y canal de televisión que cubran la elección y que estén previstas en el Catálogo de emisoras respectivo;
  - d) El total de tiempo que corresponda a partidos políticos y autoridades electorales deberá distribuirse entre las 6:00 y las 24:00 horas;
  - e) En los horarios comprendidos entre las 6:00 y las 12:00 horas, así como entre las 18:00 y las 24:00 horas, deberán prever la transmisión de 3 minutos de promocionales de partidos políticos y autoridades electorales por cada hora; en los horarios comprendidos entre las 12:00 y las 18:00 horas, preverán la transmisión de 2 minutos de promocionales de partidos políticos y autoridades electorales por cada hora;
  - f) Precisarán por cada día del periodo, los promocionales a transmitir, y el partido político o autoridad electoral a que corresponden;
  - g) Los promocionales deberán ser transmitidos dentro de la hora en que sean pautados, y
  - h) Durante las campañas electorales, los horarios de mayor audiencia se destinarán a la transmisión de los promocionales de los partidos políticos.
3. Las pautas de reposición deberán cumplir los mismos requisitos previstos para periodos ordinarios o procesos electorales, según se trate, así como los siguientes:
- a) Respetarán el orden de los promocionales previsto en las pautas cuya transmisión se repone;

- b) Los mensajes omitidos deberán reponerse en la misma etapa electoral o periodo ordinario y misma hora del día de la semana en el que originalmente fueron pautados, y
- c) La reposición de los mensajes de los partidos políticos y autoridades electorales se efectuará en los tiempos comercializables o para fines propios que la legislación aplicable autorice al concesionario o permisionario en cuestión. En ningún caso la reposición de los mensajes se efectuará en los tiempos del Estado.

**Artículo 35***De la modificación de pautas*

1. Las pautas aprobadas por el Comité o por la Junta, podrán modificarse en los casos siguientes:
  - a) Cuando se otorgue el registro a un partido político;
  - b) Por la declaración de pérdida del registro de un partido político;
  - c) En los casos en que la distribución de los mensajes de partidos políticos deba modificarse con motivo de coaliciones totales, así como por la disolución de éstas, conforme a lo que determine el Consejo en términos del artículo 16 del Reglamento;
  - d) En los casos en que las emisoras de radio y televisión operen menos de 18 horas de transmisión en el horario comprendido entre las 6:00 y las 24:00 horas;
  - e) Cuando existan situaciones supervenientes de caso fortuito o fuerza mayor que justifiquen dicha modificación;
  - f) En los casos en los que la autoridad jurisdiccional en materia electoral lo determine;
  - g) Cuando lo soliciten autoridades para la atención de contingencias que afecten la salud o para la protección civil en casos de emergencia;
  - h) En los casos referidos en el artículo 51 del Reglamento relativos a las emisoras permisionarias privadas sin fines de lucro;
  - i) Por la celebración de elecciones extraordinarias, y
  - j) Por la asignación trimestral de tiempos a autoridades electorales.
2. Las emisoras de radio y televisión que actualicen el supuesto referido en el inciso d), deberán informar dicha circunstancia a la Dirección Ejecutiva para que ésta le notifique una pauta ajustada al menos 30 días previos al inicio de vigencia de la pauta correspondiente. En todo caso, las emisoras deberán acreditar la autorización emitida por la autoridad competente.

Hasta que no se haya notificado la pauta ajustada, dichas emisoras de radio y televisión deberán transmitir los programas mensuales y/o los promocionales de partidos políticos y autoridades electorales conforme a la pauta original en los horarios en los que la emisora opere, de tal forma que no se altere el orden ni se modifiquen los horarios en que están pautados los mensajes.

3. Las modificaciones a las pautas deberán notificarse a concesionarios y permisionarios al menos 5 días hábiles previos al inicio de las transmisiones en el caso de pautas ordinarias, y de 4 días hábiles previos al inicio de transmisiones, en el caso de pautas correspondientes a los procesos electorales.

#### **Artículo 36**

##### *De los contenidos de los mensajes y programas*

1. En ejercicio de su libertad de expresión, los partidos políticos determinarán el contenido de los promocionales y de los programas mensuales que les correspondan, por lo que no podrá estar sujeto a censura previa por parte del Instituto ni de autoridad alguna. Los partidos políticos en el ejercicio de sus prerrogativas, así como los precandidatos, candidatos y militantes serán sujetos a las ulteriores responsabilidades que deriven de las diversas disposiciones constitucionales, legales y reglamentarias respectivas.
2. Los partidos políticos y las autoridades electorales entregarán sus materiales a la Dirección Ejecutiva para su verificación técnica.
3. Bajo la estricta responsabilidad del autor de los materiales, es obligación de los concesionarios y permisionarios difundir los promocionales y programas mensuales entregados por medio del Instituto, aun y cuando su contenido pueda vulnerar, a su juicio, la normatividad en materia de acceso a radio y televisión, por lo que se entenderá que su transmisión no les generará responsabilidad.

#### **Artículo 37**

##### *De las especificaciones y calidad de los materiales*

1. La Dirección Ejecutiva hará del conocimiento de los integrantes del Comité, de los partidos políticos nacionales y locales, de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica y de las demás autoridades electorales, las especificaciones técnicas que deberán cumplir los materiales grabados que entreguen al Instituto para su transmisión en radio y televisión.

#### **Artículo 38**

##### *De los materiales del Instituto*

1. El contenido y demás características de los mensajes del Instituto, estarán a cargo de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica del propio Instituto, para lo cual atenderá a los programas y lineamientos que apruebe el Consejo, a propuesta de la Junta.

### **Capítulo II**

De la notificación de pautas y entrega de órdenes de transmisión y materiales

#### **Artículo 39**

##### *De la notificación de las pautas*

1. Las notificaciones de las pautas deberán ser realizadas mediante el siguiente procedimiento:

- a) Las notificaciones de las pautas se harán con al menos 20 días de anticipación a la fecha de inicio de transmisiones, y surtirán sus efectos el mismo día de su realización;
  - b) Las notificaciones personales se realizarán en días y horas hábiles al interesado o por conducto de la persona que éste haya autorizado para el efecto;
  - c) Las notificaciones que se dirijan a una autoridad u órgano partidario se notificarán por oficio, y
  - d) Cuando deba realizarse una notificación personal, la misma deberá realizarse en los términos del Código y del Reglamento de Quejas y Denuncias.
2. Los concesionarios y permisionarios deberán dar aviso sobre su domicilio y representante legales, las personas autorizadas para oír y recibir notificaciones y, en su caso, la dirección electrónica, a la Dirección Ejecutiva, dentro de los 25 días posteriores al inicio de vigencia de su concesión o permiso, o en su caso, del cambio de su domicilio, representante legal y/o personas autorizadas para oír y recibir notificaciones.
  3. En caso de que el concesionario o permisionario incumpla con la obligación prevista en el párrafo inmediato anterior, la notificación del material y los pautados deberá ser realizada en el domicilio que para tales efectos tenga registrado ante la COFETEL y/o RTC.

**Artículo 40***De la entrega de órdenes de transmisión y materiales*

1. Las órdenes de transmisión y los materiales serán entregados de forma electrónica o en el domicilio legal, o puestos a disposición de los concesionarios o permisionarios, según se trate, por la Dirección Ejecutiva y/o los Vocales en una fecha única, de conformidad con los plazos señalados en los párrafos siguientes. Los plazos establecidos para ejecutar una orden de transmisión comenzarán a contarse al día siguiente al de su entrega o puesta a disposición.
2. Durante los periodos ordinarios, las órdenes de transmisión y los materiales serán entregados o puestos a disposición, según sea el caso, a los concesionarios y permisionarios al menos 5 días hábiles previos al inicio de su transmisión.
3. Desde el inicio de la precampaña y hasta el día de la jornada electoral, las órdenes de transmisión y los materiales serán entregados o puestos a disposición, según sea el caso, a los concesionarios y permisionarios al menos 3 días hábiles previos al inicio de su transmisión. En los casos en que el concesionario o permisionario tenga su domicilio legal en una localidad distinta a aquella en que operen las emisoras respectivas, contará con 1 día natural adicional para iniciar las transmisiones correspondientes a la pauta de que se trate.
4. En todo momento, los concesionarios y permisionarios podrán optar por alguno de estos esquemas para la recepción de órdenes de transmisión y materiales: entrega electrónica, entrega en el domicilio legal o recepción satelital. Para lo anterior, deberán solicitarlo formalmente a la Dirección Ejecutiva o Junta Local de que se trate. En su caso, la Dirección Ejecutiva autorizará mediante oficio, el esquema de recepción de órdenes de transmisión y materiales y determinará la fecha a partir de la cual será vigente la modificación.

**Artículo 41**

*De la elaboración y entrega de órdenes de transmisión*

1. En periodos ordinarios, la Dirección Ejecutiva elaborará una orden de transmisión a la semana con los materiales que hayan sido entregados a más tardar el día anterior en el horario que ésta determine, y que cumplan con las especificaciones técnicas a que se refiere el artículo 37 del Reglamento.
2. Desde el inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral, la Dirección Ejecutiva elaborará 2 órdenes de transmisión a la semana, en los días que acuerde el Comité, con los materiales que hayan sido entregados a más tardar el día anterior en el horario que ésta determine, y que cumplan con las especificaciones técnicas a que se refiere el artículo 37 del Reglamento.
3. Las órdenes de transmisión y los respectivos materiales se entregarán o pondrán a disposición de los concesionarios o permissionarios al día siguiente de la fecha de elaboración de la orden de transmisión correspondiente, de conformidad con lo establecido en el artículo 40 del Reglamento.
4. Para efectos de lo anterior, el Comité y la Junta aprobarán calendarios de órdenes de transmisión y materiales.

**Artículo 42***De la entrega de materiales por parte de partidos políticos, coaliciones y autoridades electorales*

1. Las autoridades electorales y los partidos políticos, por medio de su representante titular o suplente ante el Consejo o el Comité, o bien, las personas que éstos designen expresamente al efecto, deberán entregar a la Dirección Ejecutiva, mediante oficio, los materiales que contengan sus promocionales o programas, especificando el nombre de la versión del mensaje, duración del mismo, periodo de vigencia al aire e instrucciones precisas para su difusión en los espacios correspondientes de la pauta.
2. En el caso de las coaliciones, los partidos políticos integrantes de las mismas deberán nombrar a un representante común para la entrega de los materiales. En caso de no nombrar a un representante común para estos fines, se considerará como tal al representante titular o suplente ante el Consejo o el Comité, del partido político que ostente la representación de la coalición o bien lo que determine el convenio respectivo.
3. La Dirección Ejecutiva revisará que los materiales entregados por los partidos políticos y autoridades electorales tengan la duración correcta y que cumplan las especificaciones técnicas a que se refiere el artículo 37 del Reglamento. En caso de que los materiales incumplan dichas especificaciones, su duración exceda o sea menor al tiempo correspondiente, la Dirección Ejecutiva lo hará del conocimiento de sus autores, a fin de que éstos procedan a realizar las correcciones o adecuaciones correspondientes.
4. Para efecto de garantizar la prerrogativa de acceso a radio y televisión de los partidos políticos, ante cualquier eventualidad técnica, material o jurídica, éstos deberán entregar al Instituto un material genérico de radio y dos de televisión, con duración de 5 minutos, 20 y 30 segundos respectivamente, dentro de los 25 días posteriores al inicio de vigencia del

Reglamento. Estos materiales podrán ser actualizados en cualquier momento por los partidos políticos.

5. Las coaliciones que se conformen con motivo de los procesos electorales, federales o locales, deberán entregar un material genérico de radio y uno de televisión con duración de 30 segundos, al momento de hacer la primera entrega de materiales para su difusión.
6. En caso de que los materiales entregados por los partidos políticos no cumplan con las especificaciones técnicas, ni con la duración correcta, invariablemente se seguirán transmitiendo las versiones que se encuentren vigentes, o en su caso, se transmitirá el material genérico previamente entregado por los partidos políticos.
7. Las disposiciones anteriores serán aplicables en lo conducente a los materiales de las autoridades electorales.

#### **Artículo 43**

*De los gastos de producción de los promocionales*

1. Los gastos de producción de los promocionales y programas mensuales para radio y televisión de los partidos políticos serán sufragados con recursos propios.

### **Capítulo III**

De los catálogos y mapas de cobertura

#### **Artículo 44**

De los catálogos de emisoras

1. El Catálogo nacional de estaciones de radio y canales de televisión se conformará por el listado de concesionarios y permisionarios de todo el país y, tratándose de un Proceso Electoral, será aprobado por el Comité, al menos con 30 días previos al inicio de la precampaña del Proceso Electoral de que se trate.
2. El Comité determinará el catálogo de emisoras que deberán participar en la cobertura de cada Proceso Electoral, con la finalidad de garantizar el derecho al uso de los medios de comunicación social de los partidos políticos y de las autoridades electorales. Con base en estos catálogos, las concesionarias y permisionarias deben difundir en cada estación de radio y canal de televisión, la propaganda de los partidos políticos y los mensajes de las autoridades electorales ordenada por el Instituto.
3. Los catálogos para los procesos electorales de estaciones de radio y canales de televisión se conformarán por el listado de concesionarios y permisionarios que:
  - a) Se encuentren obligados a transmitir las pautas para la difusión de los promocionales de partidos políticos y autoridades electorales que les sean notificadas, en términos de los párrafos siguientes.

- b) Se encuentren obligados a suspender la transmisión de propaganda gubernamental durante el periodo de campañas.
4. En los procesos electorales locales, el Comité incluirá en el catálogo respectivo el número suficiente de emisoras que garanticen la efectividad de la cobertura de la entidad federativa de que se trate, incluyendo, en su caso, concesionarios y permisionarios de otra entidad federativa cuya señal llegue a aquella donde se lleve a cabo el Proceso Electoral respectivo.
  5. En el caso de las emisoras cuya señal sea efectivamente vista o escuchada en los municipios que conforman zonas conurbadas de una entidad en Proceso Electoral Local, su señal podrá ser utilizada para participar en la cobertura del proceso electivo de que se trate, independientemente de la entidad en que opere.
  6. El Catálogo de estaciones de radio y canales de televisión será aprobado por el Comité y su publicación será ordenada por el Consejo, al menos 30 días previos al inicio de la etapa de precampañas del Proceso Electoral de que se trate.
  7. El Catálogo de estaciones de radio y canales de televisión aprobado por el Consejo será público y deberá notificarse a todos los concesionarios y permisionarios incluidos en el mismo.
  8. El Comité podrá aprobar lineamientos específicos respecto de la eficiencia en la operación de los concesionarios y permisionarios de radio y televisión.

#### **Artículo 45**

##### *De los mapas de cobertura*

1. Los mapas de cobertura a que se refiere el artículo 62 del Código serán elaborados y actualizados una vez al año por la Dirección Ejecutiva, con base en la información que las autoridades competentes provean sobre la cobertura de cada concesionario y/o permisionario, además de la colaboración e información relativa a la población, padrón electoral y lista nominal incluidas en la cobertura efectiva que para tales efectos proporcione la Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores.
2. Para efectos de lo dispuesto en el párrafo anterior, el Instituto podrá celebrar convenios con las autoridades competentes.
3. Una vez al año, el Comité declarará la vigencia de los mapas de cobertura y en su caso, establecerá las actualizaciones que se requieran. Por causas supervenientes, el Instituto podrá establecer las actualizaciones necesarias con base en las nuevas coberturas.
4. Los mapas de cobertura serán públicos.
5. Los mapas de cobertura se pondrán a disposición de los concesionarios y permisionarios para consulta, y en su caso, solicitud de ajuste a la Dirección Ejecutiva, la cual determinará lo conducente.

#### **Artículo 46**

##### *De las afiliadas que tengan programación mixta*

1. Las afiliadas de televisión y radio que transmitan programación mixta o total, deberán notificarlo a la Dirección Ejecutiva, a más tardar, con 45 días hábiles de anticipación a la entrada en vigor del esquema de programación mixta o total de que se trate.
2. Fuera de Proceso Electoral Federal, los afiliados que transmitan programación total del afiliante cumplirán con su obligación de transmitir tiempos oficiales en materia electoral, respetando los tiempos pautados en la programación de este último. Se exceptúan de lo anterior aquellos afiliados que tengan la obligación de transmitir las pautas relativas a un Proceso Electoral Local coincidente o no con el federal, en cuyo caso deberán transmitir la pauta que el Instituto les ordene con motivo de dicho Proceso.
3. Fuera de Proceso Electoral Federal, los afiliados que transmitan de manera mixta programación propia y del afiliante, cumplirán con su obligación de transmitir tiempos oficiales en materia electoral de la siguiente manera:
  - a) Durante el tiempo en que el afiliado transmita programación del afiliante se estará a lo dispuesto en el párrafo 2 del presente artículo, y
  - b) Durante el tiempo en que el afiliado transmita programación propia, cumplirá con su obligación transmitiendo la pauta complementaria que le sea notificada.
4. Para efectos de lo dispuesto en los párrafos anteriores, el Comité aprobará una pauta que refleje las obligaciones de cada concesionario o permisionario.

**Artículo 47***De los concesionarios de televisión restringida*

1. Los concesionarios de televisión restringida estarán obligados a respetar los pautados transmitidos en televisión abierta que retransmitan dentro de la concesión de televisión restringida.
2. Las bases previstas en el artículo 7 del Reglamento serán aplicables, en lo conducente, a los concesionarios de televisión restringida.

**Artículo 48***De las emisoras autorizadas para transmitir en otras lenguas o idiomas*

1. Con el objeto de que los partidos políticos y las autoridades electorales conozcan las emisoras de radio y televisión que transmiten en una lengua o idioma distinto al español, la Dirección Ejecutiva, con la colaboración de la RTC, elaborará un catálogo de los concesionarios y permisionarios autorizados para transmitir en idiomas distintos al nacional, incluyendo a los permisionarios que transmiten en lenguas indígenas que notifiquen el aviso de traducción a dichas lenguas.
2. El catálogo será aprobado por el Comité y se publicará en la página de internet del Instituto.
3. El catálogo deberá ser actualizado por la Dirección Ejecutiva cada vez que un concesionario o permisionario notifique el aviso de la traducción de los materiales de partidos políticos y autoridades electorales en idioma distinto al español. Las actualizaciones a este catálogo serán aprobadas por el Comité.

**Artículo 49**

*De los materiales en idiomas distintos al español traducidos por los partidos políticos o autoridades electorales*

1. Los partidos políticos y las autoridades electorales que requieran la transmisión de sus materiales en un idioma distinto al español en una emisora que cuente con la autorización correspondiente, o en una estación que transmita en lenguas indígenas, se harán cargo de la traducción de los mensajes que se deban difundir en el idioma o lengua de que se trate. Para tal efecto, el material deberá cumplir con las especificaciones técnicas que apruebe el Comité.
2. Los materiales en idioma distinto al español deberán ser entregados a la Dirección Ejecutiva bajo las mismas condiciones que cualquier otro material, para su verificación técnica y con la suficiente anticipación para su transmisión en las emisoras de radio o televisión correspondientes, de conformidad con los plazos previstos en este Reglamento y con los calendarios que apruebe el Comité o la Junta.
3. Los partidos políticos que opten por remitir materiales en idiomas distintos al español o en lenguas indígenas deberán acompañarlos de una traducción por escrito en idioma español la cual deberá ser publicada a través del portal de pautas del Instituto, lo anterior con la finalidad de que el contenido del material pueda ser conocido por todas las personas.

**Artículo 50**

*De los materiales en idiomas y lenguas distintos al español traducidos por los concesionarios o permisionarios*

1. Los concesionarios y permisionarios de radio y televisión que cuenten con la autorización para transmitir en un idioma distinto al nacional podrán optar por traducir, con cargo a su presupuesto, los promocionales o programas mensuales de los partidos políticos y de las autoridades electorales. Lo anterior también será aplicable a los permisionarios que transmiten en lenguas indígenas y opten por traducir los materiales.
2. Los concesionarios y permisionarios con la autorización correspondiente, que deseen traducir los materiales de partidos políticos y autoridades electorales al idioma respectivo, deberán ajustarse a lo siguiente:
  - a) La traducción la realizará un perito en materia de traducción legalmente autorizado por el Poder Judicial de la entidad donde opere la emisora;
  - b) La duración de los mensajes no podrá ser modificada, de modo que los promocionales y programas se ajustarán a las unidades de medida previstas en la normatividad de la materia, siendo éstas 20 segundos, 30 segundos, 1 minuto, 2 minutos o 5 minutos, según se trate;
  - c) La traducción deberá realizarse respecto de todos los promocionales y programas de todos los partidos políticos y coaliciones y todas las autoridades electorales durante el periodo o etapa correspondiente, y
  - d) En el caso de permisionarios que transmitan en lenguas indígenas, la traducción podrá realizarse por medio de instituciones públicas que brinden estos servicios o por la propia emisora. En todo caso, deberán cumplir con lo establecido en los incisos b) y c) del presente párrafo

3. Al aprobar los calendarios de las órdenes de transmisión correspondientes, el Comité establecerá los mecanismos necesarios para garantizar que en la difusión de promocionales y programas que realicen las emisoras, se cumpla con lo siguiente:
  - a) La prerrogativa de los partidos políticos y el derecho de las autoridades electorales;
  - b) La verificación por parte del Instituto de la transmisión de los materiales, y
  - c) La transmisión de los promocionales y programas preferentemente en idioma distinto al español.
4. Los concesionarios y permisionarios que deseen optar por traducir los promocionales o programas mensuales de los partidos políticos y de las autoridades electorales, deberán enviar a la Dirección Ejecutiva, directamente o a través del Vocal de la entidad de que se trate, un aviso único por escrito en el que manifiesten tal situación, acompañado de los siguientes documentos y precisando la información que se indica a continuación:
  - a) Las siglas de la emisora, la frecuencia o canal, el nombre y domicilio de la persona, ya sea física o moral, que ostente la concesión o permiso;
  - b) Copia certificada de la autorización vigente de la RTC para transmitir en un idioma distinto al nacional. Este requisito no aplica a permisionarios que transmiten en lenguas indígenas;
  - c) Copia certificada de la constancia que acredite al perito en materia de traducción del español al idioma de que se trate, emitida por el Poder Judicial de la entidad, con el cual se vayan a realizar las traducciones. Este requisito no aplica a permisionarios que transmiten en lenguas indígenas, y
  - d) En caso de que el concesionario o permisionario sea una persona moral o actúe por intermediarios, los documentos en copia certificada que acrediten la representación legal.
5. La Dirección Ejecutiva proporcionará los requerimientos técnicos aprobados por el Comité para la grabación de los mensajes en radio y televisión.
6. El concesionario o permisionario que haya presentado el aviso con los requisitos aludidos en el numeral 4 del presente artículo, se apegará a la traducción emitida por el perito traductor o la institución pública, según se trate, y remitirá todos los materiales traducidos a la Dirección Ejecutiva, para que verifique si cumplen las especificaciones técnicas para su difusión en radio o televisión, incluyendo la traducción de los mensajes por escrito, debidamente firmada por el perito traductor y con los sellos o medios de autenticación correspondientes. Los permisionarios que transmitan en lenguas indígenas, enviarán la traducción del contenido de los materiales realizada en su caso, por la institución pública respectiva o por la propia emisora.
7. En caso de que los requerimientos técnicos se cumplan respecto de todos los materiales, en un plazo que no podrá exceder de un día hábil a partir de la recepción de los materiales traducidos, la Dirección Ejecutiva generará las huellas acústicas respectivas, elaborará la orden de transmisión específica y la pondrá a disposición del concesionario o permisionario, junto con el aviso de autorización para que la emisora inicie la transmisión de los materiales traducidos.

En caso contrario, dentro del mismo plazo se notificará al concesionario o permisionario para que subsane las deficiencias y remita de nueva cuenta los materiales para su revisión técnica.

8. Hasta en tanto el concesionario no reciba el aviso de autorización de la Dirección Ejecutiva para la difusión de los mensajes traducidos, el concesionario o permisionario deberá seguir transmitiendo los materiales originales conforme a las órdenes de transmisión instruidas por el Instituto, en el entendido de que los materiales vigentes serán aquellos que hubiesen sido notificados por la citada Dirección.

#### **Artículo 51**

*De las emisoras permisionarias privadas sin fines de lucro*

1. Para acreditar la categoría de permisionaria privada sin fines de lucro estas emisoras deberán de presentar al Instituto:
  - a) Título de permiso para operar una estación de radio o televisión con fines culturales, educativos o de otra índole, expedido por la autoridad competente.
  - b) Situación financiera, comprobable a través de las declaraciones ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
  - c) Acreditar contablemente que no ejercen techo presupuestal de recursos públicos para operar.
2. El Comité aprobará una pauta ajustada para las emisoras permisionarias privadas sin fines de lucro que así lo soliciten considerando el informe que previamente envíe cada emisora respecto a sus condiciones específicas de operación y horario de la comunidad en la que se ubica.
3. En el caso de emisoras permisionarias privadas sin fines de lucro que tengan cobertura principal en una localidad donde se celebren elecciones por usos y costumbres y que no coincidan con alguna elección federal o local, se transmitirán durante el periodo ordinario solamente promocionales de las autoridades electorales.

#### **Artículo 52**

*De la reprogramación*

1. Los concesionarios y permisionarios podrán dar aviso de reprogramación voluntaria por escrito a la Dirección Ejecutiva, o a la Junta Local Ejecutiva, cuando adviertan que no han transmitido los programas o promocionales conforme a las pautas ordenadas por el Instituto, dentro de los 3 días hábiles siguientes al incumplimiento, señalando dicha circunstancia, así como las causas de la omisión y los elementos con que las acrediten.
2. En los casos en que la omisión se produzca en la última semana del periodo de que se trate durante los procesos electorales –precampaña, intercampaña o campaña–, el concesionario o permisionario deberá enviar el aviso al día hábil siguiente al incumplimiento.
3. En el aviso de reprogramación voluntaria, el concesionario o permisionario deberá precisar lo siguiente:
  - a. Los programas y/o promocionales omitidos;
  - b. El folio, versión, actor, fecha y horario pautados;

- c. La justificación del presunto incumplimiento, y
  - d. La propuesta de reprogramación de los programas y/o promocionales omitidos.
4. La reprogramación de transmisiones necesariamente deberá ajustarse a las reglas siguientes:
- a) Las transmisiones se llevarán a cabo en el mismo día de la semana en que el mensaje fue pautado originalmente, inmediato siguiente a la presentación del aviso y de la propuesta de reprogramación de la emisora;
  - b) Se deberá respetar el orden de los promocionales previsto en las pautas cuya transmisión se repone;
  - c) La transmisión de los mensajes omitidos se llevará a cabo en la misma hora del día en que fueron pautados originalmente;
  - d) Los mensajes que se transmitirán serán los correspondientes a los materiales que estén al aire al momento de la reprogramación;
  - e) En todo caso, se dará preferencia a la transmisión de los promocionales que conforme a las pautas correspondan en los días de la reprogramación, de modo que los mensajes cuya transmisión se re programe deberán ser pautados después de los originales a la misma hora, en cortes distintos para evitar la acumulación de mensajes, así como para efectos de la verificación de transmisiones;
  - f) La propuesta tiene que garantizar la proporcionalidad entre la transmisión reprogramada y el número de mensajes omitidos, de modo que evite la saturación de promocionales y la transmisión continua en un mismo corte, sea comercial o de cualquier tipo;
  - g) Invariablemente, las transmisiones de los mensajes de partidos políticos y autoridades electorales se efectuará en tiempos distintos a los que corresponden al Estado;
  - h) Solo en caso de que la propuesta de reprogramación no fuera procedente, por no apegarse a las reglas anteriores o por cualquier causa que justificara la negativa, la Junta Local y/o Dirección Ejecutiva notificarán una pauta especial en la que se reprogramen los mensajes cuya transmisión haya sido omitida, y se informarán las razones de la negativa;
  - i) La reprogramación sólo podrá tener lugar en la misma etapa electoral respecto de la cual se omitió la transmisión originalmente pautada. Si el mensaje omitido se pautó para su transmisión en la etapa de precampañas, únicamente podrá ser reprogramado durante el transcurso de dicha etapa, misma situación que se observará con los periodos de intercampañas y campañas;
  - j) En caso de que la omisión se produzca en la última semana del periodo de que se trate —precampañas, intercampañas o campañas— la reprogramación respectiva tendrá lugar al día siguiente de la omisión, y
  - k) En caso de que la omisión se produzca el último día de la etapa de que se trate —precampañas, intercampañas o campañas—, la reprogramación se llevará a cabo al inicio del periodo no electoral inmediato siguiente.

5. En caso de que no se reciba un aviso de reprogramación voluntaria por parte de las concesionarias y/o permisionarias, el Vocal Ejecutivo Local o la Dirección Ejecutiva notificará un requerimiento a la emisora que presuntamente hayan incumplido las pautas, en términos del artículo 57 del Reglamento. En la respuesta al requerimiento en la cual detallen las causas de la omisión, la emisora remitirá una propuesta de reprogramación de transmisiones que en todo caso tendrá que ajustarse a las reglas previstas en el numeral anterior, siempre y cuando acredite la causa que impidió la transmisión de los mensajes.
6. En el caso de los concesionarios y permisionarios del Distrito Federal, las comunicaciones descritas podrán ser recibidas y emitidas indistintamente por el Vocal Local y la Dirección Ejecutiva.

#### **Artículo 53**

##### *Del Catálogo de incidencias*

1. Los concesionarios y permisionarios que hayan incurrido en algún incumplimiento a las pautas notificadas por el Instituto Federal Electoral, podrán proponer la reprogramación de los promocionales y/o programas omitidos por las siguientes causas, que no tienen un carácter limitativo:
  - a. Falla en el equipo de transmisión;
  - b. Falla en el sistema;
  - c. Interrupción del suministro eléctrico;
  - d. Errores de continuidad y de programación;
  - e. Suspensión total de transmisiones;
  - f. Factores meteorológicos, y
  - g. Desastre natural.
2. En los supuestos previstos en los incisos e), f) y g), considerando que son hechos no atribuibles al concesionario o permisionario, la Dirección Ejecutiva deberá valorar la magnitud del evento y su impacto en la zona de cobertura, a efecto de determinar si el concesionario o permisionario se encuentra obligado a realizar la reprogramación correspondiente, y lo informará en la siguiente sesión del Comité.

#### **Artículo 54**

##### *De la reposición de promocionales y programas mensuales*

1. Se considerará reposición de transmisiones como sanción, aquélla derivada de Resoluciones recaídas en los procedimientos instruidos a partir de vistas o denuncias, emitidas por el Consejo, en términos de lo dispuesto por la fracción III del inciso f) del párrafo 1 del artículo 354 del Código.
2. La reposición de las transmisiones se llevará a cabo a más tardar al quinto día contado a partir de la notificación de la Resolución que ponga fin al procedimiento sancionador.
3. Ninguna reposición o reprogramación de mensajes de partidos políticos podrá tener lugar durante la etapa de intercampañas, ni durante los 3 días anteriores a la jornada comicial del Proceso Electoral de que se trate. Quedan exceptuados de lo anterior los mensajes de las autoridades electorales.

4. De no ser posible la reposición o reprogramación en la etapa correspondiente, se entenderá improcedente, sin que ello implique la caducidad de la facultad de la autoridad para sancionar por un incumplimiento.

**Artículo 55***De la transmisión especial durante programación sin cortes*

1. Durante la transmisión de las coberturas informativas especiales señaladas en el artículo 60 de la Ley, aplicarán las reglas siguientes para la transmisión de los mensajes de partidos políticos y autoridades electorales:
  - a) Este criterio se aplica a concesionarios y permisionarios cuya señal sea interrumpida para la transmisión de: boletines de cualquier autoridad relacionados con la seguridad o defensa del territorio nacional, la conservación del orden público o la difusión de medidas para prevenir o remediar calamidades públicas; o de mensajes o avisos relacionados con embarcaciones o aeronaves en peligro.
  - b) Si el boletín o aviso tiene una duración mayor a una hora, el programa mensual y/o promocionales de partidos políticos y autoridades electorales que no hayan sido transmitidos durante estas transmisiones especiales no tendrán que reemplazarse en atención a que se trata de situaciones de emergencia en las que pudiera afectarse la seguridad nacional, el orden público o la salud pública, lo cual justifica la interrupción de la transmisión de los mensajes electorales.
  - c) Si el boletín o aviso tiene una duración menor a una hora, las emisoras deberán transmitir el programa mensual y/o los promocionales de partidos políticos y autoridades electorales respetando el orden de la pauta, en la misma hora o en la siguiente, una vez concluida la transmisión especial.
  - d) En todo caso, la emisora deberá informar dicha circunstancia al Vocal de la entidad correspondiente o a la Dirección Ejecutiva dentro de las 48 horas siguientes a la transmisión del boletín o aviso, detallando la duración de la cobertura y su contenido.
2. Durante la emisión radiofónica denominada “La Hora Nacional en radio”, serán aplicables las reglas siguientes para la transmisión de los mensajes de partidos políticos y autoridades electorales:
  - a) Los promocionales de partidos políticos y autoridades electorales que no sean transmitidos conforme a la pauta durante “La Hora Nacional”, serán difundidos conforme a lo siguiente: la mitad de los promocionales se transmitirán en la hora previa al programa, y la otra mitad en la hora posterior a la emisión, respetando el orden de la pauta, e incluyendo cortes de estación como los que utilizan para la difusión de eventos, para la promoción de su propia programación o para la identificación de la señal.
  - b) Los programas mensuales que hayan sido pautados a esa hora, serán transmitidos al finalizar la emisión de “La Hora Nacional”.

3. Durante la transmisión de los debates, conciertos, eventos especiales, eventos deportivos y los oficios religiosos, la difusión de los mensajes de partidos políticos y autoridades electorales se llevará a cabo conforme a lo siguiente:
- a) Se aplica a programas especiales que transmiten debates entre candidatos a un puesto de elección popular, conciertos, eventos especiales, eventos deportivos, oficios religiosos y otros que tengan por objeto eventos de duración ininterrumpida y mayor a una hora.
  - b) Las emisoras deberán enviar un escrito al Vocal de la entidad de que se trate o a la Dirección Ejecutiva, con al menos 72 horas de anticipación a la transmisión del programa especial, en el que señalen las características de la emisión y su posible duración; precisen el programa mensual y/o promocionales de partidos políticos y autoridades electorales que no puedan difundirse conforme a la pauta, y detallen la propuesta de transmisión de los mensajes omitidos.
  - c) Los promocionales de los partidos políticos que conforme a la pauta deban ser transmitidos durante el programa de que se trate serán distribuidos en los siguientes lapsos temporales durante el mismo día conforme a lo siguiente: la mitad de los promocionales se transmitirá dentro de los cortes incluidos en la hora previa al programa, y la otra mitad en los cortes que se inserten en la hora posterior a la emisión.
  - d) Si el esquema referido en el inciso anterior no fuere suficiente, durante precampañas y campañas, la transmisión de los promocionales restantes deberá ser reemplazada ese mismo día, adicionando 1 minuto de transmisión por cada hora durante el horario comprendido entre las 12:00 y las 18:00 horas, en el entendido de que durante dicha franja horaria habitualmente se transmitirían 2 minutos por cada hora. Los lapsos anteriores se aplicarán también en los períodos de intercampaña correspondientes a los procesos electorales respecto de los promocionales de las autoridades electorales.
  - e) Los programas mensuales cuya transmisión esté prevista en la pauta durante el programa especial, serán difundidos al finalizar la emisión. Si la transmisión especial finalizara a las 24:00 horas o después, la difusión del programa mensual se llevará a cabo en la hora previa al inicio del programa especial de que se trate.
  - f) En todo caso, se respetará el orden de la pauta.
  - g) En los casos en que el debate, concierto, evento especial, evento deportivo u oficio religioso tenga una duración mayor a dos horas, sin cortes de cualquier especie, la transmisión se llevará a cabo conforme a los incisos precedentes, procurando la proporcionalidad entre la transmisión y la duración del evento.
  - h) En caso de que no proceda la propuesta de transmisión especial, el Vocal o la Dirección Ejecutiva, notificará dicha circunstancia a la emisora, fundando y motivando tal determinación.

4. En el caso de los concesionarios y permisionarios que emiten su señal desde el Distrito Federal, las comunicaciones descritas podrán ser recibidas y emitidas indistintamente por el Vocal y la Dirección Ejecutiva.

#### **Capítulo IV**

##### De las verificaciones y monitoreos

#### **Artículo 56**

##### *De la verificación de transmisiones y de los monitoreos*

1. El Instituto realizará directamente las verificaciones para corroborar el cumplimiento de las pautas que apruebe, a través de la Dirección Ejecutiva y/o Junta Local de la entidad federativa de que se trate. Asimismo, verificará que los mensajes y programas de los partidos políticos sean transmitidos sin alteración, superposición o manipulación alguna que altere o distorsione su sentido original.
2. Cuando la Dirección Ejecutiva tenga conocimiento de la adquisición de tiempos en radio y televisión con fines electorales, o de la difusión de propaganda contraria a la normatividad, dará vista a la Secretaría del Consejo para que se inicien los procedimientos sancionatorios conforme a lo dispuesto en el Código.
3. El Instituto monitoreará los programas en radio y televisión que difundan noticias, conforme lo determine el Consejo, para efectos de hacer del conocimiento público la cobertura informativa de los contenidos noticiosos de las precampañas y campañas federales, en términos del artículo 76, párrafo 8 del Código.
4. Los partidos políticos y las autoridades electorales locales podrán acceder a los resultados de las verificaciones y monitoreos realizados u ordenados por el Instituto, que tendrán carácter público.

#### **Artículo 57**

##### *De los requerimientos por motivo de incumplimientos a las pautas derivado de la omisión en la transmisión de los promocionales y/o programas de los partidos políticos y/o autoridades electorales*

1. Los Vocales Ejecutivos de las entidades federativas, en coordinación con la Dirección Ejecutiva, verificarán el cumplimiento a las pautas por parte de los concesionarios y permisionarios de la entidad federativa de que se trate.
2. La Dirección Ejecutiva informará al Comité sobre las verificaciones efectuadas, y pondrá a disposición de sus integrantes reportes conforme a lo previsto en el Reglamento de Sesiones del Comité de Radio y Televisión.
3. Si derivado de la verificación al cumplimiento de las pautas ordenadas por el Instituto, la Dirección Ejecutiva y/o la Junta Local respectiva, detectan el incumplimiento a las mismas por la omisión en la transmisión de promocionales y/o programas de partidos políticos y/o autoridades electorales por parte de una emisora de radio o televisión, sin que medie aviso de reprogramación voluntaria en términos del artículo 52 del Reglamento, procederán a

notificar al concesionario o permisionario de que se trate, un requerimiento de información respecto de los presuntos incumplimientos, dentro de los 4 días hábiles siguientes a aquél en que venza el plazo para la presentación del aviso de reprogramación voluntaria durante los procesos electorales. En periodos ordinarios, el plazo señalado empezará a correr al día hábil siguiente al de la publicación del informe respectivo.

4. La Dirección Ejecutiva o la Junta Local respectiva, establecerán mecanismos para que las notificaciones se lleven a cabo lo antes posible.
5. Durante los procesos electorales, el concesionario o permisionario deberá desahogar el requerimiento en un plazo de 2 días hábiles a partir de la notificación del mismo. En los periodos ordinarios, el plazo para presentar la respuesta será de 4 días hábiles.
6. El concesionario o permisionario estará obligado a reponer toda omisión en las transmisiones con independencia de la causa que le haya dado origen, en los términos previstos en el artículo 52 del Reglamento.
7. En los casos en que la propuesta de reprogramación no sea procedente, por no apegarse a las reglas previstas en el artículo 52 del reglamento o por cualquier causa que lo justifique, la Dirección Ejecutiva o la Junta Local respectiva, notificarán la reprogramación que corresponda previo a la fecha en deba llevarse a cabo, informando las razones de la negativa, y verificarán la oportuna transmisión de los promocionales y/o programas omitidos conforme a la reprogramación instruida.
8. En caso de que la propuesta de reprogramación se ajuste a lo previsto en la disposición reglamentaria aludida en el párrafo anterior, la Dirección Ejecutiva y/o la Junta Local de que se trate, verificarán la oportuna transmisión de los promocionales y/o programas omitidos conforme a la propuesta respectiva. En todo caso, la reprogramación sólo podrá tener lugar en la misma etapa temporal respecto de la cual se omitió la transmisión originalmente pautada. Si el mensaje omitido se pautó para su transmisión en la etapa de precampañas, únicamente podrá ser reprogramado durante el transcurso de dicha etapa, misma situación que se observará con los periodos de intercampañas y campañas.
9. En los casos en que la omisión se produzca en la última semana del periodo de que se trate durante los procesos electorales –precampaña, intercampaña o campaña–, la Dirección Ejecutiva y/o la Junta Local respectiva procederán a notificar al concesionario o permisionario, un requerimiento de información respecto de los presuntos incumplimientos, dentro de los 2 días hábiles siguientes a aquél en que ocurra el incumplimiento; la respuesta, deberá ser presentada al día hábil siguiente a aquél en que se haya notificado el requerimiento.

#### **Artículo 58**

*De los requerimientos por motivo de incumplimientos a las pautas derivados de la transmisión excedente de promocionales y/o programas de los partidos políticos y/o autoridades electorales*

1. Si derivado de la verificación al cumplimiento de las pautas, la Dirección Ejecutiva y/o la Junta Local de que se trate, detectan la difusión de promocionales o programas de partidos políticos adicionales a los pautados por el Instituto, se verificará si su transmisión fue con motivo de

una propuesta de reprogramación en términos del artículo 52 del Reglamento o en cumplimiento a una pauta de reposición derivada de una Resolución del Consejo General.

2. En caso de que la difusión de los promocionales o programas adicionales no esté justificada en una reprogramación o en una reposición, la Dirección Ejecutiva y/o la Junta Local respectiva procederán a notificar al concesionario o permisionario de que se trate un requerimiento de información respecto de las transmisiones excedentes dentro de los 4 días hábiles siguientes a aquél en que ocurra el incumplimiento durante los procesos electorales. En periodos ordinarios, el plazo señalado empezará a correr al día hábil siguiente al de la publicación del informe respectivo.
3. Durante los procesos electorales, el concesionario o permisionario deberá desahogar el requerimiento en un plazo de 2 días hábiles a partir de la notificación del mismo. En los periodos ordinarios, el plazo para presentar la respuesta será de 4 días hábiles.
4. En la respuesta, el concesionario o permisionario deberá precisar lo siguiente:
  - a. Los programas y/o promocionales adicionales;
  - b. El folio, versión y actor, y
  - c. Las causas que originaron el presunto incumplimiento.

#### **Artículo 59**

*De los requisitos de los requerimientos de información por presuntos incumplimientos a las pautas ordenadas por el Instituto Federal Electoral*

1. El requerimiento de información será dirigido al representante legal del concesionario o permisionario o a las personas que designe para tal efecto, y deberá notificarse en el domicilio que señale el concesionario o permisionario, en días y horas hábiles de acuerdo a los plazos previstos en los artículos 57 y 58 del Reglamento.
2. En el requerimiento de información se precisará lo siguiente:
  - a. Las siglas de la emisora, la frecuencia o el canal;
  - b. La entidad en la que opera la estación de radio o canal de televisión de que se trate;
  - c. Los programas y/o promocionales omitidos o excedentes;
  - d. El folio, versión, actor, fecha y horario pautados, en el caso de omisiones, y
  - e. El folio, versión, actor, fecha y horario de transmisión, en el caso de excedentes.

#### **Artículo 60**

*De las vistas con motivo del incumplimiento de pautas por parte de los concesionarios y permisionarios de radio y televisión derivadas de la omisión de transmisión de promocionales y/o programas*

1. Cuando el concesionario o permisionario no desahogue el requerimiento de información conforme a los plazos y condiciones previstas en los artículos 57 y 58 del Reglamento, no proponga la reprogramación de los promocionales o programas omitidos, o habiéndolo hecho no la cumpla, la Dirección Ejecutiva determinará la procedencia de dar vista a la Secretaría del Consejo para que determine lo que en derecho corresponda. Para lo anterior, deberán valorarse entre otros, la cantidad de mensajes omitidos, el periodo y la etapa en que se actualice el incumplimiento, así como la posible afectación a los bienes jurídicos tutelados.

2. Para lo anterior, la Dirección Ejecutiva generará un Reporte de Cumplimiento de Pauta del concesionario o permisionario implicado para la debida integración del expediente y la elaboración del oficio de vista al Secretario del Consejo.
3. Una vez notificada la vista, el Secretario del Consejo determinará la procedencia del inicio de un procedimiento especial sancionador, mediante un acuerdo de admisión o propuesta de desechamiento, en términos del Reglamento de Quejas y Denuncias.
4. Durante los procesos electorales, la Dirección Ejecutiva podrá notificar una vista al Secretario del Consejo General para la valoración del inicio de un procedimiento especial sancionador, sin que medie la notificación de un requerimiento de información al concesionario o permisionario, en caso de presuntos incumplimientos cuya gravedad lo amerite. Para lo anterior, deberán valorarse la sistematicidad, la cantidad de mensajes omitidos, el periodo y la etapa en que se actualice el incumplimiento y/o la posible afectación a los principios que rigen los procesos comiciales. En estos casos, la vista realizada incluirá la justificación de la gravedad de la probable infracción.

#### **Artículo 61**

*De las vistas con motivo del incumplimiento de pautas por parte de los concesionarios y permisionarios derivadas de la transmisión de promocionales y/o programas excedentes a los pautados por el Instituto Federal Electoral*

1. Cuando el concesionario o permisionario no desahogue el requerimiento de información conforme a los plazos y condiciones previstas en este Reglamento, o no justifique la difusión de promocionales excedentes, la Dirección Ejecutiva determinará la procedencia de dar vista al Secretario del Consejo para que determine lo que en derecho corresponda. Para lo anterior, deberán valorarse, entre otros, la cantidad de mensajes excedentes, el periodo y la etapa en que se actualice la transmisión, y la posible afectación a los bienes jurídicos tutelados.
2. Para lo anterior, la Dirección Ejecutiva generará un Reporte de Excedentes para la debida integración del expediente y la elaboración del oficio de vista al Secretario del Consejo.
3. Una vez notificada la vista, el Secretario del Consejo General determinará la procedencia del inicio de un procedimiento especial sancionador, mediante un acuerdo de admisión o propuesta de desechamiento, en términos del Reglamento de Quejas y Denuncias.

#### **Artículo 62**

*De los requisitos necesarios para dar vista.*

1. La Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos al dar vista al Secretario del Consejo, deberá incluir en el expediente que remita al menos los elementos siguientes:
  - a) Una narración expresa y clara de los hechos en los que se funda y motiva la vista planteada, los preceptos legales que se estimen vulnerados, y de forma sucinta los motivos por los que considera que la conducta denunciada pudiera resultar contraventora de dicha normatividad;
  - b) La o las emisoras en que se detectaron los incumplimientos o excedentes motivo de la vista;

- c) El Reporte de Cumplimiento de Pauta o de Excedentes, según el caso;
- d) Los documentos en los que conste la notificación de las pautas y de los acuerdos aplicables, los requerimientos de información y las respuestas que en su caso, haya presentado el concesionario o permisionario de que se trate.
- e) El medio magnético, digital, óptico o de cualquier otra naturaleza, en el que consten las grabaciones de los días en que se detectaron los incumplimientos o transmisiones excedentes motivo de la vista o, en su caso, la precisión del mecanismo técnico por el que se podrá tener acceso a tales grabaciones;
- f) El periodo involucrado y el número de promocionales o programas omitidos o transmitidos como excedente a la pauta notificada, respecto de cada emisora involucrada en los hechos materia de la vista;
- g) Los días y horas en que fueron transmitidos los materiales excedentes, precisando con exactitud la fecha de inicio de su difusión y la última fecha en que fueron detectados, o el periodo en que fueron omitidos los mensajes pautados por el Instituto, y
- h) El número de folio o huella acústica asignado a cada promocional omitido o transmitido como excedente, así como la versión con que se identifica cada material televisivo o radiofónico.

**Artículo 63**

*De las quejas en materia de radio y televisión que formulen las autoridades administrativas electorales locales*

1. Los Vocales deberán remitir inmediatamente a la Secretaría del Consejo las denuncias que formulen las autoridades electorales de la entidad federativa correspondiente, relacionadas con presuntas violaciones en materia de radio y televisión.

**Artículo 64**

*De los casos de suspensión de difusión de promocionales con motivo del otorgamiento de medidas cautelares*

1. En el caso que con motivo del dictado de medidas cautelares se ordene la sustitución de materiales, el partido político correspondiente deberá entregar al Instituto el material de sustitución en un plazo no mayor a 6 horas a partir de la notificación del Acuerdo correspondiente.
2. Los concesionarios o permisionarios deberán de suspender la difusión del material ordenado en la medida cautelar en los plazos que acuerde la Comisión de Quejas y Denuncias o el Consejo.

**Capítulo V**

Del tiempo insuficiente

**Artículo 65**

*De la insuficiencia de tiempos en elecciones locales*

1. Cuando las autoridades electorales consideren insuficiente el tiempo en radio y televisión destinado a sus propios fines deberán solicitar por escrito al Instituto que determine lo conducente a fin de cubrir el tiempo faltante.
2. La solicitud deberá estar dirigida a la Secretaría Ejecutiva y deberá justificar la causa de la insuficiencia, así como referir con precisión los términos, condiciones y demás circunstancias para subsanarla. El Consejo resolverá lo conducente.

### Capítulo VI

De los Lineamientos Generales aplicables a los programas en radio y televisión que difundan noticias

#### Artículo 66

*De los Lineamientos Generales aplicables a los programas en radio y televisión que difundan noticias*

1. A partir del primero de julio de año anterior a la elección, el Comité presentará a los integrantes del Consejo una agenda de trabajo que contenga las fechas en las que habrán de prepararse los Lineamientos Generales aplicables a los programas en radio y televisión que difundan noticias a que hace mención el artículo 49, párrafo 7 del Código.
2. Los citados lineamientos serán elaborados de conformidad con las siguientes directrices:
  - a) Privilegiar la libertad de expresión y responsabilidad de los comunicadores;
  - b) Promover un decir noticioso imparcial y equitativo en la cobertura de las campañas electorales, partidos políticos y candidatos;
  - c) Promover una crítica respetuosa y abierta a los candidatos;
  - d) Procurar esquemas de comunicación de los monitoreos a que se refiere el artículo 76, párrafo 8, en forma conjunta con la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión y la Red de Radiodifusores Educativas y Culturales de México, A.C., preferentemente, y
  - e) Promover e impulsar programas de debate entre los candidatos.
3. Los resultados del monitoreo que se mencionan en el artículo 76, párrafo 8, del Código, así como las grabaciones base de los mismos serán públicos y podrán ser puestos a disposición del interesado para el ejercicio del derecho de réplica, en los términos de la ley de la materia.

### Capítulo VII

De las reformas al Reglamento

#### Artículo 67

*Del procedimiento para reformar el Reglamento*

1. El Consejo podrá reformar el contenido del presente Reglamento cuando así se requiera.
2. Podrán presentar propuesta de reforma:

- a) Los integrantes del Consejo;
  - b) Las Comisiones;
  - c) La Junta, y
  - d) El Comité.
3. Las reformas a este Reglamento se ajustarán al siguiente procedimiento:
- a) Toda propuesta de reforma se presentará al Presidente de la Junta, quien la turnará al Secretaría Ejecutiva;
  - b) La Junta elaborará un dictamen respecto de la propuesta de reforma, para lo cual podrá solicitar la opinión del Comité;
  - c) El dictamen se someterá a la consideración del Consejo, quien resolverá si lo rechaza, aprueba o modifica, y
  - d) De ser aprobada, la reforma quedará incorporada al texto del presente Reglamento, debiendo ordenarse su publicación en el Diario Oficial de la Federación y en la Gaceta del Instituto.

#### **TRANSITORIOS**

**PRIMERO.-** El presente Reglamento entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

**SEGUNDO.-** El catálogo a que se refiere el artículo 44, párrafo 4 del presente Reglamento, deberá ser aprobado por el Comité dentro de los treinta días hábiles siguientes a su entrada vigor.

ANEXO DOS



**Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos**

**Dictamen de factibilidad sobre la propuesta de reforma al  
Reglamento de Radio y Televisión**

**México, D.F., octubre de 2011**

## ÍNDICE

<b>PRESENTACIÓN</b>
<b>EL IFE COMO ADMINISTRADOR ÚNICO DE LOS TIEMPOS DEL ESTADO EN RADIO Y TELEVISIÓN</b>
<b>EL NÚMERO DE CARGOS DE ELECCIÓN BAJO EL MODELO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA DESDE 2008</b>
<b>EL NÚMERO DE EMISORAS QUE HAN INTEGRADO LOS CATÁLOGOS POR TIPO DE ELECCIÓN DESDE 2008</b>
<b>LOS PARTIDOS POLÍTICOS NACIONALES, LOCALES Y COALICIONES CON ACCESO A RADIO Y TELEVISIÓN DESDE 2008</b>
<b>TIEMPOS DE APROBACIÓN DE PAUTA POR TIPO DE ELECCIÓN DESDE 2008</b>
<b>DISTRIBUCIÓN DE PROMOCIONALES POR PAUTA Y TIPO DE ELECCIÓN DESDE 2008</b>
<b>RECEPCIÓN DE PROMOCIONALES DE PARTIDOS POLÍTICOS Y AUTORIDADES ELECTORALES PARA SU CALIFICACIÓN TÉCNICA 2009 – 2011</b>
<b>ENVÍO DE PROMOCIONALES DE PARTIDOS POLÍTICOS Y AUTORIDADES ELECTORALES VÍA SATÉLITE 2009 – 2011</b>
<b>NÚMERO DE ÓRDENES DE TRANSMISIÓN POR TIPO DE ELECCIÓN DURANTE 2010 Y 2011</b>
<b>EL CASO DE MEDIDAS CAUTELARES</b>
<b>LOS “BLOQUEOS” EN LA TRANSMISIÓN DE PROMOCIONALES</b>
<b>RESULTADOS DE LA CONSULTA PÚBLICA A CONCESIONARIOS Y PERMISIONARIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN</b>
<b>A MANERA DE CONCLUSIÓN: LA EXPERIENCIA ACUMULADA Y EL ESCENARIO DEL PROCESO ELECTORAL FEDERAL 2011 – 2012</b>

## PRESENTACIÓN

El 27 de junio de 2011, el Consejo General del Instituto Federal Electoral (IFE) aprobó una reforma al Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral. Con motivo de ese Acuerdo, identificado como CG194/2011, diversos actores interpusieron recursos de apelación ante el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF).

En consecuencia, el pasado 14 de septiembre del año en curso, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) resolvió los recursos de apelación identificados en los expedientes SUP-RAP-0146-2011 y acumulados, relativos a la aprobación de la reforma al Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.

En la resolución, del TEPJF identificó trece elementos que fueron controvertidos:

1. Inconstitucionalidad del artículo 53, párrafo 1, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales que fundamenta la facultad reglamentaria del Instituto Federal Electoral en la materia de radio y televisión.

Sobre este punto, la Sala Superior indicó que:

*“...los conceptos de agravio de los recurrentes son infundados, porque parten de la premisa inexacta de que la reserva de ley, establecida constitucionalmente, en materia de radio y televisión es de tal amplitud que el Instituto Federal Electoral no puede emitir reglamentos en esa materia”.*

2. Omisiones y violaciones procedimentales al aprobar el Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral.

En este sentido, el TEPJF resolvió que:

*“...para estar en condiciones de administrar en forma debida los tiempos del Estado en radio y televisión y que se garantice la prerrogativa de los partidos políticos al acceso efectivo a los medios de comunicación social, la autoridad electoral administrativa federal, como parte del Estado, debe tomar en consideración a los sectores social y privado, para que puedan concurrir en la regulación, para impulsar y organizar las áreas prioritarias del Estado, como es la radio y televisión. Así las cosas, debe tomar en consideración la capacidad de los sujetos obligados para hacer las transmisiones de los promocionales, con el objetivo de evitar medidas irracionales y el consecuente entorpecimiento u obstaculización de la oportuna y adecuada difusión de los programas, promocionales y mensajes de las autoridades y partidos políticos en materia electoral.*

*Así, ante la necesidad de armonizar los deberes constitucionales que tienen tanto la autoridad electoral administrativa federal, como las emisoras de radio y televisión, surge la necesidad de consultar a los sujetos a los cuales se dirige la norma, es decir, a las organizaciones que agrupan*

a los concesionarios y permisionarios de radio y televisión, así como a organismos especializados en esa materia.

*Esto es así, porque para tomar una decisión normativa en una de las áreas prioritarias del Estado, como es la radio y televisión, la cual está relacionada con aspectos técnicos sobre la forma en que se habrán de llevar a cabo las transmisiones de los promocionales de los partidos políticos, es necesario conocer la opinión de las partes interesadas, de las organizaciones de concesionarios y permisionarios, entidades especializadas, como es la Cámara Nacional de la Industria de Radio y la Televisión, para hacer posible que las normas que al efecto se emitan sean racionales y adecuadas, al tener en cuenta aquellos aspectos tecnológicos que propiciarán que las transmisiones de los materiales de los partidos políticos y autoridades electorales se lleven a cabo en forma eficaz, eficiente, oportuna y cabal, además de que se debe garantizar que el desarrollo de la industria de la radio y televisión, como actividad económica nacional, sea integral y sustentable.*

*En este orden de ideas, esta Sala Superior considera que se emitió el Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral sin que se haya consultado con las formalidades esenciales a las organizaciones de concesionarios y permisionarios ni a especialistas en la materia, lo cual es una violación al procedimiento para la elaboración de reglamentos”.*

### 3. Naturaleza y alcances de la facultad reglamentaria del Instituto Federal Electoral.

Sobre este punto, la Sala Superior del TEPJF señaló que:

*“...la autoridad administrativa electoral federal con base en la facultad reglamentaria prevista en los artículos 53, 74, párrafo 2, y 118, párrafo 1, incisos i) y z), del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales determinó reformar el "Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral", como se mencionó en párrafos que anteceden, para reducir los plazos para la ajustar la programación de concesionarios y permisionarios, con motivo de la modificación de pautas y de nuevas órdenes de transmisión y materiales de los partidos políticos y autoridades electorales notificadas por el instituto electoral federal, de lo cual se deduce que el acto impugnado está debidamente fundado”.*

### 4. Deficiente justificación de las reformas en relación con la funcionalidad del modelo previo.

Sobre este aspecto, destacan las siguientes consideraciones en la resolución del TEPJF (el énfasis en nuestro):

*“...esta Sala Superior considera que el Instituto Federal Electoral **debió realizar una motivación que justificara razonablemente la pertinencia de modificar los plazos de transmisión de los promocionales** en radio y televisión.*

La justificación a que se refiere el párrafo anterior, tendría un mayor sustento si se respaldara en un documento objetivo y pertinente que sirviera al Instituto Federal Electoral de soporte para justificar la implementación de la modificación reglamentaria impugnada.

Lo anterior es posible mediante la emisión de un dictamen de factibilidad en el que se explique detalladamente los escenarios que se esperan para las próximas elecciones tomando en consideración las condiciones de sustitución de materiales en los extremos máximos y mínimos.

Esto es, el diagnóstico podría contemplar evidencia objetiva que refleje cuál ha sido la experiencia del Instituto Federal Electoral en las elecciones que ha llevado a cabo bajo en nuevo modelo de comunicación político electoral en radio y televisión.

Como ya se señaló, la experiencia con la que cuenta el Instituto, respaldada con la evidencia documentada en poder de la propia autoridad responsable, constituyen elementos fundamentales para justificar por qué es factible la implementación de las reformas al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión.

Por tanto, si la experiencia y la evidencia son elementos necesarios para justificar las reformas al reglamento; resulta indiscutible que la modificación de los plazos podría sustentarse a partir de un dictamen que analice y explique la experiencia del Instituto Federal Electoral en los procesos electorales pasados; es decir, a partir de los insumos con los que cuenta el Instituto se podría realizar un análisis sobre cuántos promocionales se han ordenaron transmitir por cada elección; cuántos se ordenaron sustituir; cuántos partidos políticos participaron; quiénes sustituyeron promocionales; en qué tiempos solicitaron la sustitución de promocionales; cuántas sustituciones de materiales obedecieron a sustituciones enviadas por los partidos políticos y cuántas correspondieron a medidas cautelares o procedimientos sancionadores; en cuánto tiempo se trasmitían las sustituciones ordenadas; cuáles fueron los principales obstáculos para sustituir materiales, etcétera.

Asimismo, la experiencia documentada en los informes del Instituto Federal Electoral, podría revelar cuántos promocionales fueron regresados por los concesionarios y permisionarios al Instituto Federal Electoral por haber encontrado errores de contenido o problemas en el formato enviado por la autoridad. Ello con el propósito de conocer la pertinencia que los concesionarios y permisionarios realicen procesos de revisión de los materiales audiovisuales.

Los informes con los que cuenta la autoridad responsable constituyen evidencia fidedigna sobre la capacidad de respuesta de las televisoras y radiodifusoras frente a sustituciones de materiales audiovisuales por los partidos políticos, o cuando las sustituciones sean consecuencia de una orden emanada de un procedimiento especial sancionador.

Dichos insumos con los que cuenta el Instituto Federal Electoral, servirían de base para poder determinar la factibilidad de la modificación de los plazos de transmisión de promocionales, a partir de datos ciertos, cuantificables y objetivos.

Los insumos que la propia autoridad responsable tiene, tales como estadísticas de las órdenes de transmisión de los procesos electorales anteriores y demás informes, contribuirían en la elaboración de un dictamen de factibilidad que respaldaría los razonamientos por los que se justifiquen la modificación de plazos en la transmisión de promocionales.

Por todo lo anteriormente expuesto, este órgano jurisdiccional considera que las consideraciones del Instituto Federal Electoral para modificar el plazo entre la notificación de la autoridad y la transmisión del material audiovisual, son indebidas e insuficientes para justificar dicha medida.

Ello porque, la modificación del plazo merecía una justificación razonable, no sólo sobre la necesidad de la medida para simplificar el proceso de transmisión de los materiales, sino también **una justificación racional sobre la operatividad, es decir sobre el cumplimiento efectivo.**

Por ello, con independencia de que el plazo de dos ó tres días para transmitir los audiovisuales sea suficiente o permita la operatividad de las obligaciones de los concesionarios y permisionarios, las razones en las que se sustenta la autoridad responsable para justificar la reducción de los plazos, no ofrecen una motivación que permita soportar consistentemente que ese plazo es el necesario para llevar a cabo las obligaciones de los concesionarios y permisionarios.

Por todo lo anterior, **en caso de que el Consejo General del Instituto Federal Electoral determinara emitir un nuevo Reglamento, deberá motivarlo teniendo en consideración la realización de un diagnóstico de factibilidad** a partir de los propios datos con los que cuenta la autoridad responsable y que forman parte de la experiencia documentada del propio Instituto.

El diagnóstico deberá contener los elementos necesarios para poder justificar la razonabilidad y factibilidad de la modificación de los plazos para transmitir los promocionales de los partidos políticos y autoridades electorales. **De manera ejemplificativa, más no limitativa, a continuación se listan algunos de los datos que servirían de sustento en la elaboración del dictamen ordenado.**

- **Universo de promocionales que se han ordenado transmitir por cada proceso electoral.**
- **Cuántos partidos políticos participaron por elección (nacionales, locales, coaliciones).**
- **Cuántos concesionarios y permisionarios por elección fueron incluidos en los catálogos de transmisión para transmitir promocionales de partidos políticos y autoridades electorales.**
- **Cuántos concesionarios y permisionarios por elección se les ordenó bloquear promocionales de propaganda gubernamental.**
- **Cuántos promocionales se bajaron por elección atendiendo una orden de medidas cautelares.**
- **En qué tiempo se llevó a cabo el cambio de materiales por medidas cautelares.**
- **Cuántos promocionales por elección se ordenaron sustituir por los partidos políticos.**
- **En qué tiempo se llevó a cabo esa sustitución de materiales.**
- **Cuál fue el tiempo promedio máximo que se llevó a un concesionario y permisionario bajar o sustituir un promocional (si fue sancionado, explicar por qué fue el retraso).**
- **Cuál fue el tiempo promedio mínimo que llevó a un concesionario o permisionario bajar o sustituir un promocional.**

- **Análisis sobre cuantitativo sobre el número de promocionales máximos que se podrían sustituir a los concesionarios y permisionarios, atendiendo a escenarios máximos y mínimos.**

Los anteriores datos servirían al Instituto Federal Electoral para hacer un estudio de factibilidad en la reducción de los plazos, sin necesidad de allegarse de datos de externos. Los insumos antes referidos, constituyen una evidencia objetiva y certera pues son los que más se apegan a la realidad y podrían dar un escenario general de lo que podría esperarse para los procesos electorales siguientes, entre ellos el federal de dos mil doce.

Para lo anterior, **el diagnóstico tendría que tomar en cuenta elementos como el número de promocionales que se avecinan para el próximo proceso electoral federal, el número de cargos a elegir, la participación de siete partidos políticos nacionales y partidos políticos con registro local, las complejidades del bloqueo, entre otros temas relevantes**".

Hasta este punto, la Sala Superior del TEPJF estimó innecesario el estudio de los restantes motivos de inconformidad, así como el pronunciamiento respecto de las pruebas ofrecidas por las partes, a saber:

5. Incapacidad técnica de concesionarios y permisionarios para cumplir los plazos.
6. Ilegalidad del reglamento por establecimiento de obligaciones no previstas en ley.
7. Ilegalidad e incertidumbre de notificación electrónica y satelital, e ilegal establecimiento de facultad discrecional del Director Ejecutivo de Prerrogativas relacionada con la autorización de cambio de régimen de entrega de materiales.
8. Ilegalidad del régimen de excepción previsto para emisoras permisionarias, "comunitarias" y "piratas".
9. Ilegalidad e incertidumbre jurídica como resultado de la remisión a lineamientos futuros, respecto de los procedimientos a seguir para el cumplimiento de las obligaciones que el nuevo Reglamento impone.
10. Omisión de prever la notificación de catálogo para elecciones extraordinarias y las consecuencias del incumplimiento por caso fortuito o fuerza mayor, así como omisiones y falta de certeza sobre el procedimiento para la evaluación técnica de los materiales de partidos políticos.
11. Falta de capacidad técnica y humana del Instituto Federal Electoral.
12. Contradicción entre artículos reglamentarios y entre éstos y los considerandos del mismo Reglamento.
13. Ilegalidad del reglamento por obstaculizar el cumplimiento de la ley.

Desde esta narrativa, es evidente que el TEPJF ordenó la realización de un diagnóstico de factibilidad. El máximo órgano jurisdiccional en materia electoral precisó: **"...en caso de que el Consejo General del**

**Instituto Federal Electoral determinara emitir un nuevo Reglamento, deberá motivarlo teniendo en consideración la realización de un diagnóstico de factibilidad...**". En consecuencia, este documento da cumplimiento a la instrucción del TEPJF al proporcionar la motivación al conjunto de reformas al Reglamento de Radio y Televisión, particularmente, la modificación de los plazos para la sustitución de promocionales por parte de los concesionarios y permisionarios de la radio y la televisión en México.

#### I. EL IFE COMO ADMINISTRADOR ÚNICO DE LOS TIEMPOS DEL ESTADO EN RADIO Y TELEVISIÓN

Con motivo de la reforma electoral 2007 – 2008, el IFE se convirtió en depositario de la administración de los tiempos del Estado en radio y televisión en materia electoral; y, en la única para la transmisión de propaganda electoral en radio y televisión. En esta función, **el IFE ha administrado, desde 2008, un conjunto de 51 elecciones (1 federal, 39 locales y 11 extraordinarias)**, tal como se muestra en la siguiente tabla:

N°	Tipo de elección	Año	Entidad	Precampaña	Intercampaña	Campaña	Veda	Jornada Electoral
1	PEF	2009	Proceso Electoral Federal	31 de enero al 11 de marzo	12 de marzo al 2 de mayo	3 de mayo al 1 de julio	2 al 4 de julio	5 de julio
2	PEL	2010	Aguascalientes	3 de marzo al 9 de abril	10 de abril al 3 de mayo	4 de mayo al 30 de junio	1 al 4 de julio	4 de julio
3	PEL	2010	Baja California	12 de marzo al 17 de abril	18 de abril al 5 de mayo	6 de mayo al 30 de junio	1 al 4 de julio	4 de julio
4	PEL	2011	Baja California Sur	10 de agosto al 30 de septiembre de 2010	1 de octubre al 15 de noviembre de 2010	16 de noviembre de 2010 al 2 de febrero de 2011	3 al 6 de febrero	6 de febrero
5	PEL©	2009	Campeche	12 de febrero al 10 de abril	---	11 de abril al 1 de julio	2 al 4 de julio	5 de julio
6	PEL	2008	Coahuila	8 al 25 de agosto	26 de agosto al 10 de septiembre	11 de septiembre al 15 de octubre	16 al 18 de octubre	19 de octubre
7	PEL	2009	Coahuila	13 al 27 de agosto	28 de agosto al 14 de septiembre	15 de septiembre al 14 de octubre	15 al 17 de octubre	18 de octubre
8	PEX	2010	Coahuila	30 de mayo al 3 de junio	4 al 20 de junio	21 al 30 de junio	1 al 3 de julio	4 de julio

N°	Tipo de elección	Año	Entidad	Precampaña	Intercampaña	Campaña	Veda	Jornada Electoral
9	PEL	2011	Coahuila	Gob. 5 al 27 de enero Diputados y Ayuntamientos 14 de febrero al 2 de marzo	28 de enero al 13 de febrero 3 de marzo al 15 de mayo	16 de mayo al 29 de junio	30 de junio al 3 de julio	3 de julio
10	PEL©	2009	Colima	10 de febrero al 11 de marzo	12 de marzo al 18 de abril	19 de abril al 1 de julio	2 al 4 de julio	5 de julio
11	PEL	2010	Chiapas	2 al 11 de abril	12 de abril al 31 de mayo	1 al 30 de junio	1 al 4 de julio	4 de julio
12	PEL	2010	Chihuahua	Gobernador 13 de enero al 26 de febrero Diputados y Ayuntamientos 11 de marzo al 9 de abril	27 de febrero al 10 de marzo 10 de abril al 16 de abril	17 de abril al 30 de junio	1 al 4 de julio	4 de julio
13	PEL©	2009	Distrito Federal	20 de febrero al 21 de marzo	22 de marzo al 17 de mayo	18 de mayo al 1 de julio	2 al 4 de julio	5 de julio
14	PEL	2010	Durango	15 de enero al 8 de marzo	9 de marzo al 11 de abril	12 de abril al 30 de junio	1 al 4 de julio	4 de julio
15	PEL©	2009	Guanajuato	20 de febrero al 31 de marzo	1 de abril al 2 de mayo	3 de mayo al 1 de julio	2 al 4 de julio	5 de julio
16	PEL	2008	Guerrero	10 al 30 de junio	1 de julio al 18 de agosto	19 de agosto al 1 de octubre	2 al 4 de octubre	5 de octubre
17	PEX	2009	Guerrero	---	---	26 de marzo al 15 de abril de 2009	16 al 18 de abril	19 de abril
18	PEL	2011	Guerrero	25 de agosto al 14 de septiembre de 2010	15 de septiembre al 2 de noviembre de 2010	3 de noviembre de 2010 al 26 de enero de 2011	27 al 30 de enero	30 de enero
19	PEL	2008	Hidalgo	8 al 10 de septiembre	11 de septiembre al 9 de octubre	10 de octubre al 5 de noviembre	6 al 8 de noviembre	9 de noviembre

N°	Tipo de elección	Año	Entidad	Precampaña	Intercampaña	Campaña	Veda	Jornada Electoral
20	PEX	2009	Hidalgo	16 de abril al 30 de abril	1 de mayo al 5 de junio	6 de junio al 1 de julio	2 al 4 de julio	5 de julio
21	PEL	2010	Hidalgo	20 de febrero al 11 de marzo	12 de marzo al 11 de mayo	12 de mayo al 30 de junio	1 al 4 de julio	4 de julio
22	PEL	2011	Hidalgo	11 al 25 de marzo	26 de marzo al 30 de mayo	31 de mayo al 29 de junio	30 de junio al 3 de julio	3 de julio
23	PEL©	2009	Jalisco	22 de enero al 11 de marzo	12 de marzo al 2 de mayo	3 de mayo al 1 de julio	2 al 4 de julio	5 de julio
24	PEX	2009	Jalisco	---	---	3 al 9 de diciembre	10 al 12 de diciembre	13 de diciembre
25	PEL©	2009	México	2 al 31 de marzo	1 de abril al 6 de mayo	7 de mayo al 1 de julio	2 al 4 de julio	5 de julio
26	PEL	2011	México	28 de marzo al 6 de abril	7 de abril al 15 de mayo	16 de mayo al 29 de junio	30 de junio al 3 de julio	3 de julio
27	PEL	2011	Michoacán	11 de junio al 27 de julio	28 de julio al 30 de agosto	31 de agosto al 9 de noviembre	30 de junio al 3 de julio	13 de noviembre
28	PEL©	2009	Morelos	9 de febrero al 20 de marzo	21 de marzo al 2 de mayo	3 de mayo al 1 de julio	2 al 4 de julio	5 de julio
29	PEL	2008	Nayarit	28 de abril al 17 de mayo	18 de mayo al 2 de junio	3 de junio al 2 de julio	3 al 5 de julio	6 de julio
30	PEL	2011	Nayarit	Gob. 14 de marzo al 20 de abril Diputados y Ayuntamientos 28 de abril al 3 de mayo	21 al 27 de abril	4 de mayo al 29 de junio	30 de junio al 3 de julio	3 de julio
31	PEL©	2009	Nuevo León	31 de enero al 31 de marzo	1 al 2 de abril	3 de abril al 1 de julio	2 al 4 de julio	5 de julio
32	PEL	2010	Oaxaca	Gobernador 13 de marzo al 1 de abril	2 al 6 de abril	2 de mayo al 30 de junio	1 al 4 de julio	4 de julio

N°	Tipo de elección	Año	Entidad	Precampaña	Intercampaña	Campaña	Veda	Jornada Electoral
				Diputados 7 al 21 de abril Concejales. 22 de abril al 1 de mayo				
33	PEX	2010	Oaxaca	7 al 16 de septiembre	17 de septiembre al 11 de octubre	12 de octubre al 10 de noviembre	11 al 13 de noviembre	14 de noviembre
34	PEX	2011	Oaxaca	4 al 13 de febrero	14 de marzo al 21 de febrero	22 de febrero al 23 de marzo	24 al 26 de marzo	27 de marzo
35	PEL	2010	Puebla	21 de enero al 21 de marzo	22 de marzo al 1 de abril	2 de abril al 30 de junio	1 al 4 de julio	4 de julio
36	PEX	2011	Puebla	6 al 22 de mayo	23 al 31 de mayo	1 al 29 de junio	30 de junio al 3 de julio	3 de julio
37	PEL©	2009	Querétaro	26 de marzo al 24 de abril	25 de abril al 17 de mayo	18 de mayo al 1 de julio	2 al 4 de julio	5 de julio
38	PEX	2009	Quintana Roo	5 de noviembre al 6 de diciembre de 2008	7 al 11 de diciembre de 2008	12 de diciembre de 2008 al 28 de enero de 2009	29 enero al 31 de enero de 2009	1 de febrero
39	PEL	2010	Quintana Roo	25 de marzo al 5 de mayo		6 de mayo al 30 de junio	1 al 4 de julio	4 de julio
40	PEL©	2009	San Luis Potosí	20 de noviembre de 2008 al 18 de enero de 2009	19 de enero al 2 de abril	3 de abril al 1 de julio	2 al 4 de julio	5 de julio
41	PEL	2010	Sinaloa	30 de marzo al 30 de abril	1 al 13 de mayo	14 de mayo al 30 de junio	1 al 4 de julio	4 de julio
42	PEL©	2009	Sonora	24 de febrero al 2 de abril		3 de abril al 1 de julio	2 al 4 de julio	5 de julio
43	PEL	2009	Tabasco	6 de julio al 4 de agosto	5 de agosto al 3 de septiembre	4 de septiembre al 14 de octubre	15 al 17 de octubre	18 de octubre

N°	Tipo de elección	Año	Entidad	Precampaña	Intercampaña	Campaña	Veda	Jornada Electoral
44	PEL	2010	Tamaulipas	13 de febrero al 20 de marzo	21 de marzo al 8 de mayo	9 de mayo al 30 de junio	1 al 4 de julio	4 de julio
45	PEL	2010	Tlaxcala	15 de marzo al 20 de abril	21 de abril al 5 de mayo	6 de mayo al 30 de junio	1 al 4 de julio	4 de julio
46	PEX	2010	Tlaxcala		22 de septiembre al 6 de octubre	7 al 13 de octubre	14 al 16 de octubre	17 de octubre
47	PEL	2010	Veracruz	17 de marzo al 17 de abril	18 de abril al 12 de mayo	13 de mayo al 30 de junio	1 al 4 de julio	4 de julio
48	PEX	2011	Veracruz	29 de marzo al 10 de abril	11 al 28 de abril	29 de abril al 25 de mayo	26 al 29 de mayo	29 de mayo
49	PEL	2010	Yucatán	5 de enero al 13 de febrero	14 de febrero al 13 de marzo	14 de marzo al 12 de mayo	13 al 16 de mayo	16 de mayo
50	PEX	2010	Yucatán	17 al 21 de septiembre	22 al 24 de septiembre	25 de septiembre al 6 de octubre	7 al 9 de octubre	10 de octubre
51	PEL	2010	Zacatecas	22 de enero al 8 de marzo	9 de marzo al 16 de abril	17 de abril al 30 de junio	1 al 4 de julio	4 de julio

**Nota:** Esta tabla no incluye el proceso electoral en Michoacán que aún está en etapa de campaña.

PEF: Proceso Electoral Federal.

PEL©: Proceso Electoral Local coincidente con el Federal.

PEL: Proceso Electoral Local.

PEX: Proceso Electoral Extraordinario.

De esta **experiencia acumulada**, destaca la administración de los tiempos del Estado probada en un **Proceso Electoral Federal intermedio (2009) con 11 elecciones coincidentes**, pues durante el Proceso Electoral Federal 2011 – 2012 el número de coincidentes ascenderá a 15 elecciones locales. En este marco, vale la pena señalar que el IFE ya administró tiempos del Estado en radio y televisión en **un conjunto de 15 elecciones locales de manera simultánea durante el primer semestre de 2010**, cifra exacta de lo que representa el esfuerzo de la autoridad administrativa electoral federal enfrentará el próximo año.

## II. EL NÚMERO DE CARGOS DE ELECCIÓN BAJO EL MODELO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA DESDE 2008

Desde la implementación del modelo de comunicación política emanado de la reforma electoral 2007 – 2008, la competencia por la representación política federal, estatal y municipal ha sido cubierta en radio y televisión bajo la responsabilidad del IFE. **De 2008 a la fecha, el conjunto de elecciones federales, locales y extraordinarias han tenido como propósito la votación por 4,720 cargos**, como se muestra en la siguiente tabla:

N°	Tipo	Año	Entidad	Gobernador	Dip. MR	Dip. RP	Ayuntamientos	Pdts. de Comunidad	Total
1	PEF	2009	Proceso Electoral Federal	---	300	200	---	---	500
2	PEL	2010	Aguascalientes	1	18	9	11	---	39
3	PEL	2010	Baja California	---	16	9	5	---	30
4	PEL	2011	Baja California Sur	1	16	5	5	---	27
5	PEL©	2009	Campeche	1	21	14	11	---	47
6	PEL	2008	Coahuila	---	20	11	---	---	31
7	PEL	2009	Coahuila	---	---	---	38	---	38
8	PEX	2010	Coahuila	---	---	---	2	---	2
9	PEL	2011	Coahuila	1	16	9	---	---	26
10	PEL©	2009	Colima	1	16	9	10	---	36
11	PEL	2010	Chiapas	---	24	16	118	---	158
12	PEL	2010	Chihuahua	1	22	11	67	---	101
13	PEL©	2009	Distrito Federal	---	40	26	16	---	82
14	PEL	2010	Durango	1	17	13	39	---	70
15	PEL©	2009	Guanajuato	---	22	14	46	---	82
16	PEL	2008	Guerrero	---	28	18	81	---	127
17	PEX	2009	Guerrero	---	---	---	1	---	1
18	PEL	2011	Guerrero	1	---	---	---	---	1
19	PEL	2008	Hidalgo	---	18	12	84	---	114
20	PEX	2009	Hidalgo	---	---	---	3	---	3

N°	Tipo	Año	Entidad	Gobernador	Dip. MR	Dip. RP	Ayuntamientos	Pdts. de Comunidad	Total
21	PEL	2010	Hidalgo	1	18	12	---	---	31
22	PEL	2011	Hidalgo	---	---	---	84	---	84
23	PEL©	2009	Jalisco	---	20	19	125	---	164
24	PEX	2009	Jalisco	---	---	---	2	---	2
25	PEL©	2009	México	---	45	30	125	---	200
26	PEL	2011	México	1	---	---	---	---	1
27	PEL	2011	Michoacán	1	24	16	113	---	154
28	PEL©	2009	Morelos	---	18	12	33	---	63
29	PEL	2008	Nayarit	---	18	12	20	---	50
30	PEL	2011	Nayarit	1	18	12	20	---	51
31	PEL©	2009	Nuevo León	1	26	16	51	---	94
32	PEL	2010	Oaxaca	1	25	17	570	---	613
33	PEX	2010	Oaxaca	---	---	---	1	---	1
34	PEX	2011	Oaxaca	---	---	---	1	---	1
35	PEL	2010	Puebla	1	26	15	217	---	259
36	PEX	2011	Puebla	---	---	---	2	---	2
37	PEL©	2009	Querétaro	1	15	10	18	---	44
38	PEX	2009	Quintana Roo	---	---	---	1	---	1
39	PEL	2010	Quintana Roo	1	15	10	9	---	35
40	PEL©	2009	San Luis Potosí	1	15	12	58	---	86
41	PEL	2010	Sinaloa	1	24	16	18	---	59
42	PEL©	2009	Sonora	1	21	12	72	---	106
43	PEL	2009	Tabasco	---	21	14	17	---	52
44	PEL	2010	Tamaulipas	1	22	14	43	---	80
45	PEL	2010	Tlaxcala	1	19	13	60	391	484
46	PEX	2010	Tlaxcala	---	---	---	---	2	2
47	PEL	2010	Veracruz	1	30	20	212	---	263
48	PEX	2011	Veracruz	---	---	---	2	---	2
49	PEL	2010	Yucatán	---	15	10	106	---	131

N°	Tipo	Año	Entidad	Gobernador	Dip. MR	Dip. RP	Ayuntamientos	Pdts. de Comunidad	Total
50	PEX	2010	Yucatán	---	---	---	1	---	1
51	PEL	2010	Zacatecas	1	18	12	58	---	89
			<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>1,047</b>	<b>680</b>	<b>2,576</b>	<b>393</b>	<b>4,720</b>

**Nota:** Esta tabla no incluye el proceso electoral en Michoacán que aún está en etapa de campaña.

PEF: Proceso Electoral Federal.

PEL©: Proceso Electoral Local coincidente con el Federal.

PEL: Proceso Electoral Local.

PEX: Proceso Electoral Extraordinario.

Tomando como referencia que **de cara a la elección federal en 2012 y el grupo de 15 elecciones que coincidirán con ella, se competirá por 2,101 cargos**, es importante destacar que durante el **Proceso Electoral Federal intermedio (2009) y las 11 elecciones locales coincidentes con la federal, la competencia política fue por 1,504**. Durante las elecciones locales celebradas el **primer semestre de 2010, la competencia por cargos de elección ascendió a 2,051** sin incluir los 391 presidentes de comunidad que se eligieron en Tlaxcala durante ese periodo.

De lo anterior **se concluye que en cuanto al número de cargos de elección popular disputados durante los procesos electorales, el IFE ha administrado los tiempos del Estado en radio y televisión para un número mayor de cargos que los que serán elegidos en el proceso electoral federal que ya se encuentra en curso.**

### III. EL NÚMERO DE EMISORAS QUE HAN INTEGRADO LOS CATÁLOGOS POR TIPO DE ELECCIÓN DESDE 2008

Con respecto al número de emisoras que se han incluido en cada catálogo aprobado por el Comité de Radio y Televisión del IFE desde 2008, el número total asciende a 4,067. De los datos de la siguiente tabla, es importante señalar que durante el **Proceso Electoral Federal intermedio (2009) y las 11 elecciones locales coincidentes con la federal, el número de emisoras con pauta del IFE fue de 2,077**, tomando en consideración que en ese entonces el TEPJF no había emitido las resoluciones SUP-RAP-204/2010 y acumulado, y SUP-RAP-211/2010 y acumulados; ni la tesis de jurisprudencia identificada con el número 21/2010, con el rubro *"RADIO Y TELEVISIÓN. LOS CONCESIONARIOS Y PERMISIONARIOS DEBEN DIFUNDIR LOS MENSAJES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y DE LAS AUTORIDADES ELECTORALES, CON INDEPENDENCIA DEL TIPO DE PROGRAMACIÓN Y LA FORMA EN QUE LA TRANSMITAN"*, y tampoco había sido pronunciada la tesis relevante identificada con el número XXIII/2009, con el rubro *"RADIO Y TELEVISIÓN. EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL CARECE DE ATRIBUCIONES PARA EXIMIR A LOS CONCESIONARIOS Y PERMISIONARIOS DE SU OBLIGACIÓN DE TRANSMITIR LOS MENSAJES DE LAS AUTORIDADES ELECTORALES Y DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS"*.

Durante las elecciones locales celebradas el **primer semestre de 2010**, el número de emisoras fue de **1,037**, incluyendo 4 procesos electorales extraordinarios.

Por lo que respecta a los procesos electorales transcurridos **durante el 2011 (sin considerar el proceso que se encuentra en curso en el estado de Michoacán)**, **484 emisoras fueron incluidas en los catálogos respectivos y en consecuencia, fueron aprobadas y notificadas el mismo número de pautas** para la transmisión de los mensajes electorales.

La siguiente tabla presenta el número de emisoras incluidas en los catálogos de medios aprobados para cada elección:

N°	Tipo	Año	Entidad	Radio	Televisión	Total
1	PEF	2009	Proceso Electoral Federal	1,004	316	1,320
2	PEL	2010	Aguascalientes	21	6	27
3	PEL	2010	Baja California	70	24	94
4	PEL	2011	Baja California Sur	24	8	32
5	PEL©	2009	Campeche	20	10	30
6	PEL	2008	Coahuila	91	36	127
7	PEL	2009	Coahuila	90	22	112
8	PEX	2010	Coahuila	5	0	5
9	PEL	2011	Coahuila	91	34	125
10	PEL©	2009	Colima	19	11	30
11	PEL	2010	Chiapas	51	32	83
12	PEL	2010	Chihuahua	85	36	121
13	PEL©	2009	Distrito Federal	59	10	69
14	PEL	2010	Durango	27	11	38
15	PEL©	2009	Guanajuato	62	35	97
16	PEL	2008	Guerrero	51	22	73
17	PEX	2009	Guerrero	1	0	1
18	PEL	2011	Guerrero	50	16	66
19	PEL	2008	Hidalgo	30	15	45
20	PEX	2009	Hidalgo	8	6	14
21	PEL	2010	Hidalgo	24	10	34
22	PEL	2011	Hidalgo	24	10	34

N°	Tipo	Año	Entidad	Radio	Televisión	Total
23	PEL©	2009	Jalisco	91	12	103
24	PEX	2009	Jalisco	23	0	23
25	PEL©	2009	México	27	8	35
26	PEL	2011	México	57	14	71
27	PEL	2011	Michoacán	72	35	107
28	PEL©	2009	Morelos	24	5	29
29	PEL	2008	Nayarit	23	10	33
30	PEL	2011	Nayarit	24	10	34
31	PEL©	2009	Nuevo León	68	34	102
32	PEL	2010	Oaxaca	50	56	106
33	PEX	2010	Oaxaca	2	0	2
34	PEX	2011	Oaxaca	3	0	3
35	PEL	2010	Puebla	45	8	53
36	PEX	2011	Puebla	5	0	5
37	PEL©	2009	Querétaro	21	5	26
38	PEX	2009	Quintana Roo	4	1	5
39	PEL	2010	Quintana Roo	26	16	42
40	PEL©	2009	San Luis Potosí	32	10	42
41	PEL	2010	Sinaloa	55	15	70
42	PEL©	2009	Sonora	119	75	194
43	PEL	2009	Tabasco	28	8	36
44	PEL	2010	Tamaulipas	92	36	128
45	PEL	2010	Tlaxcala	6	5	11
46	PEX	2010	Tlaxcala	4	0	4
47	PEL	2010	Veracruz	113	25	138
48	PEX	2011	Veracruz	7	0	7
49	PEL	2010	Yucatán	35	9	44
50	PEX	2010	Yucatán	6	0	6
51	PEL	2010	Zacatecas	18	13	31
			<b>Total</b>	<b>2,987</b>	<b>1,080</b>	<b>4,067</b>

**Nota:** Esta tabla no incluye el proceso electoral en Michoacán que aún está en etapa de campaña.

PEF: Proceso Electoral Federal.

PEL©: Proceso Electoral Local coincidente con el Federal.

PEL: Proceso Electoral Local.

PEX: Proceso Electoral Extraordinario.

Para el Proceso Electoral Federal 2011 – 2012 y las 15 elecciones concurrentes, 2,335 (los combos de transición AM – FM, cuentan por una señal) emisoras de radio y televisión serán incluidas en los catálogos que para cada elección serán aprobados por el IFE, de modo que a cada una de estas emisoras les será notificada una pauta para que participen en la cobertura de los procesos electivos correspondientes.

Si bien el número de emisoras que serán pautadas con motivo de los procesos electorales federal y locales que concluirán en el mes de julio de 2012 es mayor al que se ha pautado en 2008 (en el cual se ordenaron pautados a 278 medios), en 2009 (2,268 emisoras), en 2010 (1,037 estaciones de radio y televisión), y en el 2011 (484 medios), el plazo para la notificación de pautas no sufrió ninguna modificación respecto del reglamento hoy vigente, y la entrega de los pautados y de los acuerdos por los que se formalice su aprobación tampoco fue cambiada, esto es, el esquema y plazos para la entrega de pautas no cambió en el proyecto de Reglamento de Radio y Televisión que se analiza.

**IV. LOS PARTIDOS POLÍTICOS NACIONALES, LOCALES Y COALICIONES CON ACCESO A RADIO Y TELEVISIÓN DESDE 2008**

El conjunto de elecciones federales, locales y extraordinarias **han participado como mínimo 6 partidos políticos y como máximo 12**. Destaca que el **registro de 36 coaliciones totales obliga a la modificación de la pauta** en el segmento correspondiente al 30% igualitario. La siguiente lista da cuenta precisa de ello:

N°	Tipo	Año	Entidad	N° de partidos políticos nacionales	N° de partidos políticos locales	Nombre y siglas del partido local	N° de coaliciones	Nombre de la coalición y partidos coaligados	Total
1	PEF	2009	Proceso Electoral Federal	8	0		1	PT-CONV	9
2	PEL	2010	Aguascalientes	7	0		0		7
3	PEL	2010	Baja California	7	2	Partido Estatal de Baja California (PEBC)	0	Alianza por Baja California (PAN-PNA-	9

N°	Tipo	Año	Entidad	N° de partidos políticos nacionales	N° de partidos políticos locales	Nombre y siglas del partido local	N° de coaliciones	Nombre de la coalición y partidos coaligados	Total
						Partido Encuentro Social (PSD)		PES) Alianza por un Gobierno Responsable (PRI-PVEM) Por la Reconstrucción de Baja California (PT-CONV)	
4	PEL	2011	Baja California Sur	7	1	Partido de la Renovación Sudcaliforniana (PRS)	3	La Alianza es Contigo (PAN-PRS) Unidos por BCS (PRI-PVEM) Sudcalifornia para Todos (PRD-PT)	11
5	PEL©	2009	Campeche	8	0		0		8
6	PEL	2008	Coahuila	6	2	Partido Unidad Democrática de Coahuila (PUDC) Partido Cardenista Coahuilense (PCC)	0		8
7	PEL	2009	Coahuila	8	1	Partido Unidad Democrática de Coahuila (PUDC)	0		9
8	PEX	2010	Coahuila	6	0		2	Unidos por la Paz y el Progreso (PAN-PRD-PT- CONV)" Por la transformaci	8

N°	Tipo	Año	Entidad	N° de partidos políticos nacionales	N° de partidos políticos locales	Nombre y siglas del partido local	N° de coaliciones	Nombre de la coalición y partidos coaligados	Total
								ón de Oaxaca (PRI-PVEM)	
9	PEL	2011	Coahuila	7	3	Partido Unidad Democrática de Coahuila (PUDC) Partido Primero Coahuila (PPC) Partido Social Demócrata (PSD)	1	Coahuila Libre y Seguro (PAN-PUDC)	11
10	PEL©	2009	Colima	8	1	Asociación por la Democracia Colimense (ADC)	0		9
11	PEL	2010	Chiapas	7	1	Partido Socialdemócrata (PSD)	0		8
12	PEL	2010	Chihuahua	7	0		0		7
13	PEL©	2009	Distrito Federal	8	0		0		8
14	PEL	2010	Durango	7	1	Partido Duranguense (PD)	1	Durango nos Une (PAN-PRD-CONV)	9
15	PEL©	2009	Guanajuato	8	0		0		8
16	PEL	2008	Guerrero	7	1	Partido Alianza por Guerrero (PAG)	0		8
17	PEX	2009	Guerrero	6	0		0		6

N°	Tipo	Año	Entidad	N° de partidos políticos nacionales	N° de partidos políticos locales	Nombre y siglas del partido local	N° de coaliciones	Nombre de la coalición y partidos coaligados	Total
18	PEL	2011	Guerrero	7	0		2	Tiempos Mejores para Guerrero (PRI-PVEM-PNA) Guerrero nos Une (PRD-PT-CONV)	9
19	PEL	2008	Hidalgo	8	0		0		8
20	PEX	2009	Hidalgo	7	0		0		7
21	PEL	2010	Hidalgo	7	0		0		7
22	PEL	2011	Hidalgo	7	0		0		7
23	PEL©	2009	Jalisco	6	0		1	PRI-PNA	7
24	PEX	2009	Jalisco	7	0		0		7
25	PEL©	2009	México	8	1	Partido Futuro Democrático (PFD)	0		9
26	PEL	2011	México	7	0		2	Unidos Por Ti (PRI-PVEM-PNA) Unidos Podemos Más (PRD-PT-CONV)	9
27	PEL	2011	Michoacán	7	0		0		7
28	PEL©	2009	Morelos	8	0		0		8
29	PEL	2008	Nayarit	8	1	Partido de la Revolución Socialista (PRS)	3	Juntos por el Bien de Todos (PRD-PVEM) Por el Bien de Nayarit	12

N°	Tipo	Año	Entidad	N° de partidos políticos nacionales	N° de partidos políticos locales	Nombre y siglas del partido local	N° de coaliciones	Nombre de la coalición y partidos coaligados	Total
								(PRS-CONV) Por el Nayarit que Todos Queremos (PRI-PNA)	
30	PEL	2011	Nayarit	7	1	Partido de la Revolución Socialista (PRS)	3	Nayarit Paz y Trabajo (PAN-PRD) Alianza por el Cambio Verdadero (PT-CONV) Nayarit nos Une (PRI-PVEM-PNA)	11
31	PEL©	2009	Nuevo León	8	2	Partido Demócrata (PD) Partido Cruzada Ciudadana (PCC)	0		10
32	PEL	2010	Oaxaca	7	1	Partido Unidad Popular (PUP)	2	Unidos por la Paz y el Progreso (PAN-PRD-PT) Por la Transformación de Oaxaca (PRI-PVEM)	10
33	PEX	2010	Oaxaca	6	0		2	Unidos por la Paz y el Progreso (PAN-PRD-PT-CONV)" Por la transformaci	8

N°	Tipo	Año	Entidad	N° de partidos políticos nacionales	N° de partidos políticos locales	Nombre y siglas del partido local	N° de coaliciones	Nombre de la coalición y partidos coaligados	Total
								ón de Oaxaca (PRI-PVEM)	
34	PEX	2011	Oaxaca	6	0		2	Unidos por la Paz y el Progreso (PAN-PRD-PT- CONV)" Por la transformaci ón de Oaxaca (PRI-PVEM)	8
35	PEL	2010	Puebla	7	0		2	Alianza Puebla Avanza (PRI-PVEM) Compromiso por Puebla (PAN-PRD-CONV-PNA)	9
36	PEX	2011	Puebla	7	0		0		7
37	PEL©	2009	Querétaro	8	0		0		8
38	PEX	2009	Quintana Roo	7	0		1	Tulum es primero (PRI-PVEM)	8
39	PEL	2010	Quintana Roo	7	0		0		7
40	PEL©	2009	San Luis Potosí	8	1	Partido Conciencia Popular (PCP)	0		9
41	PEL	2010	Sinaloa	7	0		2	Alianza Para Ayudar a la Gente (PRI-PVEM-PNA) Con Malova de Corazón	9

N°	Tipo	Año	Entidad	N° de partidos políticos nacionales	N° de partidos políticos locales	Nombre y siglas del partido local	N° de coaliciones	Nombre de la coalición y partidos coaligados	Total
								por Sinaloa (PAN-PRD-CONV)	
42	PEL©	2009	Sonora	8	0		1	PRI-PVEM-PNA	9
43	PEL	2009	Tabasco	8	0		1	Primero Tabasco (PRI-PNA-PSD)	9
44	PEL	2010	Tamaulipas	7	0		0		7
45	PEL	2010	Tlaxcala	7	5	Partido Alianza Ciudadana (PAC) Partido Socialista (PS) Partido Popular (PP) Partido Liberal Tlaxcalteca (PLT) Partido del Pueblo Tlaxcalteca (PPT)	0		12
46	PEX	2010	Tlaxcala	7	2	Partido Alianza Ciudadana (PAC) Partido Socialista (PS)	0		9
47	PEL	2010	Veracruz	7	1	Partido Revolucionario Veracruzano (PRV)	2	Para Cambiar Veracruz (PRD-PT-CONV) Veracruz para	10

N°	Tipo	Año	Entidad	N° de partidos políticos nacionales	N° de partidos políticos locales	Nombre y siglas del partido local	N° de coaliciones	Nombre de la coalición y partidos coaligados	Total
								Adelante (PRI-PVEM-PNA)	
48	PEX	2011	Veracruz	7	0		0		7
49	PEL	2010	Yucatán	7	1	Partido Alianza por Yucatán (PAY)	0		8
50	PEX	2010	Yucatán	7	0		0		7
51	PEL	2010	Zacatecas	7	0		2	Zacatecas Nos Une (PRD-CONV) Alianza Primero Zacatecas (PRI-PVEM-PNA)	9
			<b>Total</b>	<b>366</b>	<b>29</b>		<b>36</b>		<b>431</b>

**Nota:** Esta tabla no incluye el proceso electoral en Michoacán que aún está en etapa de campaña. Al día de hoy existen 7 partidos políticos con registro federal, sin embargo, la columna “N° de partidos políticos nacionales” varía en virtud de que en algunas entidades federativas estos mismos partidos no cuentan con registro. Las coaliciones enlistadas únicamente corresponden a las coaliciones totales que implicaron modificación a la pauta aprobada por los órganos competentes del IFE.

PEF: Proceso Electoral Federal.

PEL©: Proceso Electoral Local coincidente con el Federal.

PEL: Proceso Electoral Local.

PEX: Proceso Electoral Extraordinario.

Como puede advertirse con puntualidad, durante el **Proceso Electoral Federal intermedio (2009)** y las **11 elecciones locales coincidentes con la federal, contendieron 8 partidos políticos nacionales y se incluyeron 6 partidos locales en la competencia.** Durante las elecciones locales celebradas el **primer semestre de 2010, la participación de partidos políticos nacionales fue 7 y 12 con registro local.**

En el 2011, 7 partidos políticos nacionales contendieron en los procesos electorales transcurridos durante el primer semestre del año, mientras que la cifra fue de 5 en el caso de los partidos políticos con registro ante los institutos electorales estatales.

De cara al Proceso Electoral Federal 2011 – 2012 y las 15 elecciones coincidentes, se espera la participación de 7 partidos políticos nacionales y de 7 partidos con registro estatal. En estas elecciones, el número máximo de partidos locales será de 4; por lo que los tiempos del Estado en las emisoras de radio y televisión correspondientes serán distribuidos conforme a las reglas previstas en el código de la materia, entre 14 partidos políticos.

Como se advierte, por lo que respecta al número de partidos políticos nacionales y locales, el IFE cuenta con la experiencia de distribuir los tiempos del Estado en radio y televisión, y garantizar el acceso a estos medios de comunicación a un número superior incluso, de partidos políticos.

#### V. TIEMPOS DE APROBACIÓN DE PAUTA POR TIPO DE ELECCIÓN DESDE 2008

El Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral prevé la notificación de las pautas con 20 días de anticipación a su entrada en vigor. La siguiente tabla ilustra que en promedio **las pautas fueron aprobadas por el Comité de Radio y Televisión, en promedio, con 37 días de antelación a su inicio.**

N°	Tipo	Año	Entidad	Precampaña	Campaña
1	PEF	2009	Proceso Electoral Federal	42	40
2	PEL	2010	Aguascalientes	46	
3	PEL	2010	Baja California	30	
4	PEL	2011	Baja California Sur	42	
5	PEL©	2009	Campeche	54	43
6	PEL	2008	Coahuila	10	
7	PEL	2009	Coahuila	33	
8	PEX	2010	Coahuila	37	
9	PEL	2011	Coahuila	48	
10	PEL©	2009	Colima	51	
11	PEL	2010	Chiapas	34	
12	PEL	2010	Chihuahua	47	
13	PEL©	2009	Distrito Federal	60	61
14	PEL	2010	Durango	63	
15	PEL©	2009	Guanajuato	13	46
16	PEL	2008	Guerrero	10	

N°	Tipo	Año	Entidad	Precampaña	Campaña
17	PEX	2009	Guerrero		33
18	PEL	2011	Guerrero	85	
19	PEL	2008	Hidalgo	10	28
20	PEX	2009	Hidalgo	23	
21	PEL	2010	Hidalgo	35	
22	PEL	2011	Hidalgo	38	
23	PEL©	2009	Jalisco	30	46
24	PEX	2009	Jalisco		
25	PEL©	2009	México	68	51
26	PEL	2011	México	55	
27	PEL	2011	Michoacán	41	
28	PEL©	2009	Morelos	2	
29	PEL	2008	Nayarit	5	14
30	PEL	2011	Nayarit	45	
31	PEL©	2009	Nuevo León	37	35
32	PEL	2010	Oaxaca	32	
33	PEX	2010	Oaxaca	7	
34	PEX	2011	Oaxaca	16	
35	PEL	2010	Puebla	40	52
36	PEX	2011	Puebla	22	
37	PEL©	2009	Querétaro	47	27
38	PEX	2009	Quintana Roo	8	
39	PEL	2010	Quintana Roo	44	
40	PEL©	2009	San Luis Potosí	16	
41	PEL	2010	Sinaloa	49	
42	PEL©	2009	Sonora	40	
43	PEL	2009	Tabasco	34	28
44	PEL	2010	Tamaulipas	63	
45	PEL	2010	Tlaxcala	34	
46	PEX	2010	Tlaxcala		

N°	Tipo	Año	Entidad	Precampaña	Campaña
47	PEL	2010	Veracruz	60	
48	PEX	2011	Veracruz	32	
49	PEL	2010	Yucatán	53	92
50	PEX	2010	Yucatán	20	
51	PEL	2010	Zacatecas	56	67

**Nota:** Esta tabla no incluye el proceso electoral en Michoacán que aún está en etapa de campaña.

PEF: Proceso Electoral Federal.

PEL©: Proceso Electoral Local coincidente con el Federal.

PEL: Proceso Electoral Local.

PEX: Proceso Electoral Extraordinario.

Como se advierte, el plazo actual para la notificación de pautas ha resultado suficiente para que los institutos y consejos electorales locales remitan su propuesta de pauta, en su caso, para que los distintos órganos del Instituto sesionen para aprobar los catálogos y ordenar su publicación, para aprobar las pautas y notificarlas a los concesionarios y permisionarios de radio y televisión, permitiéndoles conocer con la debida anticipación los espacios que deberán reservar para el cumplimiento de su obligación constitucional y legal de poner a disposición del IFE 48 minutos diarios durante los procesos electorales.

No obstante, el plazo vigente para la notificación de pautas en casos extraordinarios resulta excesivo. En efecto, **el IFE se ha visto en la necesidad de notificar las pautas en plazos menores en las siguientes situaciones:**

- a) Cuando los **registros de coaliciones** obligan a modificar pautas y el plazo para que entren en vigor en correspondencia con una etapa electiva (campaña) son insuficientes (Nayarit, 2011) o cuando el Comité de Radio y Televisión debe **corregir una pauta por diversos criterios relativos a la definición del tipo de coalición** (caso Sonora 2009);
- b) Cuando el **Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) ordena acatar una resolución** y los plazos reglamentarios son insuficientes (caso Sinaloa 2010 e Ixcamilpa de Guerrero 2011);
- c) Cuando se trata de **acatamientos en situaciones extraordinarias que ponen en riesgo la prerrogativa de acceso a radio y televisión** si no se abrevan los plazos (caso Estado de México 2011).

Así, el plazo de 10 días para la notificación de los ajustes a la pauta en casos de registro a un partido político; cuando se declare la pérdida del registro de un partido político; por la celebración de elecciones

extraordinarias; cuando existan situaciones de caso fortuito o fuerza mayor que justifiquen dicha modificación, y por mandato del TEPJF, resulta excesivo y dado que para el ajuste o aprobación de pautados intervienen diversos órganos del Instituto, resulta evidente la necesidad de reducir esos lapsos.

En suma, los plazos de notificación de pautas han resultado inaplicables en casos extraordinarios, lo que no causa afectaciones a las emisoras de radio y televisión pues los catálogos para los procesos electorales y los acuerdos respectivos se notifican con 30 días de anticipación al inicio de los periodos de acceso a radio y televisión, y en éstos se precisan las fechas a partir de las cuales las emisoras deberán poner a disposición del Instituto 48 minutos diarios, a razón de 2 ó 3 minutos por cada hora de transmisión, con motivo de los procesos electivos federales y locales.

#### VI. DISTRIBUCIÓN DE PROMOCIONALES POR PAUTA Y TIPO DE ELECCIÓN DESDE 2008

La información que se presenta enseguida establece con precisión el número de promocionales (todos con duración de 30 segundos) que el IFE ha distribuido en cada pauta elaborada (se trata únicamente de los espacios disponibles en la pauta, no de versiones de promocionales) y aprobada, tanto por el Comité de Radio y Televisión como por la Junta General Ejecutiva, desde 2008.

N°	Tipo	Año	Entidad	Días de proceso electoral	Promocionales pautados por día en cada emisora	Promocionales pautados en el periodo (en cada emisora)
1	PEF	2009	Proceso Electoral Federal	156	96	14,976
2	PEL	2010	Aguascalientes	124	96	11,904
3	PEL	2010	Baja California	115	96	11,040
4	PEL	2011	Baja California Sur	181	96	17,376
5	PEL©	2009	Campeche	144	96	13,824
6	PEL	2008	Coahuila	72	96	6,912
7	PEL	2009	Coahuila	67	96	6,432
8	PEX	2010	Coahuila	36	96	3,456
9	PEL	2011	Coahuila	180	96	17,280
10	PEL©	2009	Colima	146	96	14,016
11	PEL	2010	Chiapas	94	96	9,024
12	PEL	2010	Chihuahua	173	96	16,608
13	PEL©	2009	Distrito Federal	136	96	13,056

N°	Tipo	Año	Entidad	Días de proceso electoral	Promocionales pautados por día en cada emisora	Promocionales pautados en el periodo (en cada emisora)
14	PEL	2010	Durango	171	96	16,416
15	PEL©	2009	Guanajuato	136	96	13,056
16	PEL	2008	Guerrero	118	96	11,328
17	PEX	2009	Guerrero	25	96	2,400
18	PEL	2011	Guerrero	159	96	15,264
19	PEL	2008	Hidalgo	63	96	6,048
20	PEX	2009	Hidalgo	77	96	7,392
21	PEL	2010	Hidalgo	135	96	12,960
22	PEL	2011	Hidalgo	115	96	11,040
23	PEL©	2009	Jalisco	165	96	15,840
24	PEX	2009	Jalisco	11	96	1,056
25	PEL©	2009	México	126	96	12,096
26	PEL	2011	México	98	96	9,408
27	PEL	2011	Michoacán	156	96	14,976
28	PEL©	2009	Morelos	147	96	14,112
29	PEL	2008	Nayarit	70	96	6,720
30	PEL	2011	Nayarit	112	96	10,752
31	PEL©	2009	Nuevo León	156	96	14,976
32	PEL	2010	Oaxaca	114	96	10,944
33	PEX	2010	Oaxaca	55	96	5,280
34	PEX	2011	Oaxaca	52	96	4,992
35	PEL	2010	Puebla	165	96	15,840
36	PEX	2011	Puebla	59	96	5,664
37	PEL©	2009	Querétaro	102	96	9,792
38	PEX	2009	Quintana Roo	90	96	8,640
39	PEL	2010	Quintana Roo	102	96	9,792
40	PEL©	2009	San Luis Potosí	228	96	21,888
41	PEL	2010	Sinaloa	97	96	9,312

N°	Tipo	Año	Entidad	Días de proceso electoral	Promocionales pautados por día en cada emisora	Promocionales pautados en el periodo (en cada emisora)
42	PEL©	2009	Sonora	132	96	12,672
43	PEL	2009	Tabasco	105	96	10,080
44	PEL	2010	Tamaulipas	142	96	13,632
45	PEL	2010	Tlaxcala	112	96	10,752
46	PEX	2010	Tlaxcala	19	96	1,824
47	PEL	2010	Veracruz	110	96	10,560
48	PEX	2011	Veracruz	52	96	4,992
49	PEL	2010	Yucatán	132	96	12,672
50	PEX	2010	Yucatán	30	96	2,880
51	PEL	2010	Zacatecas	164	96	15,744
			<b>Total</b>	<b>6,075</b>	<b>96</b>	<b>583,200</b>

**Nota:** Esta tabla no incluye el proceso electoral en Michoacán que aún está en etapa de campaña.

PEF: Proceso Electoral Federal.

PEL©: Proceso Electoral Local coincidente con el Federal.

PEL: Proceso Electoral Local.

PEX: Proceso Electoral Extraordinario.

De los datos presentados, sin considerar procesos electorales extraordinarios, se advierten las siguientes conclusiones:

1. El **periodo electoral más largo, con respecto al acceso en radio y televisión, fue 228 días** (San Luis Potosí, 2009) **y el más corto corresponde a 63 días** (Hidalgo, 2008). **En promedio, los comicios de la tabla promedian 139 días de duración.**
2. El IFE ha aprobado pautas con una **distribución máxima de promocionales para partidos políticos y autoridades electorales correspondiente a 21,888** y con un **mínimo de 6,048**. **En promedio, en el conjunto de elecciones federales y locales, las pautas han contado con una distribución de 13,366 promocionales** de 30 segundos.
3. Durante el **Proceso Electoral Federal intermedio (2009)** y las **11 elecciones locales coincidentes con la federal, la duración máxima de un proceso comicial fue de 228 días** (San Luis Potosí, 2009) **y el mínimo fue de 102** (Querétaro, 2009). **En promedio, la duración de tiempos de acceso a radio y televisión, para este periodo y en este conjunto de elecciones, fue**

de **147 días**. Durante las elecciones locales celebradas el **primer semestre de 2010**, la **duración máxima de un proceso comicial fue de 173 días** (Chihuahua, 2010) y el **mínimo fue de 94** (Chiapas, 2010). En **promedio**, la duración de tiempos de acceso a radio y televisión, para este periodo y en este conjunto de 15 elecciones locales simultáneas, fue de **130 días**.

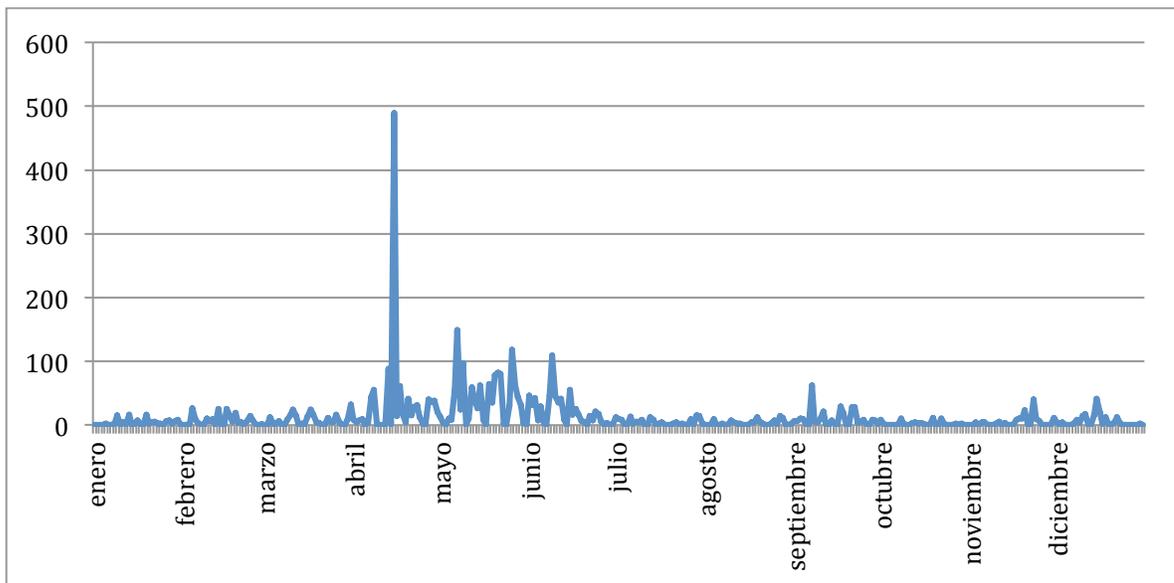
4. Otra comparación relevante indica que durante el **Proceso Electoral Federal intermedio (2009) y las 11 elecciones locales coincidentes con la federal**, la **distribución máxima de promocionales en la pauta fue 21,888** (San Luis Potosí, 2009) y el **mínimo fue de 9,792** (Querétaro, 2009). En **promedio**, la distribución de espacios en la pauta, para este periodo y en este conjunto de elecciones, fue de **14,192 promocionales**. Durante las elecciones locales celebradas el **primer semestre de 2010**, la **distribución máxima de promocionales en la pauta fue 16,608** (Chihuahua, 2010) y el **mínimo fue de 9,024** (Chiapas, 2010). En **promedio**, la distribución de espacios en la pauta, para este periodo y en este conjunto de 15 elecciones simultáneas, fue de **12,480 promocionales**.
5. De los datos presentados, se desprende que durante el **Proceso Electoral Federal intermedio (2009) y las 11 elecciones locales coincidentes con la federal se pautaron 30 millones 394 mil 752 promocionales**, mientras que durante las 15 elecciones locales simultáneas celebradas el **primer semestre de 2010 se pautaron 12 millones 610 mil 944 promocionales**.
6. El dato anterior, resulta fundamental para comprender, al menos en perspectiva del Proceso Electoral Federal 2011 – 2012, la dimensión correcta de lo que implicará para el IFE y para los concesionarios y permisionarios de la radio y la televisión mexicanas. Durante el **Proceso Electoral Federal 2008 – 2009 y las 11 elecciones coincidentes** con el mismo se distribuyeron **2256 versiones de promocionales de los partidos políticos y autoridades electorales**, mientras que durante los **15 procesos locales del primer semestre de 2010 se entregaron 4890 versiones de promocionales**. En esta relación, puede determinarse que durante los procesos electorales federales, independientemente del número de elecciones coincidentes, el número de versiones de promocionales a transmitir por concesionarios y permisionarios de radio y televisión, es significativamente menor. Esto es, **para aproximadamente 30 millones de promocionales pautados en 2009 se enviaron a transmisión 2,256 versiones de promocionales**, mientras que **para poco más de 12 millones de espacios pautados correspondieron 4,890 versiones distintas de promocionales**.

Así, resulta evidente que el número de espacios en las pautas no incrementa el número de versiones que los partidos políticos y las autoridades electorales entregan para su difusión en radio y televisión, pues como quedó acreditado, aún cuando en el proceso electoral federal de 2009 y las 11 elecciones concurrentes se pautaron más del doble de promocionales que en los procesos locales transcurridos durante el primer semestre de 2010, en estos últimos comicios se entregaron 2,634 versiones más que en los de 2009.

VII. RECEPCIÓN DE PROMOCIONALES DE PARTIDOS POLÍTICOS Y AUTORIDADES ELECTORALES PARA SU CALIFICACIÓN TÉCNICA 2009 – 2011

Con el propósito de ilustrar el flujo real de recepción de materiales de los partidos políticos y autoridades electorales, las siguientes tres gráficas permiten apreciar los picos de operación del IFE durante los últimos 3 años, así como la tendencia fuera de un proceso comicial (federal o local).

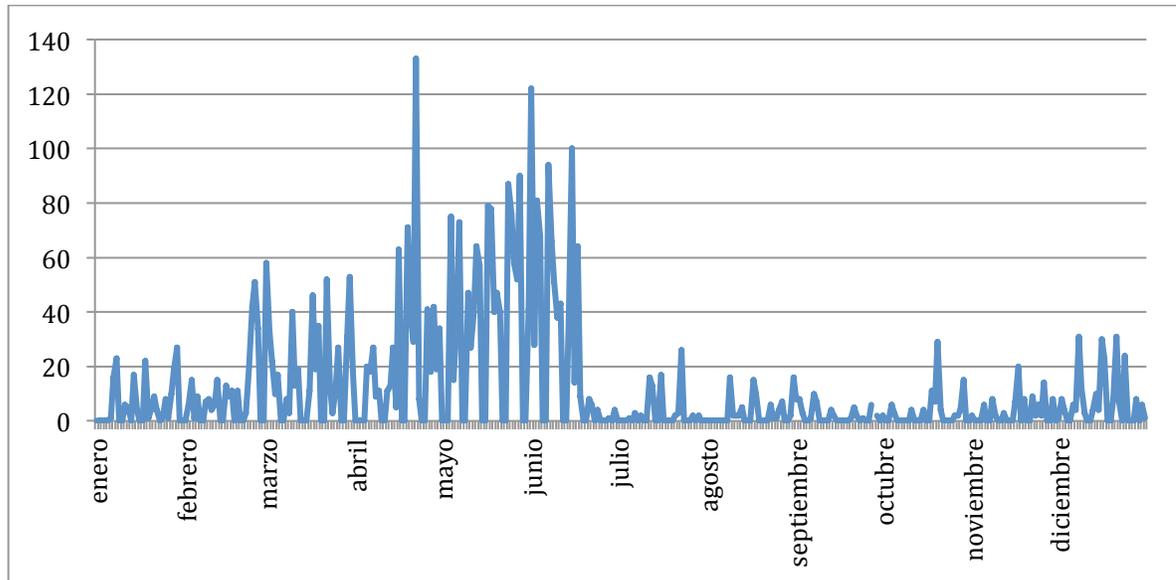
Promocionales recibidos y calificados técnicamente durante 2009



De la gráfica mostrada, se pueden concluir tres tendencias:

1. Durante la etapa de precampaña (enero – febrero) el volumen de materiales para calificación técnica es marginal con respecto al de otros periodos.
2. El flujo típico de recepción y calificación de materiales muestra un incremento significativo durante los meses de la etapa de campaña electoral.
3. Los picos mostrados durante 2009 corresponden a la etapa de campaña con tres momentos por encima de 100 materiales en un día, aunque un episodio único registró cerca de 500 promocionales en un solo día.
4. En todo momento, el IFE aseguró que los materiales de partidos políticos y autoridades electorales estuvieran calificados con la oportunidad debida en los plazos reglamentarios (36 horas).

## Promocionales recibidos y calificados técnicamente durante 2010

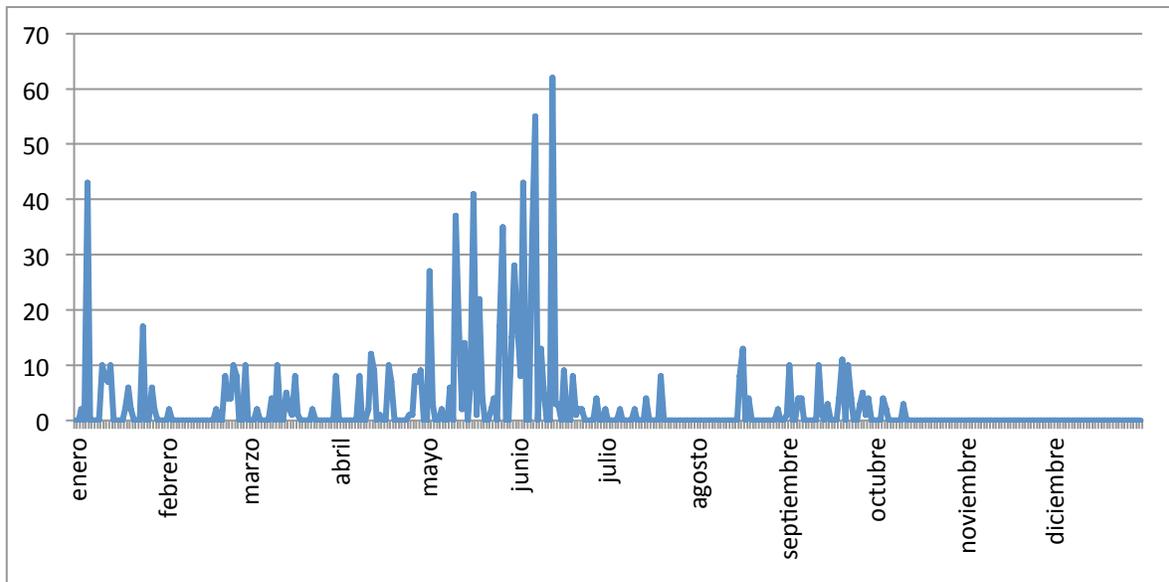


A diferencia de la gráfica anterior que reflejó la operación técnica del IFE para atender un Proceso Electoral Federal intermedio y 11 elecciones coincidentes, esta gráfica revela dos momentos fundamentales: a) primer semestre con la administración de tiempos del Estado para 15 elecciones locales simultáneas y b) 2 elecciones locales en etapa de precampaña y campaña de agosto a diciembre de 2010 (Baja California Sur y Guerrero).

De la gráfica mostrada, se puede concluir lo siguiente:

1. Durante la etapa de precampaña (enero – abril) el volumen de materiales para calificación técnica es marginal con respecto de la etapa de campaña (nunca se registró un pico mayor a 60 materiales por día).
2. El flujo típico de recepción y calificación de materiales muestra un incremento significativo durante los meses de la etapa de campaña electoral.
3. Los picos mostrados durante 2010 corresponden a la etapa de campaña con tres momentos por encima de 100 materiales en un día (igual que durante 2009). El pico máximo fue 135 materiales un día.
4. En todo momento, el IFE aseguró que los materiales de partidos políticos y autoridades electorales estuvieran calificados con la oportunidad debida y, destacadamente, en un menor tiempo que en los plazos reglamentarios (36 horas), pues cada material ingresado al IFE fue calificado el mismo día de su recepción (menos de 18 horas).

## Promocionales recibidos y calificados técnicamente durante 2011



A diferencia de las gráficas anteriores que reflejaron la operación técnica del IFE para atender un Proceso Electoral Federal intermedio y 11 elecciones coincidentes, 15 elecciones locales simultáneas y 2 elecciones locales en etapa de precampaña y campaña de agosto a diciembre de 2010 (Baja California Sur y Guerrero), esta gráfica incluye datos relativos a: a) cierre de etapa de campañas de Baja California Sur y Guerrero (enero y febrero 2010), b) 4 elecciones simultáneas durante el primer semestre (Coahuila, Hidalgo, México y Nayarit) y, c) 1 elección que aún se encuentra en etapa de campaña (Michoacán).

De la gráfica mostrada, se puede concluir lo siguiente:

1. Durante la etapa de precampaña (febrero – abril) el volumen de materiales para calificación técnica es marginal con respecto de la etapa de campaña (nunca se registró un pico mayor a 15 materiales por día). Los picos de enero corresponde a registros de Baja California Sur y Guerrero en cierre de campaña.
2. El flujo típico de recepción y calificación de materiales muestra un incremento significativo durante los meses de la etapa de campaña electoral.
3. Los picos mostrados durante 2011 corresponden a la etapa de campaña con dos momentos por encima de 50 materiales en un día (igual que durante 2009 y 2010). El pico máximo fue 62 materiales un día.

4. En todo momento, el IFE aseguró que los materiales de partidos políticos y autoridades electorales estuvieran calificados con la oportunidad debida (el mismo día de su recepción, en menos de 18 horas).

Por último, en este apartado es importante mencionar que la resolución del TEPJF señala también que “...la experiencia documentada en los informes del Instituto Federal Electoral, podría revelar **cuántos promocionales fueron regresados por los concesionarios y permisionarios al Instituto Federal Electoral por haber encontrado errores de contenido o problemas en el formato enviado por la autoridad**. Ello con el propósito de conocer la pertinencia que los concesionarios y permisionarios realicen procesos de revisión de los materiales audiovisuales”.

Al respecto, una conclusión resume la preocupación de esa autoridad jurisdiccional en materia electoral federal: **de 11,198 promocionales calificados técnicamente desde 2009 a julio de 2011, únicamente tres empresas han regresado materiales con alguna falla, que en conjunto suman 73 promocionales, equivalentes al 0.65% del total**. En todos los casos el material fue repuesto y se transmitieron conforme a las instrucciones de partidos políticos y autoridades electorales.

**Televisión Azteca**

Fecha del escrito	Número de materiales
19/11/2008	(4 versiones)
04/12/2009	(3 versiones)
15/01/2009	(2 versiones)
06/10/2009	(1 versión)
02/06/2010	(2 versiones)
03/06/2010	(23 versiones)
03/11/2010	(1 versión)
04/11/2010	(1 versión)
01/11/2010	(1 versión)
09/02/2011	(3 versiones)
14/09/2011	(1 versión)
21/10/2011	(1 versión)

**Canal 40**

Fecha del escrito	Número de materiales
21/10/2011	(1 versión)

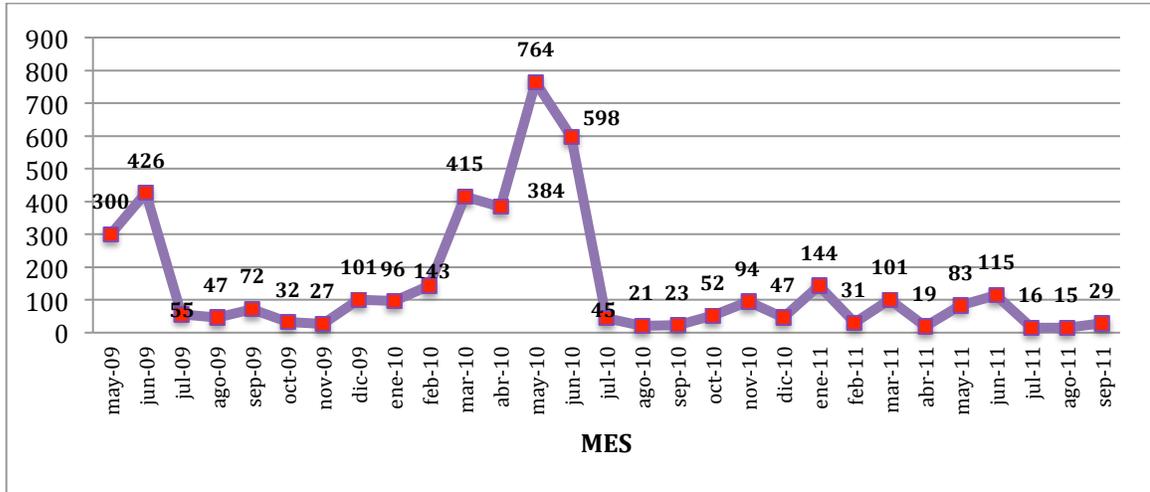
## Televimex

Fecha	No. de Oficio	No. de materiales
07/12/2007	JC/520/2007	(2 versiones)
22/07/2008	JC/364/2009	(3 versiones)
31/07/2008	JC/436/2008	(1 versión)
13/11/2008	JC/920/2008	(3 versiones)
13/11/2008	JC/921/2008	(4 versiones)
21/11/2008	JC/939/2008	(4 versiones)
23/01/2009	AEL/063/2009	(2 versiones)
18/02/2009	JC/124/2009	(1 versión)
20/05/2009	JC/163/2009	(1 versión)
26/05/2009	JC/169/2009	(1 versión)
24/06/2009	AVM/364/2009	(1 versión)
25/06/2009	AVM/364/2009	(2 versiones)
02/03/2011	MMR/006/2011	(1 versión)
07/07/2011	AVM/736/2011	(1 versión)
08/07/2011	JC/051/2011	(1 versión)
23/08/2011	JC/062/2011	(1 versión)

**VIII. ENVÍO DE PROMOCIONALES DE PARTIDOS POLÍTICOS Y AUTORIDADES ELECTORALES VÍA SATÉLITE 2009 – 2011**

Con la finalidad de dar cuenta de una de las modalidades de entrega que más eficiente han hecho el trabajo de distribución de materiales del IFE al interior del país, la siguiente gráfica muestra con precisión el número de promocionales que se han entregado mes por mes desde mayo de 2009 (fecha de inicio de operaciones del telepuerto y su sistema de entrega satelital a 85 puntos de recepción en el país, incluidos 24 permisionarios públicos) a cada una de las Juntas Locales Ejecutivas, Distritales Ejecutivas y permisionarios que cuentan receptores satelitales.

Promocionales enviados vía satélite por mes 2009 – 2011



Las gráfica muestra envío de materiales por satélite y recepción de los mismos en 85 puntos del país que cubrieron un Proceso Electoral Federal intermedio y 11 elecciones coincidentes, 15 elecciones locales simultáneas, 2 elecciones locales en etapa de precampaña y campaña de agosto a diciembre de 2010 (Baja California Sur y Guerrero), el cierre de etapa de campañas de Baja California Sur y Guerrero (enero y febrero 2010), 4 elecciones simultáneas durante el primer semestre (Coahuila, Hidalgo, México y Nayarit) y 1 elección que aún se encuentra en etapa de campaña (Michoacán).

De la gráfica mostrada, para evitar redundancias, se puede concluir que **durante la etapa de precampaña el volumen de materiales enviados es marginal con respecto de la etapa de campaña y que el flujo típico de envío de materiales muestra un incremento significativo durante los meses de la etapa de campaña electoral** (picos por encima de 300 materiales por mes, llegando a un máximo de 764).

**IX. NÚMERO DE ÓRDENES DE TRANSMISIÓN POR TIPO DE ELECCIÓN DURANTE 2010 Y 2011**

En este apartado se da cuenta del número de órdenes de transmisión que el IFE ha remitido a concesionarios y permisionarios que han participado en un proceso comicial local a partir de enero de 2010. El modelo de operación para la administración de los tiempos del Estado en radio y televisión se mejoró desde 2010 con motivo del análisis de los resultados alcanzados en 2009 y, evidentemente, de la optimización operativa y técnica del Sistema Integral para la Administración de los Tiempos del Estado (SIATE).

En esta tesitura, es pertinente destacar que desde enero de 2010:

- a. El IFE comunica a los concesionarios y permisionarios incluidos en un catálogo de proceso electoral la forma de transmisiones de promocionales de partidos políticos y autoridades electorales, a través de un instrumento denominado orden de transmisión;
- b. A partir de que es notificada una orden de transmisión, el medio de comunicación cuenta con 5 días hábiles (plazo de estricto cumplimiento) para transmitirla;
- c. Existen tiempos y plazos determinados por el Comité de Radio y Televisión, en cada acuerdo de aprobación de pautas, para la notificación de dichas órdenes de transmisión. Es decir, existe un modelo de operación cierto que permite a concesionarios y permisionarios anticipar en todo momento los días en que funcionarios del IFE llegarán al domicilio legal de cada uno de ellos a efecto de entregar órdenes de transmisión y los materiales correspondientes; y,
- d. Los plazos para que el IFE desarrolle sus procedimientos internos también están determinados por el Comité de Radio y Televisión, particularmente, los relativos a la entrega de materiales de parte de los partidos políticos y autoridades electorales y los vinculados a la calificación técnica de los mismos.

La siguiente tabla detalla el número de órdenes de transmisión por etapa electoral en las últimas 32 elecciones locales y extraordinarias en las que el IFE ha administrado los tiempos del Estado en radio y televisión en materia electoral:

Nº	Tipo	Año	Entidad	Precampaña	Intercampaña	Campaña	Reflexión	Total
1	PEL	2010	Aguascalientes	10	4	23	2	39
2	PEL	2010	Baja California	13	2	23	2	40
3	PEL	2011	Baja California Sur	17	3	27	2	49
4	PEL	2009	Coahuila	2	1	3	1	7
5	PEX	2010	Coahuila	1	1	1	1	4
6	PEL	2011	Coahuila	12	12	18	2	44
7	PEL	2010	Chiapas	2	6	12	2	22
8	PEL	2010	Chihuahua	25	6	28	2	61
9	PEL	2010	Durango	19	2	32	2	55
10	PEL	2011	Guerrero	5	6	32	2	45
11	PEL	2010	Hidalgo	5	10	18	2	35
12	PEL	2011	Hidalgo	4	15	14	2	35
13	PEX	2009	Jalisco	0	0	1	1	2
14	PEL	2011	México	2	6	16	2	26

N°	Tipo	Año	Entidad	Precampaña	Intercampaña	Campaña	Reflexión	Total
15	PEL	2011	Michoacán	17	2	26	2	47
16	PEL	2011	Nayarit	14	2	21	2	39
17	PEL	2010	Oaxaca	14	2	23	2	41
18	PEX	2010	Oaxaca	1	1	3	1	6
19	PEX	2011	Oaxaca	1	1	4	1	7
20	PEL	2010	Puebla	21	2	36	2	61
21	PEX	2011	Puebla	2	1	4	1	8
22	PEL	2010	Quintana Roo	15	0	21	2	38
23	PEL	2010	Sinaloa	9	2	21	2	34
24	PEL	2009	Tabasco	11	11	13	1	36
25	PEL	2010	Tamaulipas	14	6	21	2	43
26	PEL	2010	Tlaxcala	5	1	9	1	16
27	PEX	2010	Tlaxcala	0	1	1	1	3
28	PEL	2010	Veracruz	14	3	19	2	38
29	PEX	2011	Veracruz	1	1	3	1	6
30	PEL	2010	Yucatán	16	2	21	2	41
31	PEX	2010	Yucatán	1	1	1	1	4
32	PEL	2010	Zacatecas	14	3	28	2	47
			<b>Total</b>	<b>287</b>	<b>116</b>	<b>523</b>	<b>53</b>	<b>979</b>

**Nota:** Esta tabla no incluye el proceso electoral en Michoacán que aún está en etapa de campaña. El número de órdenes de transmisión incluye, tanto las entregadas a emisoras domiciliadas en la entidad federativa con proceso comicial, así como aquellas correspondientes a emisoras notificadas en el Distrito Federal y cuya transmisión está incluida en una entidad con proceso electivo.

PEF: Proceso Electoral Federal.

PEL©: Proceso Electoral Local coincidente con el Federal.

PEL: Proceso Electoral Local.

PEX: Proceso Electoral Extraordinario.

De los números en la tabla, sin tomar en consideración procesos electorales extraordinarios, se desprende que **el mayor número de órdenes de transmisión notificadas a concesionarios y permisionarios de radio y televisión corresponde a Chihuahua con 61**, durante los 173 días que duró el

acceso a radio y televisión, mientras que el menor número de órdenes de transmisión entregadas correspondió a Tlaxcala con 16, cuyo proceso electivo duró 112 días.

En promedio, en las 22 elecciones locales de 2010 y 2011, se han entregado 40 órdenes de transmisión, como se desprende de cálculos con los datos de la tabla. Como referente de comparación, durante los 197 días que durará el acceso a radio y televisión en el Proceso Electoral Federal 2011 – 2012 y bajo la propuesta de reforma reglamentaria para entregar 2 órdenes de transmisión por semana, se estarían notificando 56 órdenes de transmisión (en 28 semanas).

**X. EL FLUJO DE VERSIONES DE PROMOCIONALES ENTREGADOS EN CADA ORDEN DE TRANSMISIÓN POR ELECCIÓN LOCAL DURANTE 2010 Y 2011**

Tomando en consideración, tal como se indicó en el apartados previos, que el modelo de operación para la administración de los tiempos del Estado en radio y televisión tuvo cambios desde 2010 con motivo de la reflexión y evaluación de los resultados alcanzados en 2009 y, evidentemente, como consecuencia de la optimización del Sistema Integral para la Administración de los Tiempos del Estado (SIATE), en este apartado sólo se registra el flujo de versiones de promocionales de las elecciones locales celebradas durante 2010 y 2011.

Los datos y gráficas que se muestran a continuación, ilustran el número de órdenes de transmisión para emisoras de radio y televisión que cubrieron una elección local y cuyo domicilio se encuentra fuera de la entidad en la que se llevó a cabo el proceso electivo. Lo anterior, permite comparar, como lo indicó el TEPF, escenarios posibles de cara al Proceso Electoral Federal 2011 – 2012.

Cada una de las tablas incluye la fecha en la que se notificó la orden de transmisión, así como el número de materiales que fueron sustituidos en cada una de ellas. En varios casos, las fechas de entrega de órdenes de transmisión y materiales coinciden en fechas entre la última de la precampaña y la primera (a veces única) de la “intercampaña”.

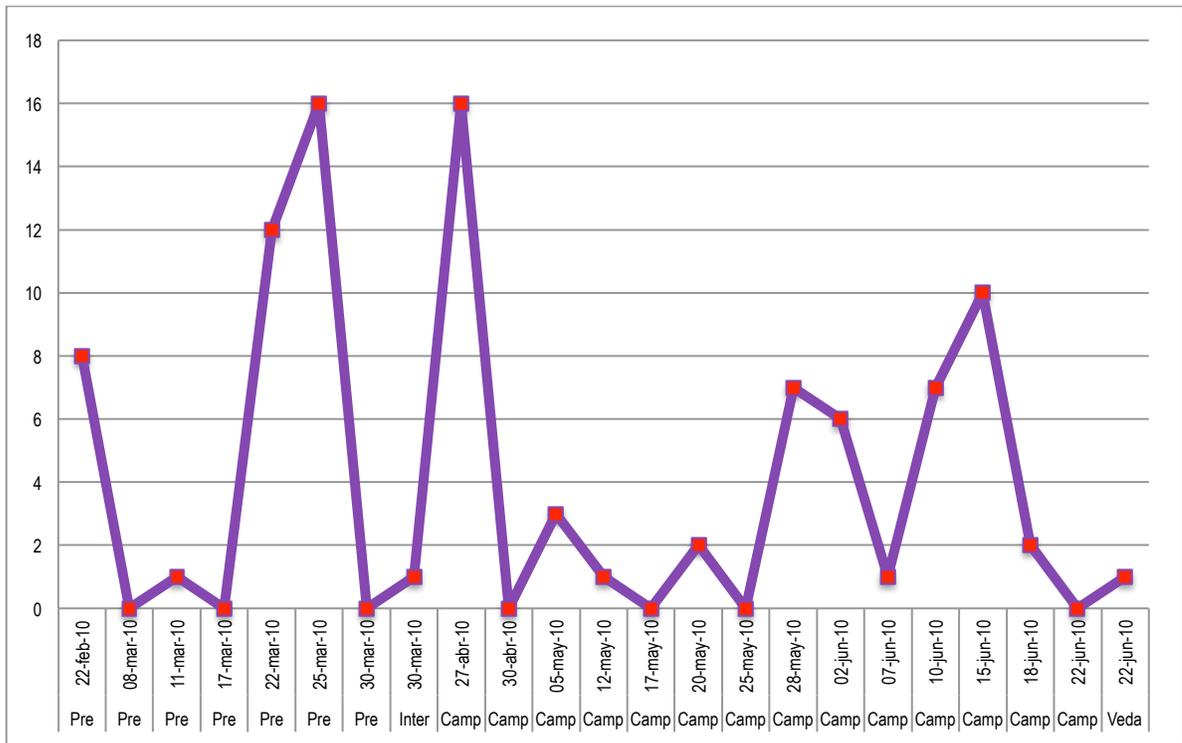
La información presentada incluye un análisis de 447 órdenes de transmisión correspondientes a 19 procesos electorales locales, desagregadas de la siguiente manera:

- a. 132 órdenes de transmisión de precampaña;
- b. 48 órdenes de transmisión de “intercampaña”;
- c. 248 órdenes de transmisión de campaña; y,
- d. 19 órdenes de transmisión del periodo de reflexión o veda.

El número de versiones de promocionales objeto de este análisis fue de 2,607.

## AGUASCALIENTES (2010)

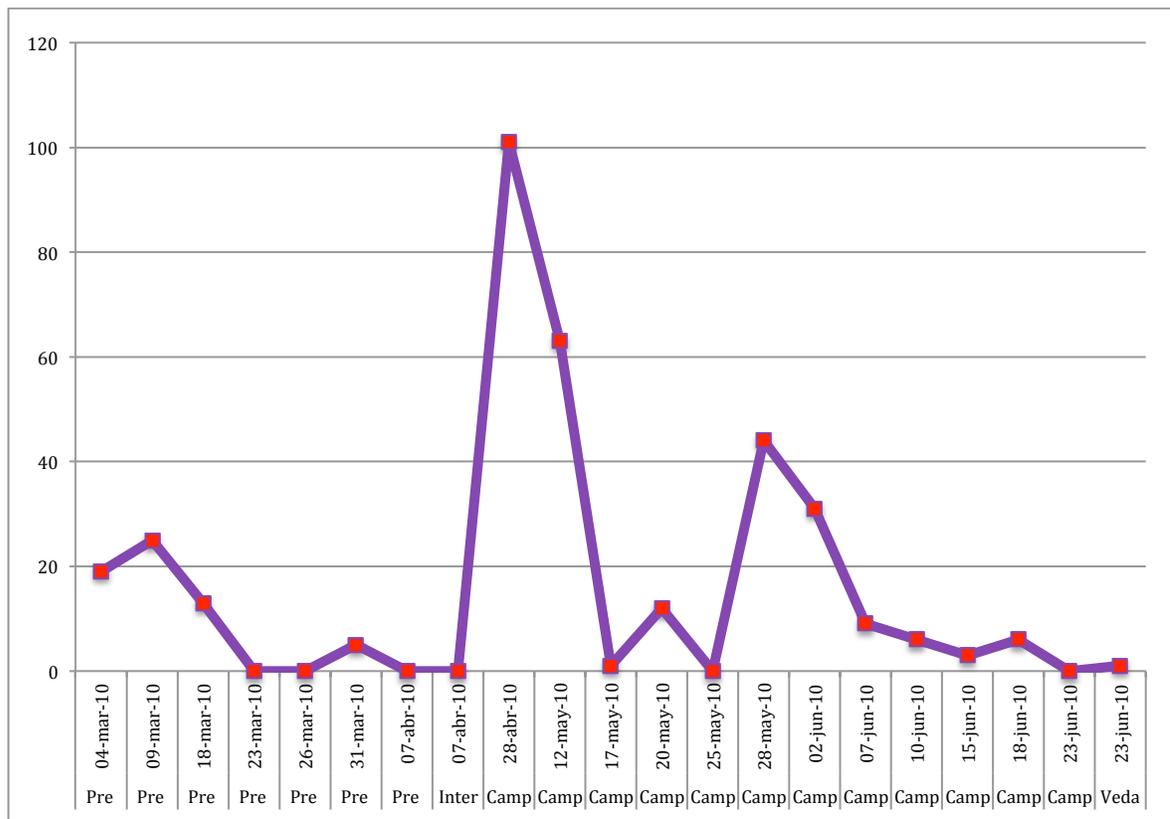
Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Precampaña	22-feb-10	8
Precampaña	08-mar-10	0
Precampaña	11-mar-10	1
Precampaña	17-mar-10	0
Precampaña	22-mar-10	12
Precampaña	25-mar-10	16
Precampaña	30-mar-10	0
Intercampaña	30-mar-10	1
Campaña	27-abr-10	16
Campaña	30-abr-10	0
Campaña	05-may-10	3
Campaña	12-may-10	1
Campaña	17-may-10	0
Campaña	20-may-10	2
Campaña	25-may-10	0
Campaña	28-may-10	7
Campaña	02-jun-10	6
Campaña	07-jun-10	1
Campaña	10-jun-10	7
Campaña	15-jun-10	10
Campaña	18-jun-10	2
Campaña	22-jun-10	0
Veda	22-jun-10	1
Totales		<b>94</b>



**BAJA CALIFORNIA (2010)**

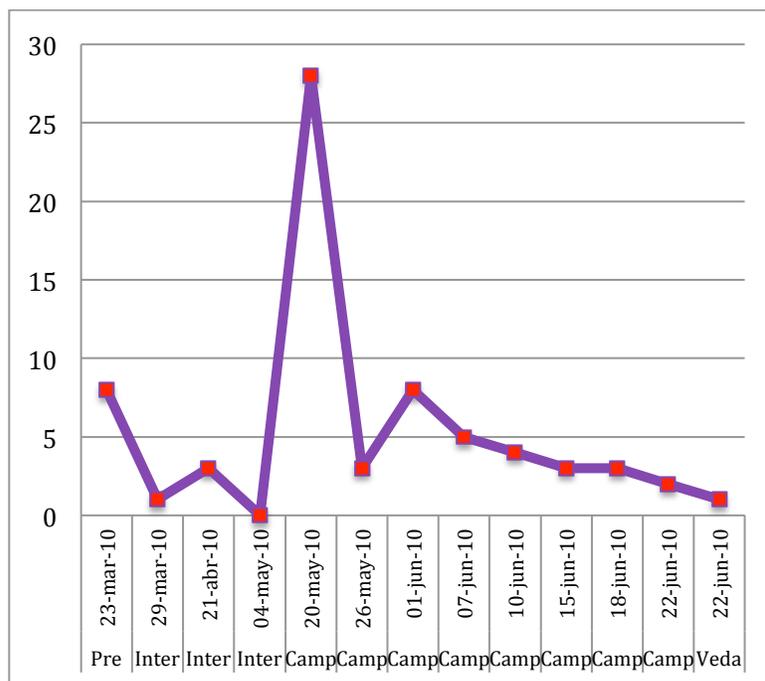
Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Precampaña	04-mar-10	19
Precampaña	09-mar-10	25
Precampaña	18-mar-10	13
Precampaña	23-mar-10	0
Precampaña	26-mar-10	0
Precampaña	31-mar-10	5
Precampaña	07-abr-10	0
Intercampaña	07-abr-10	0
Campaña	28-abr-10	101
Campaña	12-may-10	63
Campaña	17-may-10	1
Campaña	20-may-10	12

Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Campaña	25-may-10	0
Campaña	28-may-10	44
Campaña	02-jun-10	31
Campaña	07-jun-10	9
Campaña	10-jun-10	6
Campaña	15-jun-10	3
Campaña	18-jun-10	6
Campaña	23-jun-10	0
Veda	23-jun-10	1
Totales		<b>339</b>



CHIAPAS (2010)

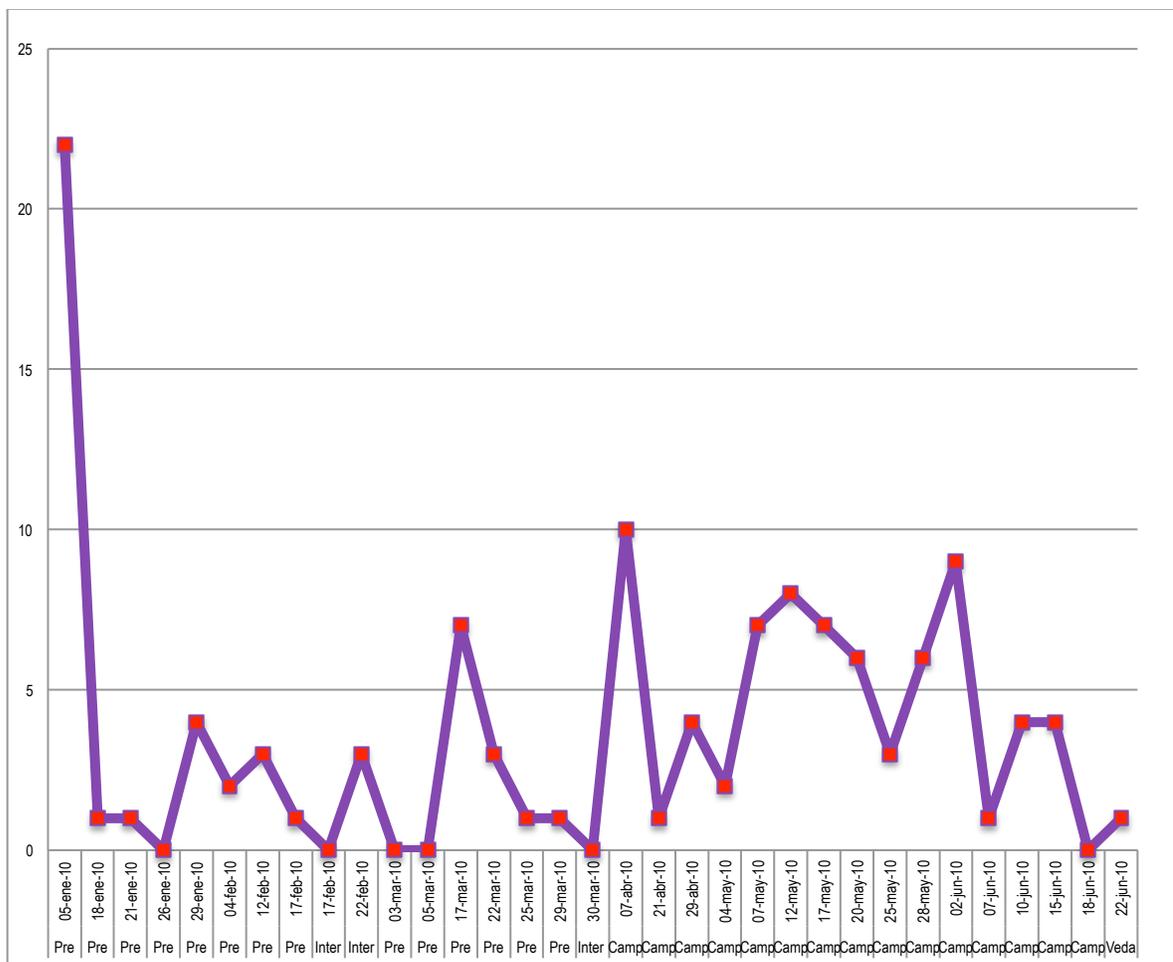
Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Precampaña	23-mar-10	8
Intercampaña	29-mar-10	1
Intercampaña	21-abr-10	3
Intercampaña	04-may-10	0
Campaña	20-may-10	28
Campaña	26-may-10	3
Campaña	01-jun-10	8
Campaña	07-jun-10	5
Campaña	10-jun-10	4
Campaña	15-jun-10	3
Campaña	18-jun-10	3
Campaña	22-jun-10	2
Veda	22-jun-10	1
Totales		69



## CHIHUAHUA (2010)

Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Precampaña Gobernador	05-ene-10	22
Precampaña Gobernador	18-ene-10	1
Precampaña Gobernador	21-ene-10	1
Precampaña Gobernador	26-ene-10	0
Precampaña Gobernador	29-ene-10	4
Precampaña Gobernador	04-feb-10	2
Precampaña Gobernador	12-feb-10	3
Precampaña Gobernador	17-feb-10	1
Intercampaña	17-feb-10	0
Intercampaña	22-feb-10	3
Precampaña Diputados	03-mar-10	0
Precampaña Diputados	05-mar-10	0
Precampaña Diputados	17-mar-10	7
Precampaña Diputados	22-mar-10	3
Precampaña Diputados	25-mar-10	1
Precampaña Diputados	29-mar-10	1
Intercampaña	30-mar-10	0
Campaña	07-abr-10	10
Campaña	21-abr-10	1
Campaña	29-abr-10	4
Campaña	04-may-10	2
Campaña	07-may-10	7
Campaña	12-may-10	8
Campaña	17-may-10	7
Campaña	20-may-10	6
Campaña	25-may-10	3
Campaña	28-may-10	6
Campaña	02-jun-10	9

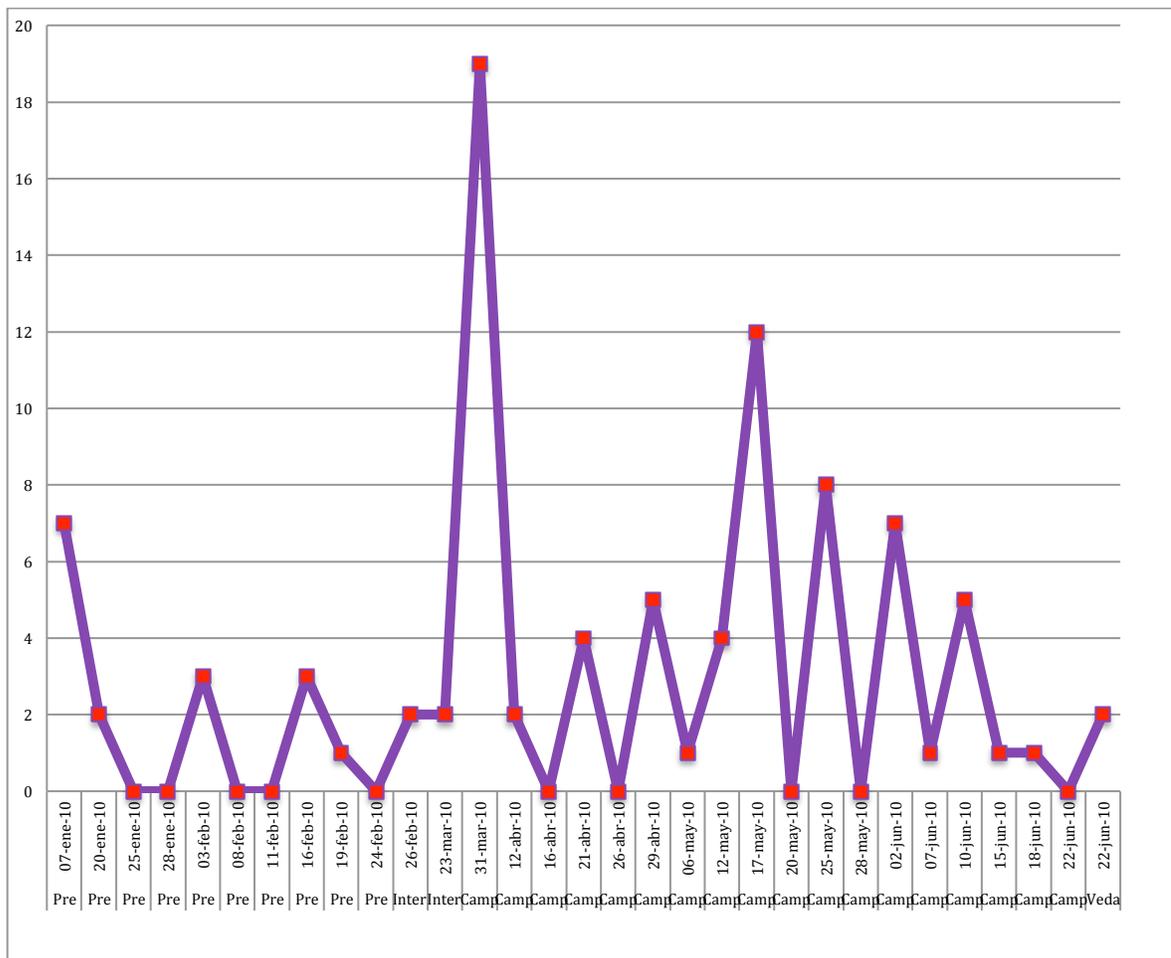
Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Campaña	07-jun-10	1
Campaña	10-jun-10	4
Campaña	15-jun-10	4
Campaña	18-jun-10	0
Veda	22-jun-10	1
<b>Totales</b>		<b>122</b>



## DURANGO (2010)

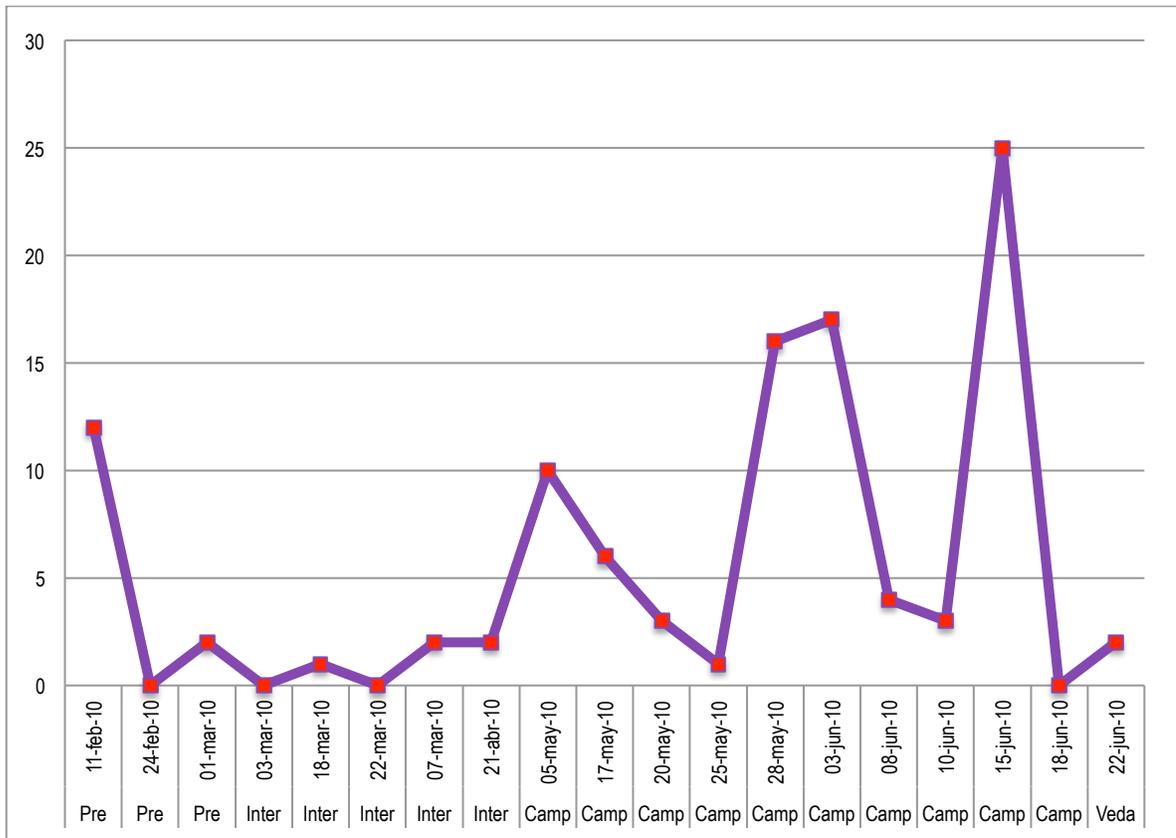
PERIODO	FECHA DE NOTIFICACIÓN DE ORDEN DE TRANSMISIÓN	NÚMERO DE PROMOCIONALES
Precampaña	07-ene-10	7
Precampaña	20-ene-10	2
Precampaña	25-ene-10	0
Precampaña	28-ene-10	0
Precampaña	03-feb-10	3
Precampaña	08-feb-10	0
Precampaña	11-feb-10	0
Precampaña	16-feb-10	3
Precampaña	19-feb-10	1
Precampaña	24-feb-10	0
Intercampaña	26-feb-10	2
Intercampaña	23-mar-10	2
Campaña	31-mar-10	19
Campaña	12-abr-10	2
Campaña	16-abr-10	0
Campaña	21-abr-10	4
Campaña	26-abr-10	0
Campaña	29-abr-10	5
Campaña	06-may-10	1
Campaña	12-may-10	4
Campaña	17-may-10	12
Campaña	20-may-10	0
Campaña	25-may-10	8
Campaña	28-may-10	0
Campaña	02-jun-10	7
Campaña	07-jun-10	1
Campaña	10-jun-10	5
Campaña	15-jun-10	1

PERIODO	FECHA DE NOTIFICACIÓN DE ORDEN DE TRANSMISIÓN	NÚMERO DE PROMOCIONALES
Campaña	18-jun-10	1
Campaña	22-jun-10	0
Veda	22-jun-10	2
Totales		92



## HIDALGO (2010)

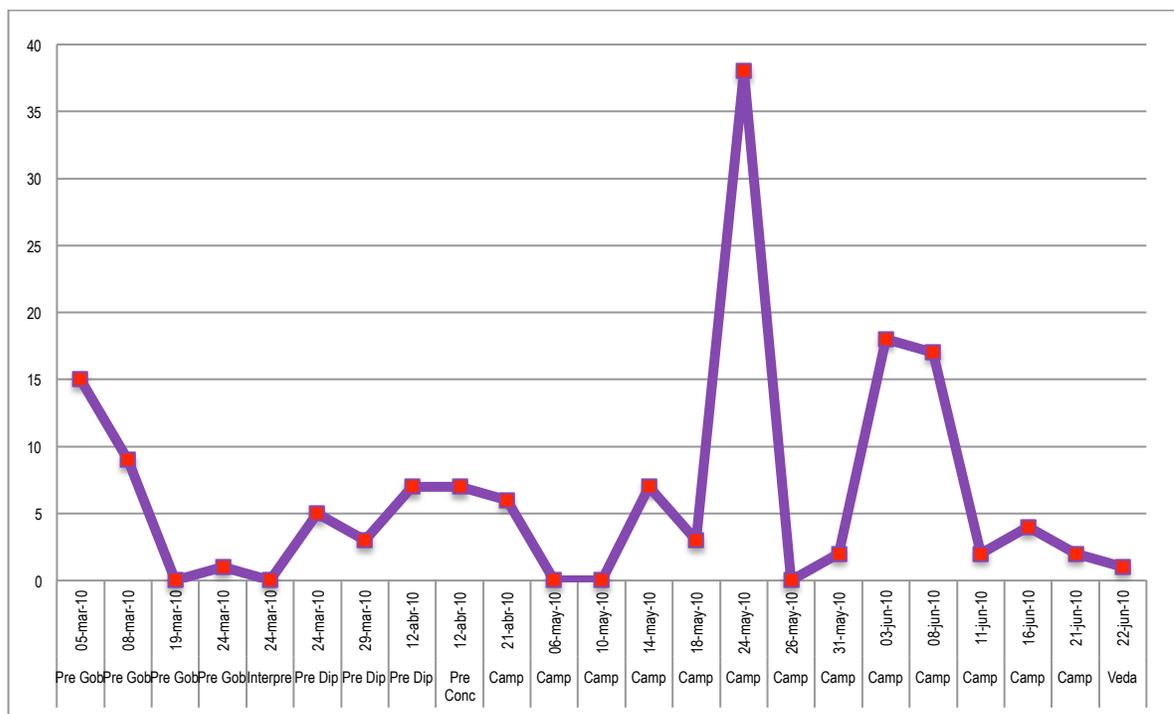
Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Precampaña	11-feb-10	12
Precampaña	24-feb-10	0
Precampaña	01-mar-10	2
Intercampaña	03-mar-10	0
Intercampaña	18-mar-10	1
Intercampaña	22-mar-10	0
Intercampaña	07-mar-10	2
Intercampaña	21-abr-10	2
Campaña	05-may-10	10
Campaña	17-may-10	6
Campaña	20-may-10	3
Campaña	25-may-10	1
Campaña	28-may-10	16
Campaña	03-jun-10	17
Campaña	08-jun-10	4
Campaña	10-jun-10	3
Campaña	15-jun-10	25
Campaña	18-jun-10	0
Veda	22-jun-10	2
<b>Totales</b>		<b>106</b>



OAXACA (2010)

Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Precampaña Gobernador	05-mar-10	15
Precampaña Gobernador	08-mar-10	9
Precampaña Gobernador	19-mar-10	0
Precampaña Gobernador	24-mar-10	1
Intercampaña	24-mar-10	0
Precampaña Diputados	24-mar-10	5
Precampaña Diputados	29-mar-10	3
Precampaña Diputados	12-abr-10	7
Precampaña Consejales	12-abr-10	7
Campaña	21-abr-10	6

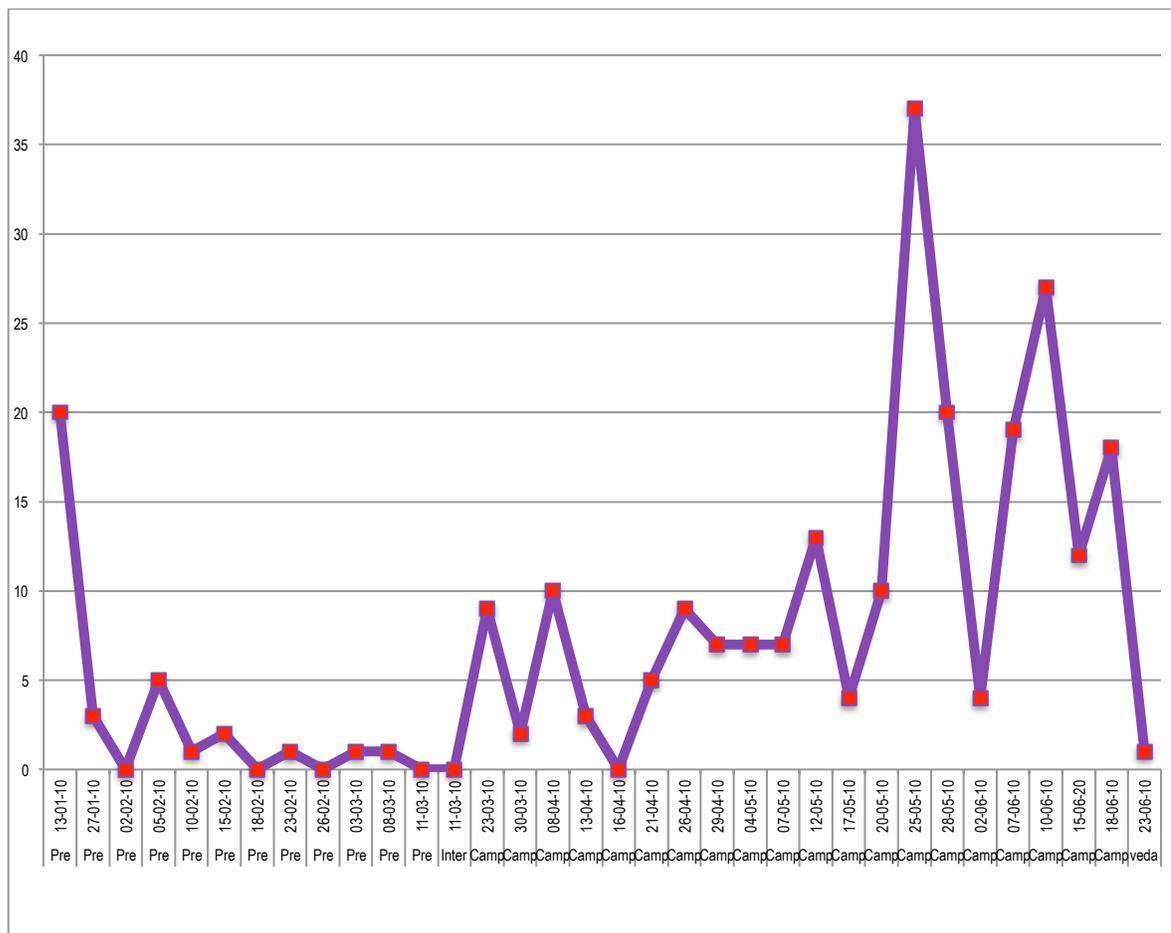
Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Campaña	06-may-10	0
Campaña	10-may-10	0
Campaña	14-may-10	7
Campaña	18-may-10	3
Campaña	24-may-10	38
Campaña	26-may-10	0
Campaña	31-may-10	2
Campaña	03-jun-10	18
Campaña	08-jun-10	17
Campaña	11-jun-10	2
Campaña	16-jun-10	4
Campaña	21-jun-10	2
Veda	22-jun-10	1
Totales		<b>147</b>



## PUEBLA (2010)

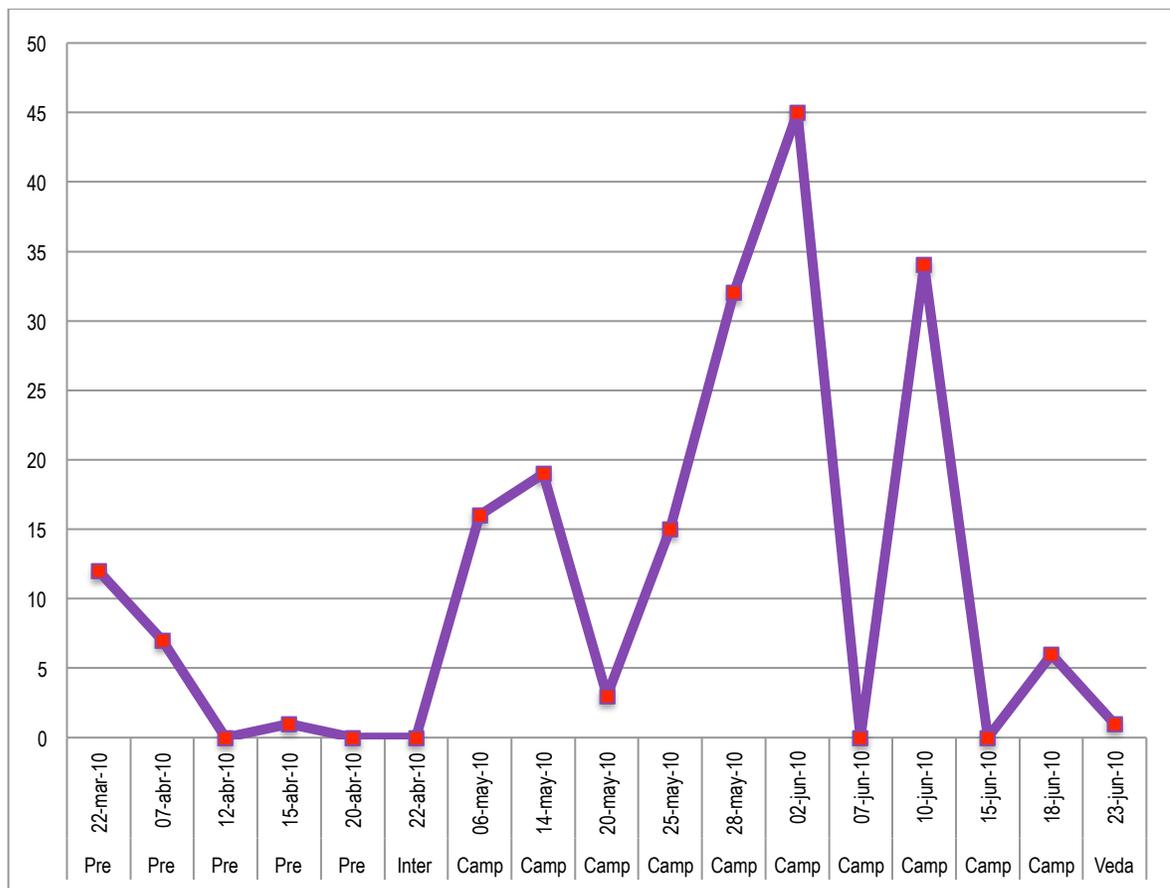
Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Precampaña	13-01-10	20
Precampaña	27-01-10	3
Precampaña	02-02-10	0
Precampaña	05-02-10	5
Precampaña	10-02-10	1
Precampaña	15-02-10	2
Precampaña	18-02-10	0
Precampaña	23-02-10	1
Precampaña	26-02-10	0
Precampaña	03-03-10	1
Precampaña	08-03-10	1
Precampaña	11-03-10	0
Intercampaña	11-03-10	0
Campaña	23-03-10	9
Campaña	30-03-10	2
Campaña	08-04-10	10
Campaña	13-04-10	3
Campaña	16-04-10	0
Campaña	21-04-10	5
Campaña	26-04-10	9
Campaña	29-04-10	7
Campaña	04-05-10	7
Campaña	07-05-10	7
Campaña	12-05-10	13
Campaña	17-05-10	4
Campaña	20-05-10	10
Campaña	25-05-10	37
Campaña	28-05-10	20

Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Campaña	02-06-10	4
Campaña	07-06-10	19
Campaña	10-06-10	27
Campaña	15-06-20	12
Campaña	18-06-10	18
Veda	23-06-10	1
Totales		<b>258</b>



## SINALOA (2010)

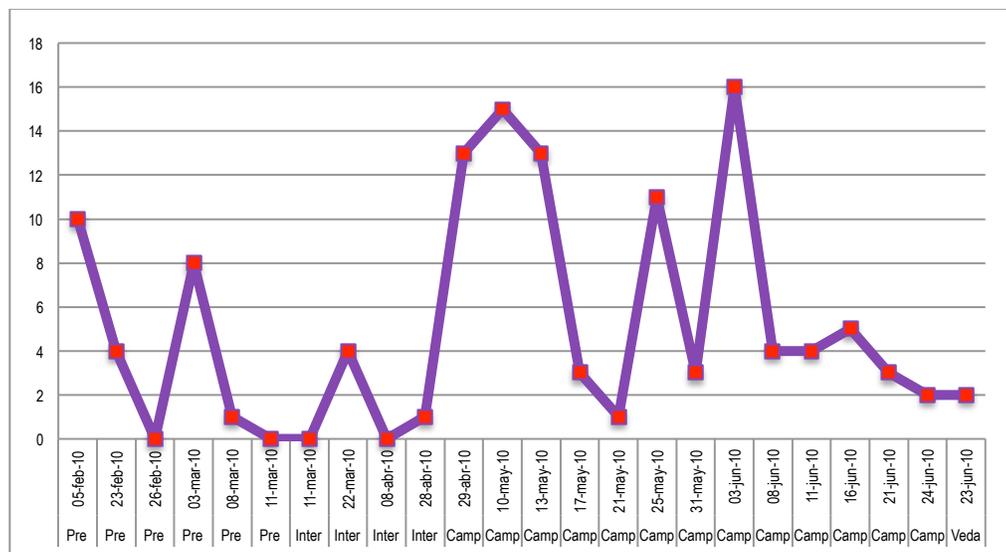
Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Precampaña	22-mar-10	12
Precampaña	07-abr-10	7
Precampaña	12-abr-10	0
Precampaña	15-abr-10	1
Precampaña	20-abr-10	0
Intercampaña	22-abr-10	0
Campaña	06-may-10	16
Campaña	14-may-10	19
Campaña	20-may-10	3
Campaña	25-may-10	15
Campaña	28-may-10	32
Campaña	02-jun-10	45
Campaña	07-jun-10	0
Campaña	10-jun-10	34
Campaña	15-jun-10	0
Campaña	18-jun-10	6
Veda	23-jun-10	1
<b>Totales</b>		<b>191</b>



TAMAULIPAS (2010)

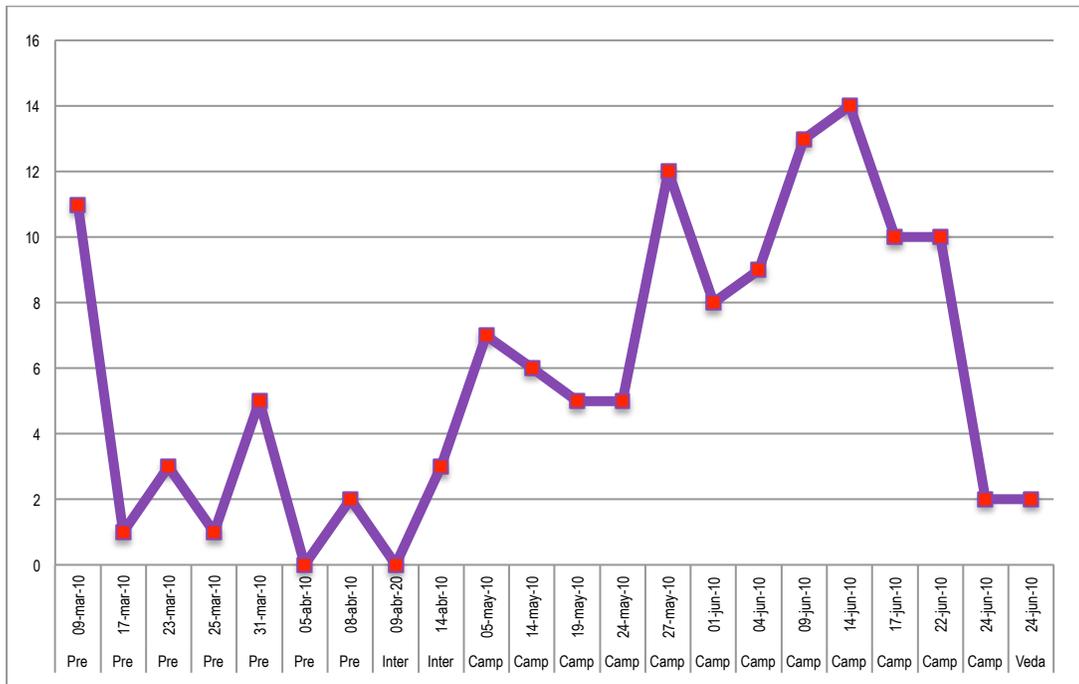
Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Precampaña	05-feb-10	10
Precampaña	23-feb-10	4
Precampaña	26-feb-10	0
Precampaña	03-mar-10	8
Precampaña	08-mar-10	1
Precampaña	11-mar-10	0
Intercampaña	11-mar-10	0
Intercampaña	22-mar-10	4
Intercampaña	08-abr-10	0

Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Intercampaña	28-abr-10	1
Campaña	29-abr-10	13
Campaña	10-may-10	15
Campaña	13-may-10	13
Campaña	17-may-10	3
Campaña	21-may-10	1
Campaña	25-may-10	11
Campaña	31-may-10	3
Campaña	03-jun-10	16
Campaña	08-jun-10	4
Campaña	11-jun-10	4
Campaña	16-jun-10	5
Campaña	21-jun-10	3
Campaña	24-jun-10	2
Veda	23-jun-10	2
<b>Totales</b>		<b>123</b>



## VERACRUZ (2010)

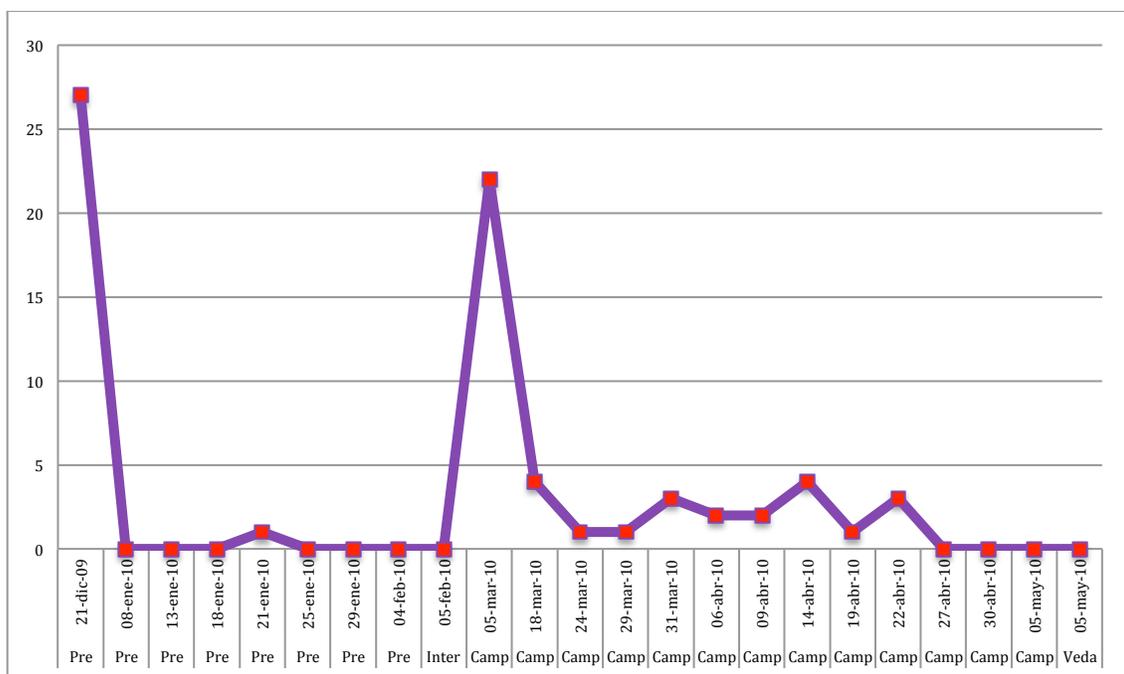
Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Precampaña	09-mar-10	11
Precampaña	17-mar-10	1
Precampaña	23-mar-10	3
Precampaña	25-mar-10	1
Precampaña	31-mar-10	5
Precampaña	05-abr-10	0
Precampaña	08-abr-10	2
Intercampaña	09-abr-10	0
Intercampaña	14-abr-10	3
Campaña	05-may-10	7
Campaña	14-may-10	6
Campaña	19-may-10	5
Campaña	24-may-10	5
Campaña	27-may-10	12
Campaña	01-jun-10	8
Campaña	04-jun-10	9
Campaña	09-jun-10	13
Campaña	14-jun-10	14
Campaña	17-jun-10	10
Campaña	22-jun-10	10
Campaña	24-jun-10	2
Veda	24-jun-10	2
Totales		<b>129</b>



YUCATÁN (2010)

Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Precampaña	21-dic-09	27
Precampaña	08-ene-10	0
Precampaña	13-ene-10	0
Precampaña	18-ene-10	0
Precampaña	21-ene-10	1
Precampaña	25-ene-10	0
Precampaña	29-ene-10	0
Precampaña	04-feb-10	0
Intercampaña	05-feb-10	0
Campaña	05-mar-10	22
Campaña	18-mar-10	4
Campaña	24-mar-10	1
Campaña	29-mar-10	1
Campaña	31-mar-10	3

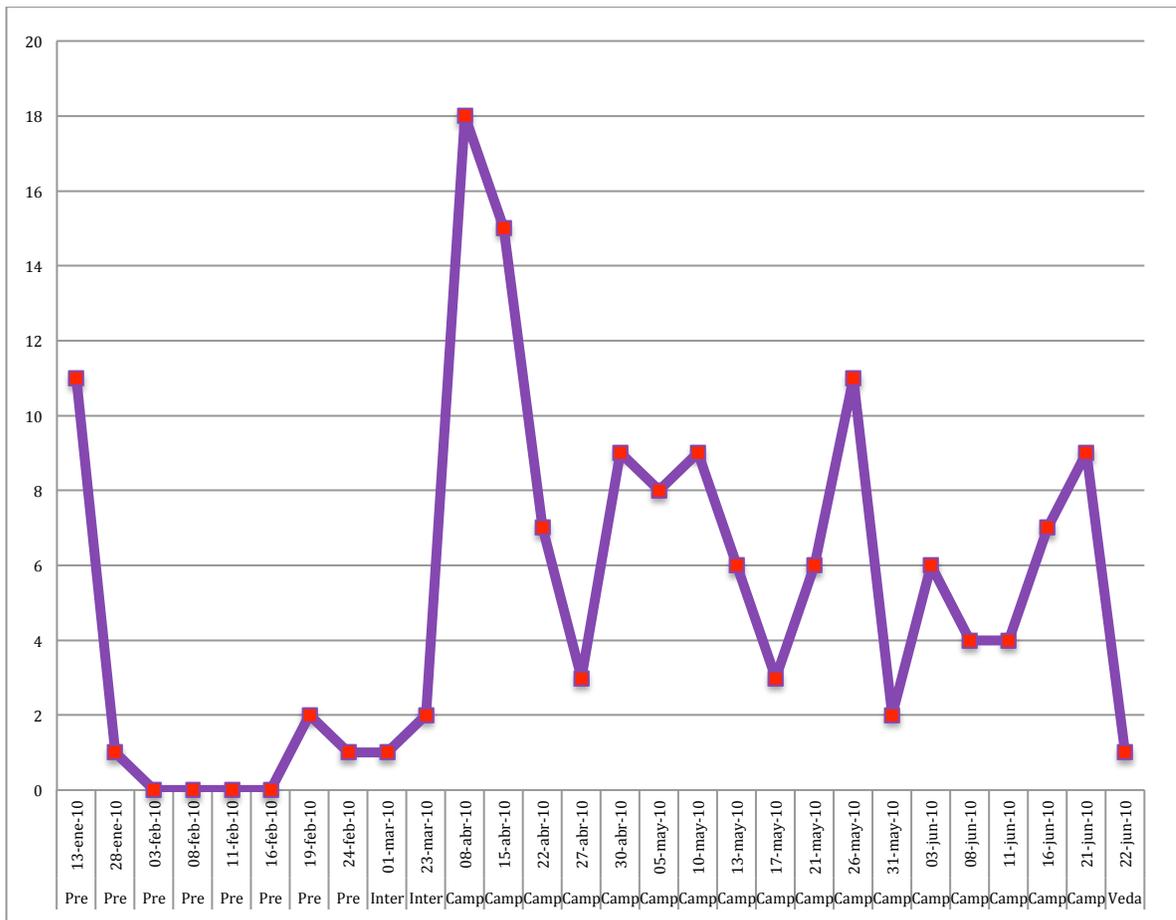
Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Campaña	06-abr-10	2
Campaña	09-abr-10	2
Campaña	14-abr-10	4
Campaña	19-abr-10	1
Campaña	22-abr-10	3
Campaña	27-abr-10	0
Campaña	30-abr-10	0
Campaña	05-may-10	0
Veda	05-may-10	0
<b>Totales</b>		<b>71</b>



ZACATECAS (2010)

Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Precampaña	13-ene-10	11
Precampaña	28-ene-10	1

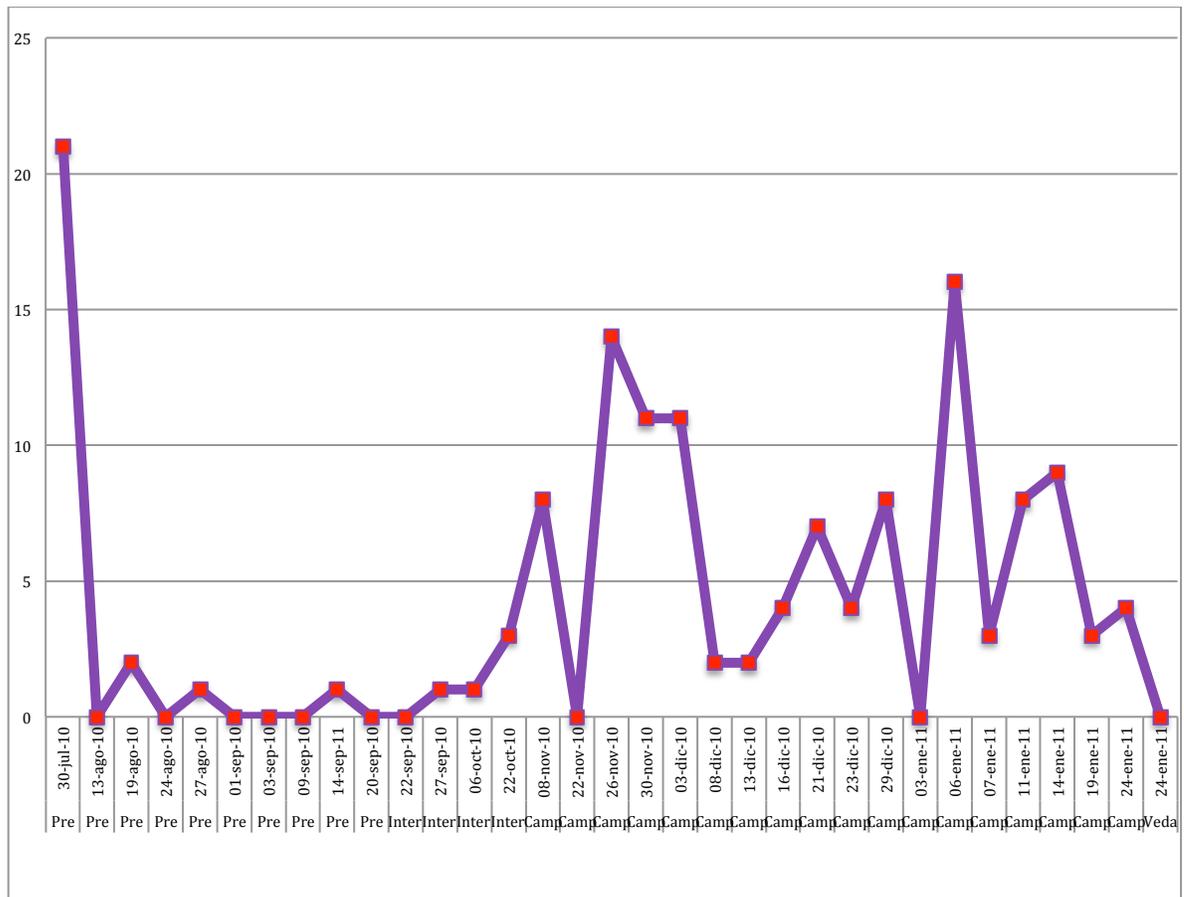
Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Precampaña	03-feb-10	0
Precampaña	08-feb-10	0
Precampaña	11-feb-10	0
Precampaña	16-feb-10	0
Precampaña	19-feb-10	2
Precampaña	24-feb-10	1
Intercampaña	01-mar-10	1
Intercampaña	23-mar-10	2
Campaña	08-abr-10	18
Campaña	15-abr-10	15
Campaña	22-abr-10	7
Campaña	27-abr-10	3
Campaña	30-abr-10	9
Campaña	05-may-10	8
Campaña	10-may-10	9
Campaña	13-may-10	6
Campaña	17-may-10	3
Campaña	21-may-10	6
Campaña	26-may-10	11
Campaña	31-may-10	2
Campaña	03-jun-10	6
Campaña	08-jun-10	4
Campaña	11-jun-10	4
Campaña	16-jun-10	7
Campaña	21-jun-10	9
Veda	22-jun-10	1
Totales		<b>146</b>



**BAJA CALIFORNIA SUR (2011)**

Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Precampaña	30-jul-10	21
Precampaña	13-ago-10	0
Precampaña	19-ago-10	2
Precampaña	24-ago-10	0
Precampaña	27-ago-10	1
Precampaña	01-sep-10	0
Precampaña	03-sep-10	0
Precampaña	09-sep-10	0
Precampaña	14-sep-11	1
Precampaña	20-sep-10	0

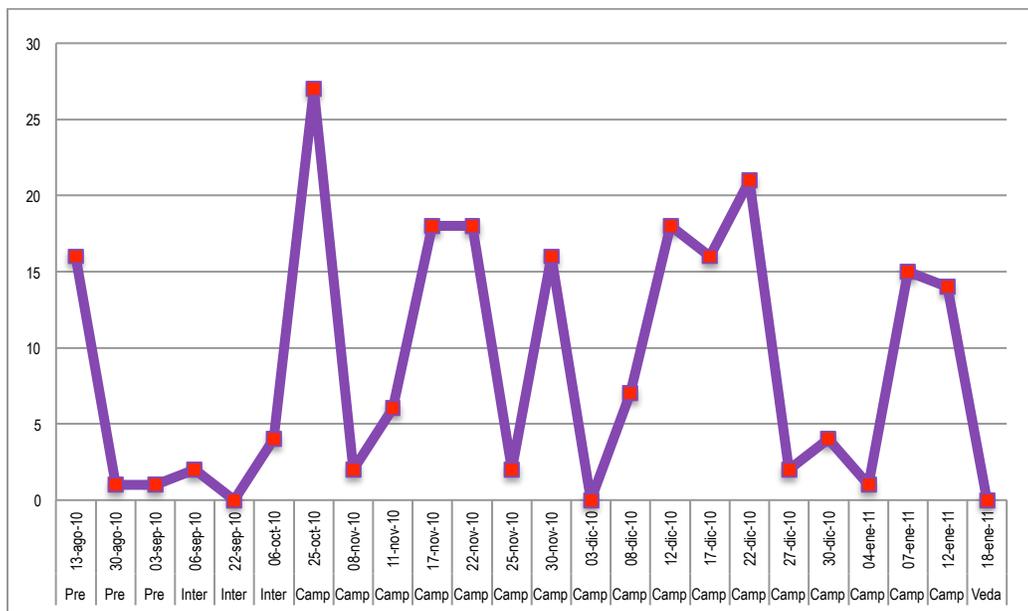
Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Intercampaña	22-sep-10	0
Intercampaña	27-sep-10	1
Intercampaña	06-oct-10	1
Intercampaña	22-oct-10	3
Campaña	08-nov-10	8
Campaña	22-nov-10	0
Campaña	26-nov-10	14
Campaña	30-nov-10	11
Campaña	03-dic-10	11
Campaña	08-dic-10	2
Campaña	13-dic-10	2
Campaña	16-dic-10	4
Campaña	21-dic-10	7
Campaña	23-dic-10	4
Campaña	29-dic-10	8
Campaña	03-ene-11	0
Campaña	06-ene-11	16
Campaña	07-ene-11	3
Campaña	11-ene-11	8
Campaña	14-ene-11	9
Campaña	19-ene-11	3
Campaña	24-ene-11	4
Veda	24-ene-11	0
<b>Totales</b>		<b>144</b>



**GUERRERO (2011)**

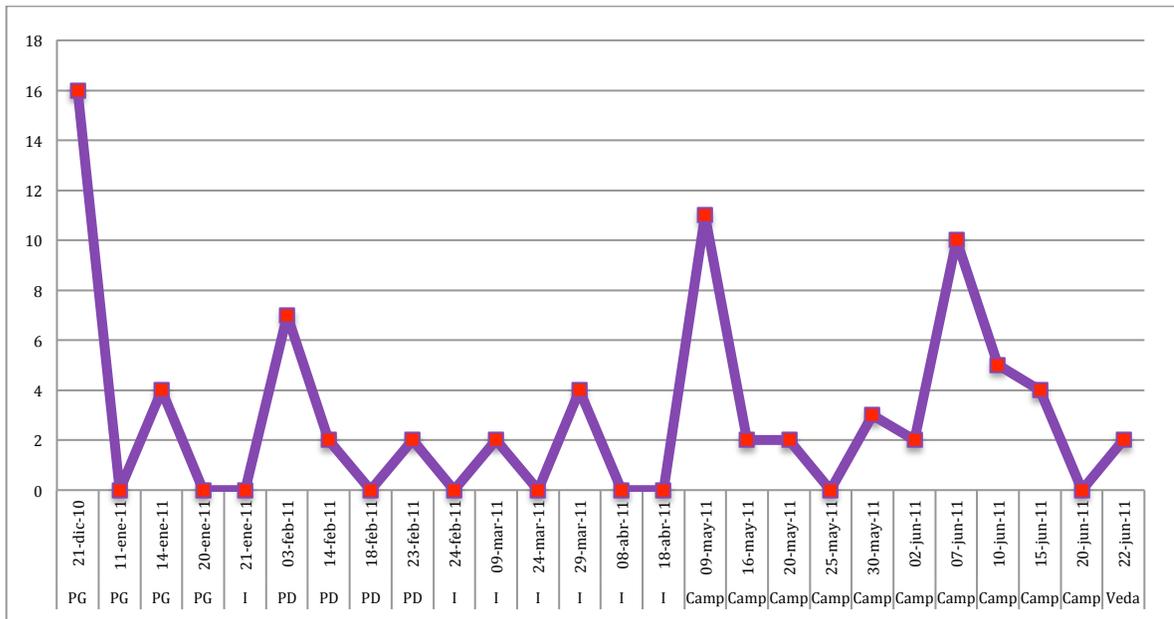
Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Precampaña	13-ago-10	16
Precampaña	30-ago-10	1
Precampaña	03-sep-10	1
Intercampaña	06-sep-10	2
Intercampaña	22-sep-10	0
Intercampaña	06-oct-10	4
Campaña	25-oct-10	27
Campaña	08-nov-10	2
Campaña	11-nov-10	6
Campaña	17-nov-10	18

Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Campaña	22-nov-10	18
Campaña	25-nov-10	2
Campaña	30-nov-10	16
Campaña	03-dic-10	0
Campaña	08-dic-10	7
Campaña	12-dic-10	18
Campaña	17-dic-10	16
Campaña	22-dic-10	21
Campaña	27-dic-10	2
Campaña	30-dic-10	4
Campaña	04-ene-11	1
Campaña	07-ene-11	15
Campaña	12-ene-11	14
Veda	18-ene-11	0
<b>Totales</b>		<b>211</b>



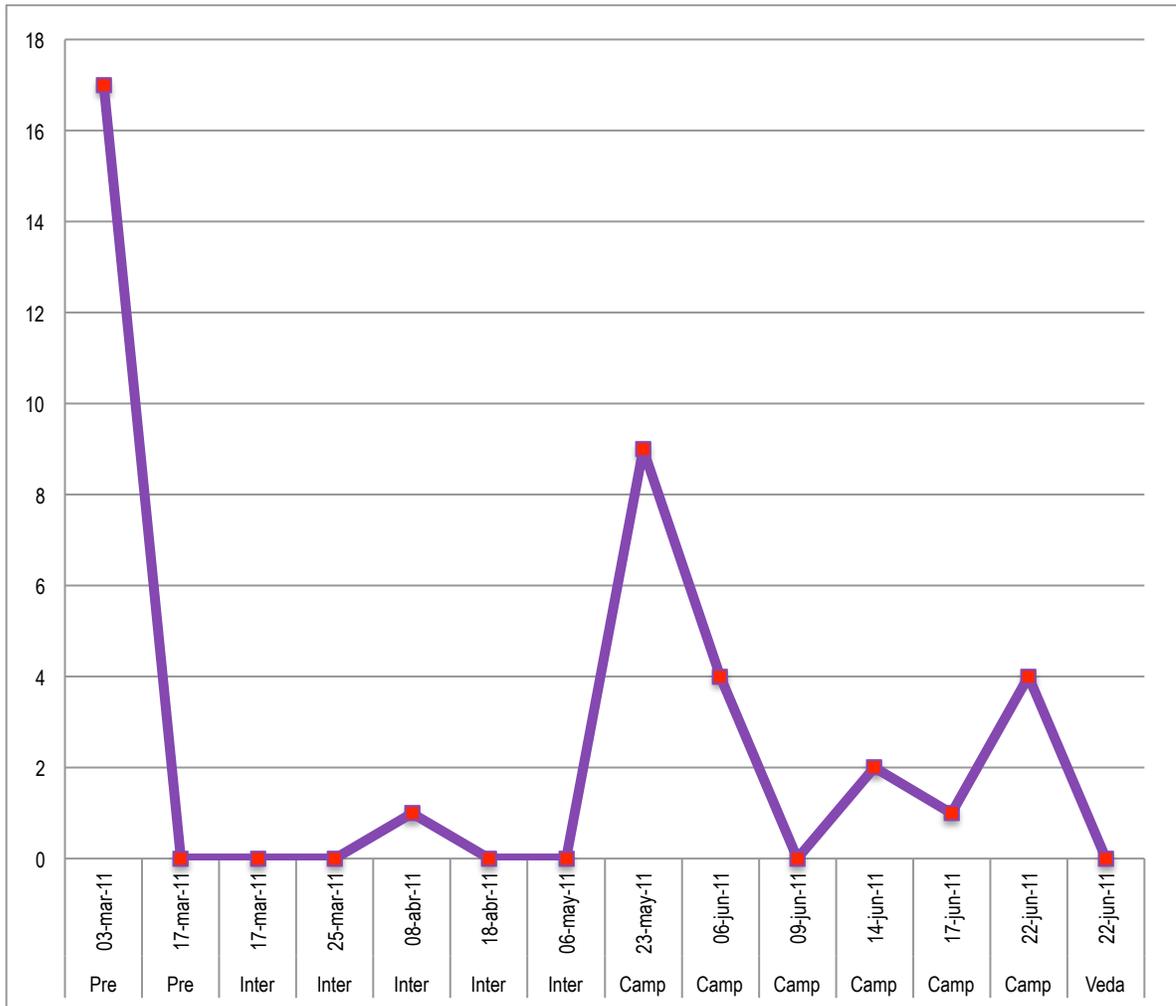
## COAHUILA (2011)

Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Precampaña Gobernador	21-dic-10	16
Precampaña Gobernador	11-ene-11	0
Precampaña Gobernador	14-ene-11	4
Precampaña Gobernador	20-ene-11	0
Intercampaña	21-ene-11	0
Precampaña Diputados	03-feb-11	7
Precampaña Diputados	14-feb-11	2
Precampaña Diputados	18-feb-11	0
Precampaña Diputados	23-feb-11	2
Intercampaña	24-feb-11	0
Intercampaña	09-mar-11	2
Intercampaña	24-mar-11	0
Intercampaña	29-mar-11	4
Intercampaña	08-abr-11	0
Intercampaña	18-abr-11	0
Campaña	09-may-11	11
Campaña	16-may-11	2
Campaña	20-may-11	2
Campaña	25-may-11	0
Campaña	30-may-11	3
Campaña	02-jun-11	2
Campaña	07-jun-11	10
Campaña	10-jun-11	5
Campaña	15-jun-11	4
Campaña	20-jun-11	0
Veda	22-jun-11	2
<b>Totales</b>		<b>78</b>



**HIDALGO (2011)**

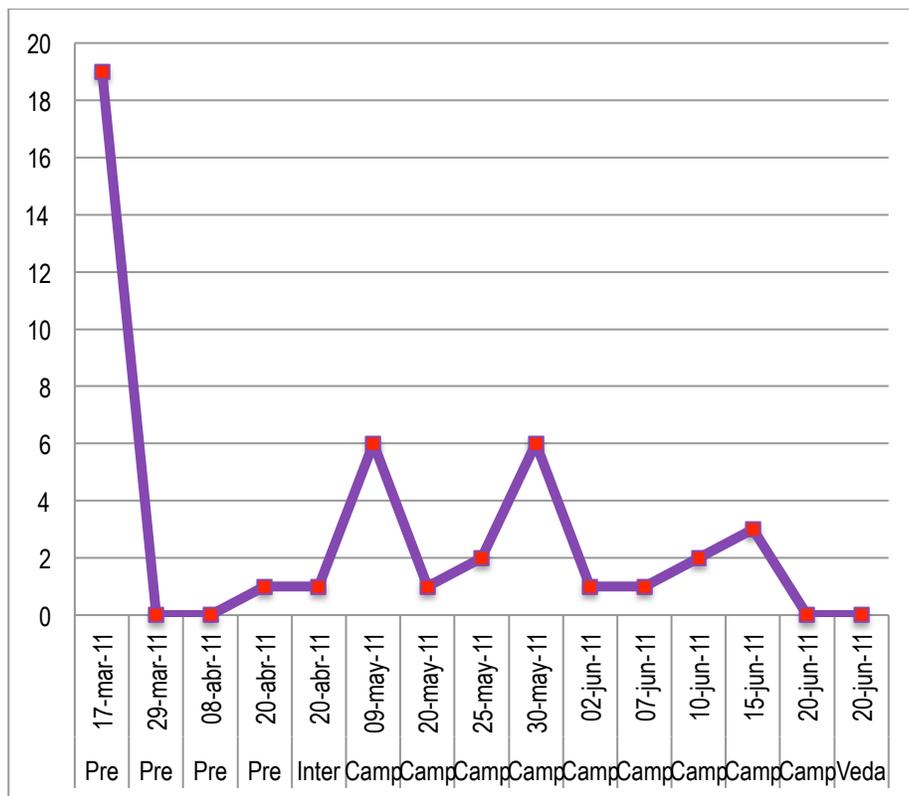
Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Precampaña	03-mar-11	17
Precampaña	17-mar-11	0
Intercampaña	17-mar-11	0
Intercampaña	25-mar-11	0
Intercampaña	08-abr-11	1
Intercampaña	18-abr-11	0
Intercampaña	06-may-11	0
Campaña	23-may-11	13
Campaña	06-jun-11	6
Campaña	09-jun-11	0
Campaña	14-jun-11	3
Campaña	17-jun-11	2
Campaña	22-jun-11	4
Veda	22-jun-11	0
<b>Totales</b>		<b>46</b>



México (2011)

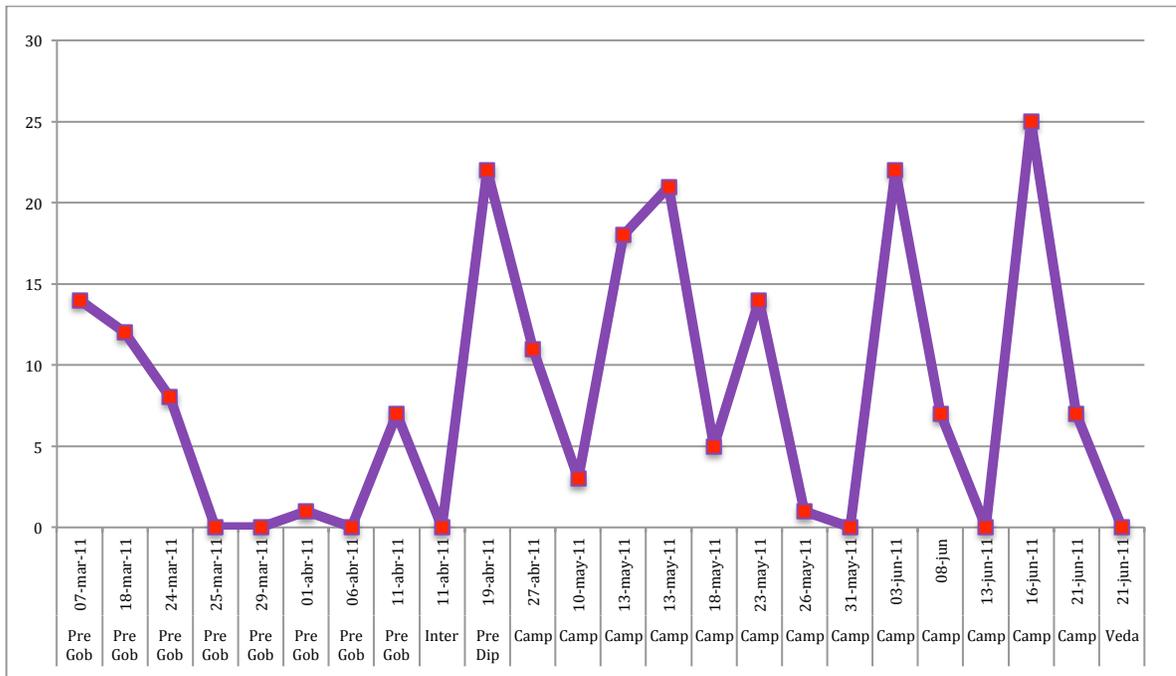
Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Precampaña	17-mar-11	19
Precampaña	29-mar-11	0
Precampaña	08-abr-11	0
Precampaña	20-abr-11	1
Intercampaña	20-abr-11	1
Campaña	09-may-11	6

Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Campaña	20-may-11	1
Campaña	25-may-11	2
Campaña	30-may-11	6
Campaña	02-jun-11	1
Campaña	07-jun-11	1
Campaña	10-jun-11	2
Campaña	15-jun-11	3
Campaña	20-jun-11	0
Veda	20-jun-11	0
<b>Totales</b>		<b>43</b>



## NAYARIT (2011)

Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Precampaña Gobernador	07-mar-11	14
Precampaña Gobernador	18-mar-11	12
Precampaña Gobernador	24-mar-11	8
Precampaña Gobernador	25-mar-11	0
Precampaña Gobernador	29-mar-11	0
Precampaña Gobernador	01-abr-11	1
Precampaña Gobernador	06-abr-11	0
Precampaña Gobernador	11-abr-11	7
Intercampaña	11-abr-11	0
Precampaña Diputados	19-abr-11	22
Campaña	27-abr-11	11
Campaña	10-may-11	3
Campaña	13-may-11	18
Campaña	13-may-11	21
Campaña	18-may-11	5
Campaña	23-may-11	14
Campaña	26-may-11	1
Campaña	31-may-11	0
Campaña	03-jun-11	22
Campaña	08-jun	7
Campaña	13-jun-11	0
Campaña	16-jun-11	25
Campaña	21-jun-11	7
Veda	21-jun-11	0
Totales		198



De las tablas y las gráficas hasta aquí presentadas, se advierte la siguiente información concentrada:

N°	Tipo	Año	Entidad	Días de proceso electoral	Máximo de materiales por OT	Total de materiales en el periodo
1	PEL	2010	Aguascalientes	124	16	94
2	PEL	2010	Baja California	115	101	339
3	PEL	2011	Baja California Sur	181	21	144
4	PEL	2011	Coahuila	180	16	78
5	PEL	2010	Chiapas	94	28	69
6	PEL	2010	Chihuahua	173	22	122
7	PEL	2010	Durango	171	19	92
8	PEL	2011	Guerrero	159	27	211
9	PEL	2010	Hidalgo	135	25	106
10	PEL	2011	Hidalgo	115	17	46
11	PEL	2011	México	98	19	43
12	PEL	2011	Nayarit	112	25	198
13	PEL	2010	Oaxaca	114	38	147

N°	Tipo	Año	Entidad	Días de proceso electoral	Máximo de materiales por OT	Total de materiales en el periodo
14	PEL	2010	Puebla	165	37	258
15	PEL	2010	Sinaloa	97	45	191
16	PEL	2010	Tamaulipas	142	16	123
17	PEL	2010	Veracruz	110	14	119
18	PEL	2010	Yucatán	132	27	71
19	PEL	2010	Zacatecas	164	18	146

**Nota:** Esta incluye 19 proceso electoral locales celebrados entre 2010 y 2011. El número de promocionales indicados en el total corresponden a casos individuales, por lo que.

PEF: Proceso Electoral Federal.

PEL©: Proceso Electoral Local coincidente con el Federal.

PEL: Proceso Electoral Local.

PEX: Proceso Electoral Extraordinario.

A partir de lo anterior, se puede afirmar que:

1. Se identifica con regularidad una **tendencia muy importante**: típicamente, **el mayor volumen de materiales asociados a una orden de transmisión, se entregan al inicio de cada etapa electoral** (precampaña y campaña). Lo anterior, permite al IFE planear correctamente el flujo de comunicación con los concesionarios y permissionarios de la radio y la televisión y, a éstos últimos, anticipar adecuada y oportunamente, los mecanismos necesarios para el cumplimiento de los partidos políticos y autoridades electorales.
2. El conjunto de **elecciones bajo análisis indica que la duración promedio de estos comicios fue de 136 días**.
3. En esos 136 días, **el promedio máximo de promocionales entregados por orden de transmisión fue 28**. El **mínimo de materiales entregados en una orden de transmisión fue 0**, en virtud de que cada entrega de orden de transmisión no implica sustitución de materiales, es decir, se pueden seguir transmitiendo los de una orden de transmisión anterior. El **máximo de de materiales entregados fue 101** (Baja California, 2010).
4. El **promedio de materiales entregados** (versiones diferentes de partidos políticos y autoridades electorales) **por elección fue 137, con un máximo de 339** (Baja California, 2010) y **un mínimo de 43** (México, 2011).
5. De la cantidad de **datos asociados a cada orden de transmisión analizada, es decir, de las 447**, destaca lo siguiente:

	Precampaña	Intercampaña	Campaña	Veda
Número de órdenes de transmisión	132	48	248	19
Promedio de promocionales entregados por orden de transmisión	4.15	.97	8.04	.94
Máximo de promocionales entregados por orden de transmisión	27	4	101	2

6. De la tabla anterior, es claro que **durante la precampaña, el volumen de promocionales es significativamente menor que durante la etapa de campaña.**
7. Es evidente que **durante los periodos de “intercampaña” y veda, prácticamente no hay sustitución de materiales.**
8. Sobre la **etapa de campaña**, de las 248 órdenes de transmisión analizadas en estas 19 elecciones locales, se revela que el **promedio de sustituciones por orden de transmisión es equivalente a 8 promocionales.**
9. Por último, vale la pena agrupar algunos resultados de la etapa de campaña:

	Órdenes de transmisión con 0 promocionales	Órdenes de transmisión con 1 a 10 promocionales	Órdenes de transmisión con 11 a 20 promocionales	Órdenes de transmisión con 21 a 30 promocionales	Órdenes de transmisión con más de 30 promocionales
Número de órdenes de transmisión	31	156	43	9	9

En resumen, se puede concluir que:

- a. El **12.5%** de las órdenes de transmisión no implican sustitución de materiales;
- b. El **62.9%** de las órdenes de transmisión implican sustituir entre 1 y 10 materiales;
- c. El **17.3%** de las órdenes de transmisión implican sustituir entre 11 y 20 materiales;
- d. El **3.6%** de las órdenes de transmisión implican sustituir entre 21 y 30 materiales; y,
- e. El **3.6%** de las órdenes de transmisión implican sustituir más de 30 materiales.

**Si al menos el 75% de las órdenes de transmisión reflejan sustituciones entre 0 y 10 promocionales y casos extraordinarios y aislados (7.2%) vinculados a sustituciones mayores a 20 materiales por orden**

de transmisión, no se advierte ninguna restricción para que los concesionarios y permisionarios de la radio y la televisión mexicanas se encuentre impedidos para realizar los cambios de materiales en los plazos previstos en las propuesta de reforma reglamentaria.

Ahora bien, por lo que respecta al “tiempo en que se llevó a cabo la sustitución de materiales”, dato previsto en la resolución del TEPJF a que se ha hecho referencia, el periodo ha sido de 5 días hábiles en estricto cumplimiento al artículo 46 del reglamento de la materia, a los acuerdos ACRT/066/2009 y ACRT/040/2010 (por lo que se establecieron los términos y condiciones para la entrega de materiales durante los procesos electorales de 2010 y 2011, respectivamente), y a los calendarios que para cada proceso electoral aprobó el Comité de Radio y Televisión. Por lo que este lapso no es indicativo de la capacidad técnica de la industria para operar las sustituciones de los materiales electorales.

De la misma manera, la información relativa a los tiempos máximos y mínimos en que los concesionarios y permisionarios sustituyeron los promocionales de los partidos políticos y de las autoridades electorales, no resulta indicativa de las posibilidades técnicas de las emisoras para llevar a cabo tal sustitución, pues se insiste, de conformidad con el propio reglamento y los acuerdos del Comité de Radio y Televisión, la entrada al aire de los materiales debe ser en una fecha única para garantizar un tratamiento equitativo entre los distintos partidos políticos, y para asegurar la certeza en el inicio de transmisiones a todos los actores involucrados.

#### XI. EL CASO DE MEDIDAS CAUTELARES

Tal como la Secretaría Ejecutiva del IFE informó al Consejo General en julio de 2010, mediante el documento titulado *Informe de la colaboración del Instituto Federal Electoral con las autoridades electorales locales durante los comicios del año 2010*, el carácter de autoridad única en materia de radio y televisión del Instituto Federal Electoral, le confiere atribuciones y competencias para, entre otras cosas, conocer de las quejas que señalen infracciones a la normatividad, tanto en el ámbito federal como en el local.

Tradicionalmente, el conocimiento y atención de las quejas con motivo de la celebración de los comicios, fue una atribución a cargo de los institutos a cargo de la elección por ser en quienes recae la atribución de organizar y cuidar el desarrollo de los comicios. Así, al IFE correspondía el conocimiento de las quejas presentadas durante el desarrollo de los procesos electorales federales, y a los institutos locales, el de las quejas presentadas con motivo de la celebración de sus procesos electorales locales.

Sin embargo, el actual modelo de comunicación en materia electoral concentra la potestad punitiva en el IFE cuando se trata de violaciones a lo dispuesto en el artículo 41 de la Constitución, con independencia de que se trate de un proceso electoral de carácter local. En efecto, en tratándose de propaganda política o electoral en radio y televisión durante la realización de los procesos electorales de las entidades federativas, el IFE también puede adoptar medidas precautorias previa remisión de la denuncia o queja por parte del instituto o consejo electoral local, de conformidad con el artículo 368, párrafo 1 del mismo código<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> Véanse jurisprudencias 23/201 del TEPJF, “Medidas cautelares en elecciones locales. Corresponde determinarlas al Instituto Federal Electoral, tratándose de propaganda difundida en radio y televisión”, y 25/2010, “Propaganda electoral en radio y televisión. Competencia de las autoridades electorales para conocer de los procedimientos sancionadores respectivos”.

En virtud de que el texto constitucional reserva al IFE la posibilidad de ordenar la cancelación inmediata de las transmisiones en radio y televisión (medidas cautelares) cuando se denuncian conductas relacionadas con propaganda difundida en estos medios, el Instituto, a través de la Secretaría Ejecutiva y de la Comisión de Quejas y Denuncias, actúa como autoridad competente en el dictado o no de la medida cautelar.

En la experiencia de 2010, particularmente durante el periodo en que se desarrollaron simultáneamente 15 elecciones locales, el IFE ha tramitado 57 expedientes relacionados con quejas y medidas cautelares vinculadas a la realización de los mismos, los cuales se sintetizan a continuación (corte al 5 de julio):

<b>TOTAL DE QUEJAS PRESENTADAS ANTE LA SECRETARÍA EJECUTIVA: 100</b>	
Total de quejas por las que se solicitan medidas cautelares	57
Total de quejas que solicitan medidas cautelares y que resultan procedentes	20
<b>TOTAL DE SOLICITUDES DE MEDIDAS CAUTELARES: 57</b>	
Procedentes: 20	
NO Procedentes: 27	

<b>TOTAL DE SOLICITUDES DE MEDIDAS CAUTELARES DE LAS QUE CONOCE EL IFE: 57</b>	
Por Procedimiento Especial Sancionador	40
Sólo por atención de medidas cautelares (por cuadernillos)	17

TOTAL DE EXPEDIENTES	PROCEDENTES	IMPROCEDENTES	TOTAL DE ASUNTOS POR VÍA	TOTAL DE SOLICITUDES
Procedimientos Especiales de Sanción y atención de Medidas Cautelares	10	30	40	57
Solo atención de Medidas Cautelares (cuadernos auxiliares)	10	7	17	

<b>PROCEDIMIENTOS ESPECIALES SANCIONADORES SOLICITANDO MEDIDAS CAUTELARES, POR ENTIDAD FEDERATIVA (DE LOS QUE EL IFE CONOCIÓ COMO PES O POR CUADERNILLO)</b>						
Entidad Federativa	Improcedente		Procedente		Total PES por entidad	Total Cuadernillos por entidad
	Como PES	Por cuadernillo	Como PES	Por cuadernillo		
Zacatecas		2			0	2
Yucatán					0	0
Veracruz	5	3	2	3	7	6
Tlaxcala	2				2	0
Tamaulipas	1	1			1	1
Sinaloa				3	0	3
Quintana Roo	2	1			2	1
Puebla	6		4	1	10	1
Oaxaca	4				4	0
Hidalgo	1			1	1	1
Durango	4			1	4	1
Chihuahua			1	1	1	1
Chiapas					0	0
Baja California					0	0
Aguascalientes					0	0
15 entidades con elecciones locales	4		2		6	0
Nuevo León	1		1		2	0
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>40</b>	<b>17</b>
<b>Total</b>	<b>37</b>		<b>20</b>			
<b>Total de asuntos</b>	<b>57</b>					

En las siguientes tablas, se ilustra con precisión la sugerencia del TEPJF para el contenido de este dictamen, es decir, las medidas aplicadas y los tiempos en que se suspendió la transmisión de promocionales objeto de denuncia:

Tabla de procedimientos en los que se otorgaron las medidas cautelares 2010

Procedimientos en los que se otorgaron las medidas cautelares.													
No.	FECHA Y HORA DE RECEPCIÓN, SECRETARÍA EJECUTIVA.	REMITENTE, QUEJOSO, DENUNCIADO Y ENTIDAD	SÍNTESIS DEL DOCUMENTO PRESENTADO	EXPEDIENTE	FECHA Y HORA DEL REQUERIMIENTO PLANTEADO A LA DEPPP	FECHA Y HORA DE RESPUESTA DE LA DEPPP	FECHA Y HORA DE LA NOTIFICACIÓN A LA PRESIDENCIA DE LA COMISION DE QUEJAS Y DENUNCIAS	FECHA Y HORA DE SESIÓN DE LA COMISIÓN DE QUEJAS Y DENUNCIAS	FECHA Y HORA DE LA QUE LA SECRETARÍA TÉCNICA DE LA COYD NOTIFICÓ A LA DIRECCIÓN JURÍDICA	FECHA Y HORA DE LA NOTIFICACIÓN ELECTRÓNICA DE LA MEDIDA CAUTELAR A LA DEPPP	FECHA Y HORA DE LA NOTIFICACIÓN DE LA MEDIDA CAUTELAR A LA DEPPP	FECHA DE NOTIFICACIÓN DE LA MEDIDA CAUTELAR A CONCESIONARIOS Y PERMISIONARIOS	HORAS PROMEDIO DE SUSPENSIÓN DE PROMOCIONALES EN RADIO Y TELEVISIÓN.
<b>Solicitudes dentro de una demanda que dio inicio a un Procedimiento Especial Sancionador</b>													
1	17-05-2010, 22:16	Remitente: Representante Propietario del PRI Quejoso: PRI Denunciado: C. Felipe Calderón Hinojosa titular del Gobierno Federal Entidad: En las 15 entidades donde se desarrollaban elecciones locales.	CONTRA EL C. FCH, TITULAR DEL GOBIERNO FEDERAL SPOTS "HOSPITALES" Y EMPLEOS".	SCG/PE/PR/CG/058/2010	Oficio SCG/1093/2010 18/05/10; 15:00 hrs	El día 18 de mayo de dos mil diez a las 19:43 por oficio DEPPP/STC/RT/4144/2010	El día 18 de mayo de dos mil diez a las 20:09 por oficio SCG/1094/2010	18/05/10 Convocatoria oficial, 19:00 hrs. Pero la sesión real ocurrió posteriormente.	El día 19 de mayo de 2010, 10:57 hrs.	19/05/2010 20:55 hrs.	El día 20 de mayo de 2010 a las 00:50 hrs. por oficio SCG/1101/2010	20 de mayo de 2010. 24 horas para notificar.	48 horas.
2	26-05-2010, 23:39.	Remitente: PAN Quejoso: PAN Denunciado: Gobierno del estado de Nuevo León, PRI y quien resulte responsable Entidad: Nuevo León	CONTRA EL GOBIERNO DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN. SPOTS DEL GOBERNADOR MEDINA DURANTE LOS PARTIDOS DE FUTBOL HOLANDA VS. MÉXICO; 26 DE MAYO 2010.	SCG/PE/PAN/CG/059/2010	Oficio SCG/1209/2010 27/05/10; 15:17 hrs.	El día 27 de mayo de dos mil diez a las 20:21 por oficio DEPPP/STC/RT/4297/2010	El día 27 de mayo de dos mil diez a las 21:20 hrs. por oficio SCG/1210/2010	27/05/10 22:00 hrs.	El día 27 de mayo de 2010 a las 23:15.	La DJ notificó directamente al tratarse de promocionales que no fueron pautados por el IFE.	Fueron notificados del siguiente modo: a) PAN, 31 de mayo de 2010 a las 10:15 hrs.; b) Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión. 28 de mayo de 2010 a las 11:30 hrs.; c) Televimex, S.A. de C.V, 31 de mayo a las 9:10 hrs.; d) Gobernador del estado de Nuevo León, 31 de mayo de 2010 a las 13:30 pm; e) Consejero Jurídico del Gobierno del	31 de mayo de 2010. 24 horas para notificar, descontando los días inhábiles sábado 29 y domingo 30.	48 horas.
3	04-06-2010, 09:12	Remitente: Representante Suplente del PAN Quejoso: PAN Denunciado: PRI, PVIEM Y C. ENRIQUE DOGGER GUERRERO Entidad: Puebla	CONTRA EL CANDIDATO DEL PRI-PVIEM A PRESIDENTE MUNICIPAL DE PUEBLA. SPOT "HOYO FINANCIERO".	SCG/PE/PAN/CG/062/2010	Oficio SCG/1324/2010 04/06/10 14:25 hrs.	El día 04 de junio de 2010 a las 16:26 hrs., por oficio DEPPP/STC/RT/4431/2010	El día 04 de junio de 2010 a las 17:36 por oficio SCG/1326/2010	04/06/10 20:00 hrs.	El día viernes 04 de junio de 2010 a las 21:45 por oficio STCOJ/D/017/2010	07/06/2010 12:40 hrs.	El día 04 de junio de 2010 a las 23:15 por oficio SCG/1335/2010	7 de junio de 2010. A las 15:00 hrs.	12 horas.

4	09-06-2010, 22:57	Remitente: PRI Quejoso: PRI y Autoridad Electoral Denunciado: Presidente de la República, C. Felipe Calderón Hinojosa Entidad: En las 15 entidades donde se desarrollaban elecciones locales, además del proceso electoral extraordinario en Coahuila.	CONTRA EL C. FCH, TITULAR DEL GOBIERNO FEDERAL SPOTS "HOSPITALES TEMIXCO" y "MADRE SOLTERA".	SCG/PE/FR/ICG/065/2010 y su acumulado SCG/PE/ICG/066/2010	Oficio SCG/1437/2010 10/06/10 15:45 hrs.	El día 10 de junio de 2010 a las 22:22 hrs., por oficio DEPPP/STCRT/14563/2010	El día 10 de junio de 2010 a las 23:25 hrs., por oficio SCG/1438/2010	10/06/10 23:35 hrs.	El día 11 de junio de 2010 a las 9:05 hrs., por oficio CEM/ABM/041/2010	11/06/2010 10:19 hrs.	El día 11 de junio a las 14:32 hrs., por oficio SCG/1453/2010	11 de junio de 2010, 18:00 hrs.	48 horas.
5	11-06-2010, 19:38	Remitente: Representante Proprietario del Partido Nueva Alianza. Quejoso: Nueva Alianza Denunciado: Coalición "Veracruz para adelante" y su candidato C. Javier Duarte de Ochoa Entidad: Veracruz	CONTRA JAVIER DUARTE CANDIDATO POR EL PRI AL GOBIERNO DE VERACRUZ. DISPLAY EN RADIO.	SCG/PE/PA/ICG/069/2010	Oficio SCG/1462/2010 12/06/10; 13:31 hrs.	El día 14 de junio de 2010 a las 16:56 hrs., por oficio DEPPP/STCRT/14587/2010	El día 14 de junio de 2010 a las 19:00 horas por oficio SCG/1473/2010	14/06/10 19:00 hrs.	El día 15 de junio de 2010 a las 01:30 horas por oficio STCQ/D/019/2010	15/06/2010 14:10 hrs.	El 15 de junio de 2010 a las 15:07 hrs., por oficio SCG/1487/2010	15 de junio de 2010, 18:00 hrs.	No aplica. (El monitoreo no capta el Display en los radioreceptores)
6	13-06-2010, 20:04	Remitente: Secretario Ejecutivo del Instituto Electoral Veracruzano. Quejoso: Instituto Electoral Veracruzano Denunciado: Coalición "Veracruz para adelante" y su candidato C. Javier Duarte de Ochoa Entidad: Veracruz	CONTRA COALICIÓN VERACRUZ PARA ADELANTE Y SU CANDIDATO. SPOT "TENENCIA YUNES".	SCG/PE/IE/VUL/VE/R/070/2010	Oficio SCG/1464/2010 14/06/10; 13:34 hrs.	El día 14 de junio a las 16:57 por oficio DEPPP/STCRT/14573/2010	El día 14 de junio de 2010 a las 17:27 hrs., por oficio SCG/1471/2010	14/06/10 19:00 hrs.	El día 15 de junio de 2010 a las 01:30 horas por oficio STCQ/D/019/2010	15/06/2010 13:13 hrs.	El día 15 de junio de 2010 a las 15:07 hrs., por oficio SCG/1478/2010	16 de junio de 2010, 11:00 hrs.	24 horas.
7	17-06-2010, 17:09	Remitente: Representante Proprietario del PRI Quejoso: PRI Denunciado: PAN y coalición "Compromiso por Puebla" Entidad: Puebla.	CONTRA EL PAN Y LA COALICIÓN COMPROMISO POR PUEBLA. SPOT "TELÉFONO-KAMEL NACIF" Y AUDIOS.	SCG/PE/PR/ICG/073/2010	Oficio SCG/1520/2010 17/06/10 22:49 hrs.	El día 17 de junio a las 22:33 hrs., por oficio DEPPP/STCRT/14614/2010	El día 17 de junio de 2010 a las 23:16 hrs., por oficio SCG/1523/2010	17/06/10 23:30 hrs.	El día 18 de junio de 2010 a las 06:50 hrs., por oficio STCQ/D/021/2010	18/06/2010 11:21 hrs.	El día 18 de junio de 2010 a las 11:50 hrs.	18 de junio de 2010, 18:00 hrs.	24 horas.

8	18-06-2010, 15:34	Remitente: Representante Suplente del PAN Quejoso: PAN Denunciado: PRI y PT Entidad: Chihuahua	CONTRA EL PRI, DEL PT Y DE QUIEN RESULTE RESPONSABLE. SPOT "¿LE SEGUIMOS? PANCI".	SCG/PE/PAN/CG/075/2010	Oficio SCG/1537/2010 18/06/10, 21:21 hrs.	El día 18 de junio de 2010 a las 23:11 hrs., por oficio DEPPP/STCORT/4753/2010	El día 18 de junio de 2010 a las 23:42 por oficio SCG/1542/2010	19/06/10 0:30 hrs.	El día 19 de junio de 2010 a las 03:06 horas por oficio STCQ/DI022/2010	19/06/2010 10:14 hrs.	El día 21 de junio de 2010 a las 13:20 hrs. por oficio SCG/1545/2010	21 de junio de 2010, 18:00 hrs.	12 horas.	
	9	22-06-2010, 18:18	Remitente: Representante Propietario del PRI Quejoso: PRI Denunciado: PAN y coalición "Compromiso por Puebla" Entidad: Puebla	CONTRA EL PAN Y LA COALICIÓN COMPROMISO POR PUEBLA. SPOT "CONCIENCIA".	SCG/PE/PRI/CG/087/2010	Oficio SCG/1616/2010 22/06/10 21:22 hrs.	El día 22 de junio de 2010 por oficio DEPPP/4700/2010, 21:22 hrs.	El día 23 de junio de 2010 a las 8:55 hrs., por oficio SCG/1622/2010	23/06/10 10:15 hrs.	El día 23 de junio de 2010 a las 16:20 por oficio STCQ/DI023/2010	23/06/2010 18:04 hrs.	El día 23 de junio de 2010 a las 20:00 por oficio SCG/1632/2010	24 de junio de 2010, 15:00 hrs.	48 horas.
		22-06-2010, 15:35 hrs, (con alcance presentado el 24-06-2010, 09:08 hrs)	Remitente: PAN Quejoso: PAN Denunciado: Coalición "Alianza Puebla Avanza" Entidad: Puebla	CONTRA LA COALICIÓN ALIANZA PUEBLA AVANZA. SPOT "DETENTE".	SCG/PAN/CG/086/2010	Oficios SCG/1621/2010, 22 de junio de 2010, 21:29 hrs. SCG/1654/2010, el día 24 de junio de 2010, 12 hrs.	El día 22 de junio de 2010, 22:58. Oficio DEPPP/STCORT/4778/2010	El día 22 de junio de 2010, 23:40 hrs; por oficio SCG/1626/2010,	La CQyD negó las cautelares en primera instancia en virtud que no estaban al aire los promocionales. El día 24 de junio a las 13:00 hrs volvió a sesionar, la Comisión para resolver ambos casos acumulados.	El día 24 de junio de 2010, a las 18:45 hrs. Oficio: STCQ/DI026/2010 respecto al 86 y al 89.	Se notificó a las 19:52 hrs. Del 24 de junio.	El día 24 de junio de 2010, a las 20:30 hrs. SCG/1659/2010	Expedientes acumulados. El día 25 de junio de 2010, 14:00 hrs.	24 horas en promedio.
10	22-06-2010, 22:41, (con alcance presentado el 24-06-2010, 09:29 hrs)	Remitente: Nueva Alianza Quejoso: Nueva Alianza, Denunciado: Coalición "Alianza Puebla Avanza" Entidad: Puebla	CONTRA LA COALICIÓN ALIANZA PUEBLA AVANZA. SPOT "DETENTE".	SCG/PE/NA/CG/089/2010	Oficios SCG/1655/2010, el 24 de junio a las 12:00 hrs.	El día 24 de junio de 2010, 13:00 hrs. por DEPPP/STCORT/4809/2010	El día 24 de junio de 2010, 13:00 hrs. por oficio SCG/1643/2010							
	24-06-2010, 14:51 hrs.	Remitente: Convergencia Quejoso: Convergencia Denunciado: Coalición "Alianza Puebla Avanza" Entidad: Puebla	CONTRA LA COALICIÓN ALIANZA PUEBLA AVANZA. SPOT "DETENTE".	SCG/PE/CON/CG/091/2010	Se acumuló con los 2 anteriores y ya no se requirió informe a la DEPP		Se acumula con los dos anteriores el día 24 de junio de 2010 y se notifica a la Comisión a las 21:50 hrs. Oficio SCG/1650/2010,		El día 25 de junio de 2010 a las 00:25 hrs. Oficio: STCQ/DI027/2010 (Notificación de los tres asuntos por acumulados)	No hubo notificación electrónica.	Expedientes acumulados. El día 25 de junio de 2010 a las 10:40 hrs. Oficio: SCG/1682/2010			

Tabla de solicitudes cuya resolución corresponde a un cuadernillo

No.	FECHA Y HORA DE PRESENTACIÓN DE LA DENUNCIA	REMITENTE, QUEJOSO, DENUNCIADO Y ENTIDAD	SÍNTESIS DEL DOCUMENTO PRESENTADO	EXPEDIENTE	FECHA Y HORA DEL REQUERIMIENTO PLANTEADO A LA DEPPP	FECHA Y HORA DE RESPUESTA DE LA DEPPP	FECHA Y HORA DE LA NOTIFICACIÓN A LA PRESIDENCIA DE LA COMISIÓN DE QUEJAS Y DENUNCIAS	FECHA Y HORA DE LA COMISIÓN DE QUEJAS Y DENUNCIAS	FECHA Y HORA EN LA QUE LA SECRETARÍA TÉCNICA DE LA CQVD NOTIFICÓ A LA DIRECCIÓN JURÍDICA	FECHA Y HORA DE LA NOTIFICACION DE LA MEDIDA CAUTELAR A LA DEPPP	FECHA DE NOTIFICACIÓN DE LA MEDIDA CAUTELAR A CONCESIONARIOS Y PERMISIONARIOS	HORAS PROMEDIO DE SUSPENSIÓN DE PROMOCIONALES EN RADIO Y TELEVISIÓN.
1	27/01/2010 17:14 hrs	Remitente: Consejero Presidente del Instituto Estatal Electoral del Estado de Chihuahua Quejoso: Instituto Estatal Electoral de Chihuahua Denunciado: PAN y su precandidato a Gobernador de Chihuahua, C. Carlos Marcelino Borrueal Baquera Entidad: Chihuahua	CONTRA EL PAN Y SU PRECANDIDATO A GOBERNADOR CARLOS BORRUEAL SPOT "BIOGRÁFICO".	SCG/CAMC/CHIH/01/2010	Oficio SCG/159/2010 28/01/10 10:10 am.	El día 28 de enero de dos mil diez a las 11:54 am por oficio DEPPP/STCRT/0412/2010	El día 28 de enero de dos mil diez a las 12:57 hrs, por oficio SCG/162/2010	28/01/2010, a las 14:00 hrs.	28 de enero de 2010 (no hay constancia de la hora).	El día 29 de enero de 2010 a las 11:15 hrs, por oficio SCG/168/2010		24 horas.
2	02/03/2010 15:37 hrs	Remitente: Vocal Ejecutivo de la Junta Local Ejecutiva en Puebla Quejoso: Instituto Electoral del Estado de Puebla Denunciado: PRI y su precandidato a Gobernador de Puebla, C. Javier López Zavala Entidad: Puebla	CONTRA EL PRI Y SU PRECANDIDATO JAVIER LÓPEZ ZAVALA. SPOTS "CON LA FUERZA DE LA UNIDAD" Y "UNIDAD".	SCG/CAMC/PUE/02/2010	Oficio SCG/467/2010 02/03/10 16:09 hrs.	El día 02 de marzo de dos mil diez a las 18:32 por oficio DEPPP/STCRT/1616/2010.	El día 02 de marzo de dos mil diez a las 18:52 hrs, por oficio SCG/470/2010.	03/03/2010, a las 10:30 hrs.	El día 03 de marzo de 2010 a las 18:02 hrs.	El día 03 de marzo de 2010 a las 18:55 hrs, por oficio SCG/483/2010		24 horas.
3	15/03/2010 18:02 hrs	Remitente: Representante Propietario del PRI Quejoso: PRI Denunciado: C. Miguel Ángel Yunes Linares y PAN Entidad: Veracruz	EN CONTRA DEL PAN Y MIGUEL ÁNGEL YUNES LINARES. SPOT "FAMILIA MAY".	SCG/CAMC/PRI/CG/03/2010	Oficio SCG/574/2010 16/03/10 14:00 hrs.	El día 16 de marzo de dos mil diez a las 15:00 por oficio STCRT/2106/2010	El día 16 de marzo de dos mil diez a las 18:40 hrs, por oficio SCG/575/2010	17/03/2010, a las 10:30 hrs.	El día 17 de marzo de 2010 a las 17:49 hrs.	El día 17 de marzo de 2010 a las 19:15 hrs, por oficio SCG/591/2010	19 de marzo de 2010 a las 15:00 hrs. El Partido tuvo 48 horas para notificar su material. 12 horas promedio de notificación.	36 horas.
4	18/03/2010 16:45 hrs	Remitente: Representante Propietario del Partido Nueva Alianza Quejoso: PRI Denunciado: C. Miguel Ángel Yunes Linares y PAN Entidad: Veracruz	CONTRA PAN Y MIGUEL ÁNGEL YUNES LINARES. SPOT "PRESENTACIÓN 01 MAY" Y "FAMILIA MAY"	SCG/CAMC/PRI/CG/04/2010	Oficio SCG/606/2010 19/03/10 08:45 hrs.	El día 19 de marzo de dos mil diez a las 16:27 por oficio DEPPP/STCRT/2120/2010	El día 19 de marzo de dos mil diez a las 17:55 hrs, por oficio SCG/608/2010	20/03/2010, a las 10:00 hrs.	Se tuvo por recibido por auto de fecha 20 de marzo de 2010.	El día 20 de marzo de 2010 a las 13:50 hrs, por oficio SCG/621/2010	22 de marzo de 2010 a las 15:00 hrs. (sábado y domingo, días inhábiles, 12 horas promedio para notificar).	36 horas.
5	18/03/2010 19:06 hrs 18/03/2010 22:18 hrs	Remitente: Representante Propietario del Partido Nueva Alianza Quejoso: NUEVA ALIANZA y PAN Denunciado: PRI y C. Javier Duarte de Ochoa Entidad: Veracruz	CONTRA EL PRI Y JAVIER DUARTE OCHOA. SPOTS "TRABAJO", "ESTUDIOS" Y "MUJERES".	SCG/CAMC/NA/CG/05/2010 y su acumulado SCG/CAMC/PAN/CG/06/2010	Oficio SCG/607/2010 19/03/10 20:45 hrs. Oficio SCG/611/2010 19/03/2010 13:30 hrs	El día 19 de marzo de dos mil diez a las 16:31 por oficio DEPPP/STCRT/2229/2010.	El día 19 de marzo de dos mil diez a las 20:20 hrs, por oficio SCG/614/2010	20/03/2010, a las 10:00 hrs.	Se tuvo por recibido por auto de fecha 20 de marzo de 2010.	El día 20 de marzo de 2010 a las 13:50 hrs, por oficio SCG/626/2010	24 de marzo de 2010. El Partido tuvo 48 horas para notificar su material. 18 horas promedio de notificación.	36 horas.

6	01/06/2010 13:47 hrs	Remitente: Vocal Ejecutivo de la Junta Local Ejecutiva en Durango Quejoso: Instituto Electoral y de Participación Ciudadana Durango Denunciado: Coalición "Durango nos Une". Entidad: Durango	CONTRA LA COALICIÓN DURANGO NOS UNE. SPOTS CON EMBLEMAS ILEGALES; 4 PROMOCIONALES.	SCG/CAMC/IEPCD/CG/15/2010	Oficio SCG/1244/2010 01/06/10 23:00 hrs.	El día 01 de junio de mil diez a las 13:50 hrs. por oficio DEPPP/STCRT/4320/2010	El día 02 de junio de dos mil diez a las 08:46 hrs., por oficio SCG/1260/2010	02/06/2010 10:00 hrs	El día 02 de junio de 2010 a las 14:25 hrs, por oficio STCQO/015/2010	El día 02 de junio de 2010 a las 16:20 hrs, por oficio SCG/1265/2010	03 de junio de 2010 a las 11:00 hrs.	24 horas.
7	01/06/2010 17:11 hrs	Remitente: Representante Proprietario de la Coalición "Alianza para Ayudar a la Gente" Quejoso: Alianza para ayudar a la gente. Denunciado: Coalición El cambio es ya por Sinaloa. Entidad: Sinaloa	EN CONTRA DE LA COALICIÓN EL CAMBIO ES YA POR SINALOA, ANTES DENOMINADA CON MALOVA DE CORAZÓN POR SINALOA. SPOTS CON EMBLEMAS ILEGALES; 26 PROMOCIONALES EN TV y 44 EN RADIO.	SCG/CAMC/APAG/CG/16/2010	Oficio SCG/1259/2010 02/06/10 09:20	El día 02 de junio de mil diez a las 15:11 hrs por oficio DEPPP/STCRT/4323/2010	El día 02 de junio de dos mil diez a las 17:14 hrs, por oficio SCG/1262/2010	02/06/2010 18:00 hrs	El día 03 de junio de 2010 a las 12:30 hrs, por oficio STCQO/016/2010	El día 03 de junio de 2010 a las 13:00 hrs, por oficio SCG/1278/2010	04 de junio de 2010 a las 18:00 hrs.	48 horas.
8	04/06/2010 17:17 hrs	Remitente: Representante Suplente del PAN Quejoso: PAN. Denunciado: Alianza para ayudar a la gente. Entidad: Sinaloa	CONTRA LA COALICIÓN ALIANZA PARA AYUDAR A LA GENTE (PRI-PIEM) SPOTS CON EMBLEMA ILEGAL; 24 PROMOCIONALES EN TV.	SCG/CAMC/PAN/CG/17/2010	Oficio SCG/1330/2010 04/06/10 21:00 hrs.	El día 04 de junio de mil diez a las 22:00 hrs por oficio DEPPP/STCRT/4434/2010	El día 05 de junio de dos mil diez a las 21:20 hrs, por oficio SCG/1289/2010	05/06/2010 22:00 hrs.	El día 05 de junio de 2010 a las 23:25 hrs.	El día 07 de junio de 2010 a las 12:25 hrs, por oficio SCG/1289/2010	08 de junio de 2010 a las 12:00 hrs.	48 horas.
9	08/06/2010 15:49 hrs	Remitente: Representante Proprietario de la Coalición ALIANZA PARA AYUDAR A LA GENTE Quejoso: Alianza para ayudar a la gente Denunciado: Coalición El cambio es ahora por Sinaloa Entidad: Sinaloa	CONTRA LA COALICIÓN ALIANZA EL CAMBIO ES AHORA (PAN-PRO-CONVERGENCIA). SPOTS CON EMBLEMA ILEGAL; 9 PROMOCIONALES EN TV.	SCG/CAMC/APAG/CG/18/2010	Oficio SCG/1413/2010 08/06/10 21:36 hrs.	El día 09 de junio de mil diez a las 09:40 hrs por oficio DEPPP/STCRT/4445/2010	El día 09 de junio de dos mil diez a las 10:27 hrs, por oficio SCG/1417/2010	09/06/2010 12:00 hrs.	El día 09 de junio de 2010 a las 21:55 hrs, por oficio STCQO/018/2010	El día 10 de junio de 2010 a las 15:45 hrs, por oficio SCG/1426/2010	11 de junio de 2010 a las 12:00 hrs.	48 horas.
10	26/06/2010 12:19 hrs	Remitente: Instituto Estatal Electoral del Estado de Hidalgo Quejoso: Instituto Electoral del Estado de Hidalgo Denunciado: Coalición Hidalgo nos Une. Entidad: Hidalgo	CONTRA LA COALICIÓN HIDALGO NOS UNE (PAN-PRO-CONVERGENCIA) SPOTS CON EMBLEMA ILEGAL; 4 PROMOCIONALES EN TV.	SCG/CAMC/IEEH/CG/20/2010	Oficio SCG/1708/2010 26/06/10 22:00 hrs.	El día 27 de junio de mil diez a las 09:00 hrs por oficio DEPPP/STCRT/4848/2010	El día 27 de junio de dos mil diez a las 16:56 hrs, por oficio SCG/1716/2010	27/06/2010, a las 18:00 hrs.	El día 27 de junio de 2010 a las 20:30 hrs, por oficio STCQO/031/2010	El día 28 de junio de 2010 a las 11:15 hrs, por oficio SCG/1719/2010	28 de junio de 2010 a las 15:00 hrs.	24 horas.

En conclusión, con respecto al desahogo de las medidas cautelares y la velocidad de sustitución de materiales, puede apreciarse que:

- a. **18 horas 13 minutos en promedio en el cual se analizó y desahogo técnicamente la solicitud de medidas cautelares.**
- b. **7 horas 25 minutos en promedio en el que la Comisión de Quejas atendió la solicitud de medidas cautelares.**
- c. **15 horas 19 minutos promedio en el cual los concesionarios y permisionarios de la radio y la televisión fueron notificados para suspender transmisiones de promocionales, objeto de la medida cautelar.**
- d. **33 horas 28 minutos en promedio en que los promocionales objeto de medida cautelar salieron del aire.**

<b>HORAS TRANSCURRIDAS PARA EL DESAHOGO Y ATENCIÓN DE LAS MEDIDAS CAUTELARES EN LOS PROCESOS ELECTORALES LOCALES 2010</b>			
<b>Horas para la verificación técnica de los materiales denunciados</b>	<b>Horas de deliberación y dictaminación de la Comisión de Quejas y Denuncias</b>	<b>Horas de notificación a concesionarios y permisionarios</b>	<b>Horas promedio de la suspensión de los promocionales</b>
<b>18 horas 13 minutos</b>	<b>7 horas 25 minutos</b>	<b>15 horas 19 minutos</b>	<b>33 horas 28 minutos</b>

De acuerdo con lo mandatado por el TEPJF, se informa que **el periodo máximo para el acatamiento de medidas cautelares fue de 5 días hábiles (típicamente los medios de comunicación que se acogieron al plazo señalado en el Reglamento de Acceso a Radio y Televisión vigente), mientras que el periodo mínimo fue de 12 horas en promedio como se ilustra en las diversas tablas de este apartado. No obstante, el periodo máximo no puede considerarse indicativo de la capacidad técnica de las emisoras de radio y televisión para la suspensión y en su caso, sustitución de materiales, pues en estos casos, se notificaron requerimientos de información por el incumplimiento de las providencias precautorias adoptadas por la Comisión de Quejas y Denuncias.**

**XII. LOS “BLOQUEOS” EN LA TRANSMISIÓN DE PROMOCIONALES**

Del cuerpo de la resolución, el TEPJF señala con puntualidad que, “...el diagnóstico tendría que tomar en cuenta elementos como el número de promocionales que se avecinan para el próximo proceso electoral federal, el número de cargos a elegir, la participación de siete partidos políticos nacionales y partidos políticos con registro local, **las complejidades del bloqueo**, entre otros temas relevantes”.

En esta tesitura, la siguiente tabla refleja los números concretos con respecto al “bloqueo”, caso que únicamente se circunscribe a concesionarios como Televimex S.A. de C.V., Televisión Azteca S.A. de C.V. y el permisionario Canal 11 y OPMA S.A. de C.V.

Al mes de octubre, de acuerdo con la información contenida en la Infraestructura de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), los medios de comunicación en México se clasifican de la siguiente manera:

Tipo de medio	Número de emisoras/canales
Radio	1,883
Televisión	741
Total de emisoras	2,624*

**Nota:** El dato global incluye emisoras que se encuentran en proceso de migración AM – FM.

De este universo, la obligación de “bloquear” se reduce al siguiente número de emisoras:

	Televisa	Televisión Azteca	IPN	OPMA	Total
Bloquean	84	135	0	0	219
No bloquean	118	41	12	12	183
Origen/Local	23	3	1	0	27
Total de emisoras:	225	179	13	12	429

Los siguientes mapas revelan la dimensión del “bloqueo” en términos de cobertura por cada entidad federativa, ilustrando en un primer momento el alcance de cobertura efectiva con las emisoras que “bloquean” y, en un segundo mapa, aquellas que informaron en su oportunidad la incapacidad técnica para insertar contenidos en la señal retransmitida, esto es, las emisoras que “no bloquean”.

**DIMENSIÓN DEL “BLOQUEO” EN TELEVIMEX S.A. DE C.V.**

Entidad	Emisoras de Radio	Emisoras de Televisión	Total de emisoras	Televisa		
				Local	Bloquea	No bloquea
Aguascalientes	29	6	35	0	1	1
Baja California	70	27	97	4	4	2

Entidad	Emisoras de Radio	Emisoras de Televisión	Total de emisoras	Televisa		
				Local	Bloquea	No bloquea
Baja California Sur	35	19	54	0	0	5
Campeche	24	13	37	0	1	3
Coahuila	91	34	125	1	8	7
Colima	26	13	39	0	1	5
Chiapas	74	35	109	0	2	11
Chihuahua	85	40	125	1	6	9
Distrito Federal	60	10	70	4	0	0
Durango	38	14	52	0	1	1
Guanajuato	82	37	119	1	2	0
Guerrero	67	22	89	0	7	4
Hidalgo	25	15	40	0	1	0
Jalisco	103	22	125	2	3	6
México	36	11	47	0	3	2
Michoacán	90	35	125	0	2	12
Morelos	25	6	31	0	1	0
Nayarit	37	10	47	0	2	3
Nuevo León	69	35	104	2	3	0
Oaxaca	90	76	166	0	3	8
Puebla	46	9	55	1	0	1
Querétaro	23	5	28	0	3	0
Quintana Roo	31	16	47	0	2	3
San Luis Potosí	48	19	67	0	0	6
Sinaloa	83	16	99	0	6	0
Sonora	120	89	209	1	6	10
Tabasco	42	13	55	0	1	3
Tamaulipas	92	37	129	4	7	5
Tlaxcala	6	5	11	0	0	0
Veracruz	163	27	190	2	4	3

Entidad	Emisoras de Radio	Emisoras de Televisión	Total de emisoras	Televisa		
				Local	Bloquea	No bloquea
Yucatán	46	10	56	0	2	1
Zacatecas	27	15	42	0	2	7
<b>TOTAL</b>	<b>1,883</b>	<b>741</b>	<b>2,624</b>	<b>23</b>	<b>84</b>	<b>118</b>

DIMENSIÓN DEL “BLOQUEO” EN TELEVISIÓN AZTECA S.A. DE C.V.

Entidad	Emisoras de Radio	Emisoras de Televisión	Total de emisoras	Televisión Azteca		
				Local	Bloquea	No bloquea
Aguascalientes	29	6	35	0	2	1
Baja California	70	27	97	0	6	2
Baja California Sur	35	19	54	0	6	6
Campeche	24	13	37	0	6	0
Coahuila	91	34	125	0	7	4
Colima	26	13	39	0	6	0
Chiapas	74	35	109	0	6	3
Chihuahua	85	40	125	1	6	4
Distrito Federal	60	10	70	2	0	0
Durango	38	14	52	0	3	3
Guanajuato	82	37	119	0	2	0
Guerrero	67	22	89	0	7	2
Hidalgo	25	15	40	0	2	1
Jalisco	103	22	125	0	4	0
México	36	11	47	0	2	0
Michoacán	90	35	125	0	5	0
Morelos	25	6	31	0	2	0
Nayarit	37	10	47	0	2	0
Nuevo León	69	35	104	0	2	0
Oaxaca	90	76	166	0	7	4
Puebla	46	9	55	0	4	0

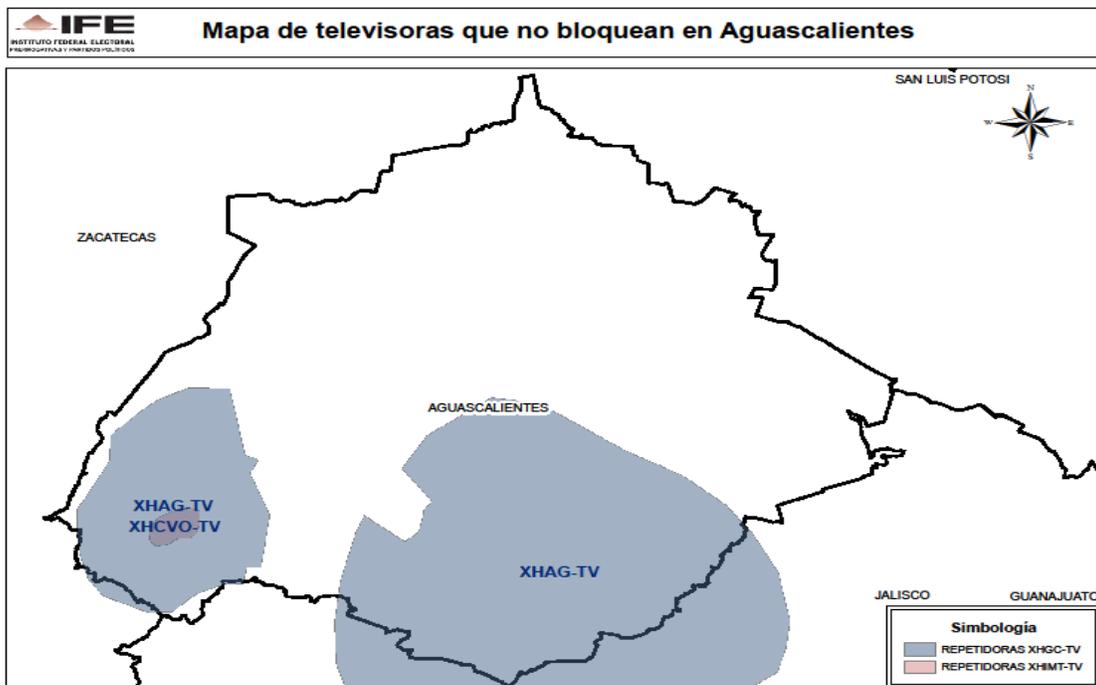
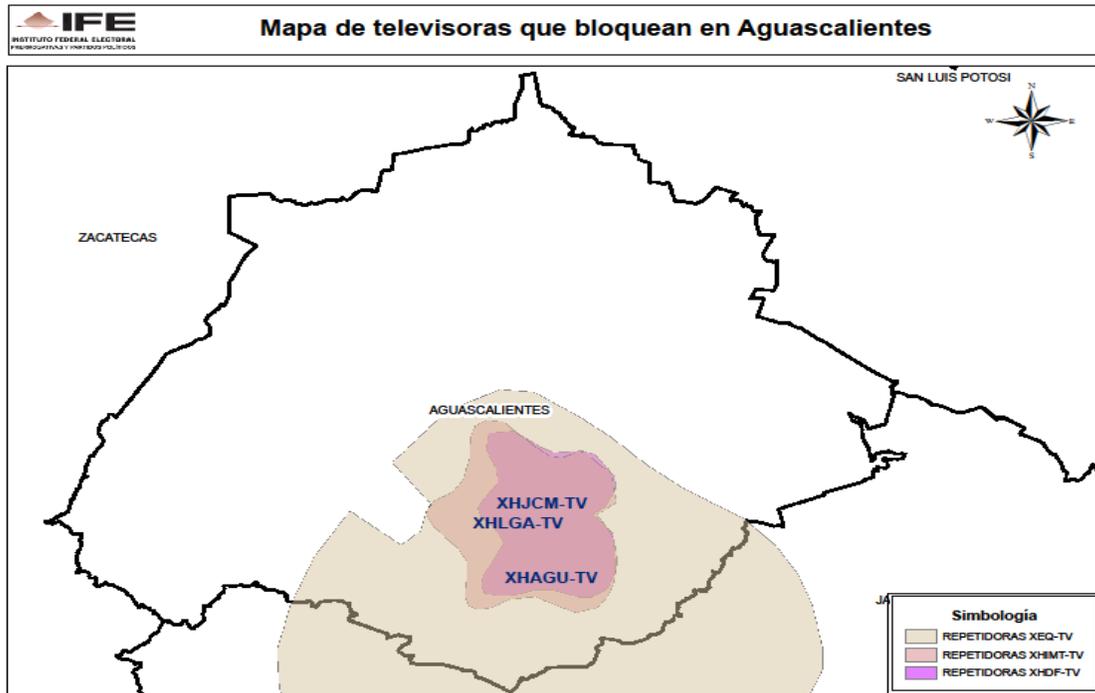
Entidad	Emisoras de Radio	Emisoras de Televisión	Total de emisoras	Televisión Azteca		
				Local	Bloquea	No bloquea
Querétaro	23	5	28	0	2	0
Quintana Roo	31	16	47	0	4	1
San Luis Potosí	48	19	67	0	5	2
Sinaloa	83	16	99	0	6	0
Sonora	120	89	209	0	6	3
Tabasco	42	13	55	0	2	1
Tamaulipas	92	37	129	0	9	3
Tlaxcala	6	5	11	0	0	0
Veracruz	163	27	190	0	6	1
Yucatán	46	10	56	0	4	0
Zacatecas	27	15	42	0	4	0
<b>TOTAL</b>	<b>1,883</b>	<b>741</b>	<b>2,624</b>	<b>3</b>	<b>135</b>	<b>41</b>

**DIMENSIÓN DEL “BLOQUEO” EN CANAL 11 Y OPMA**

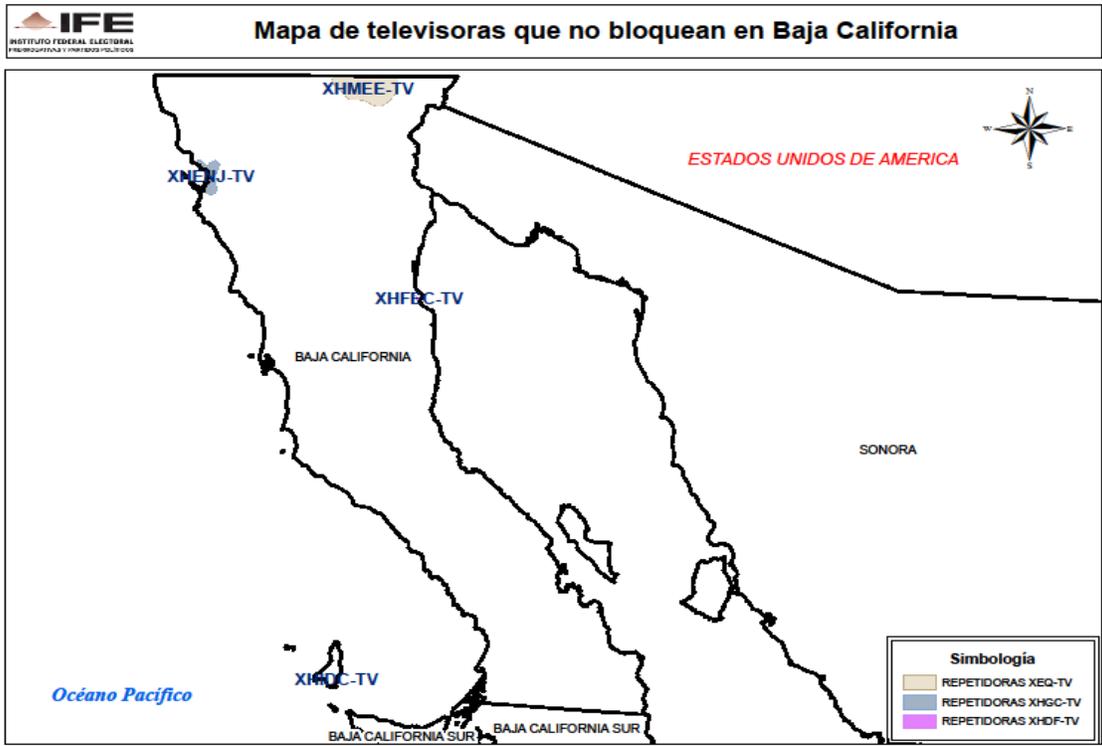
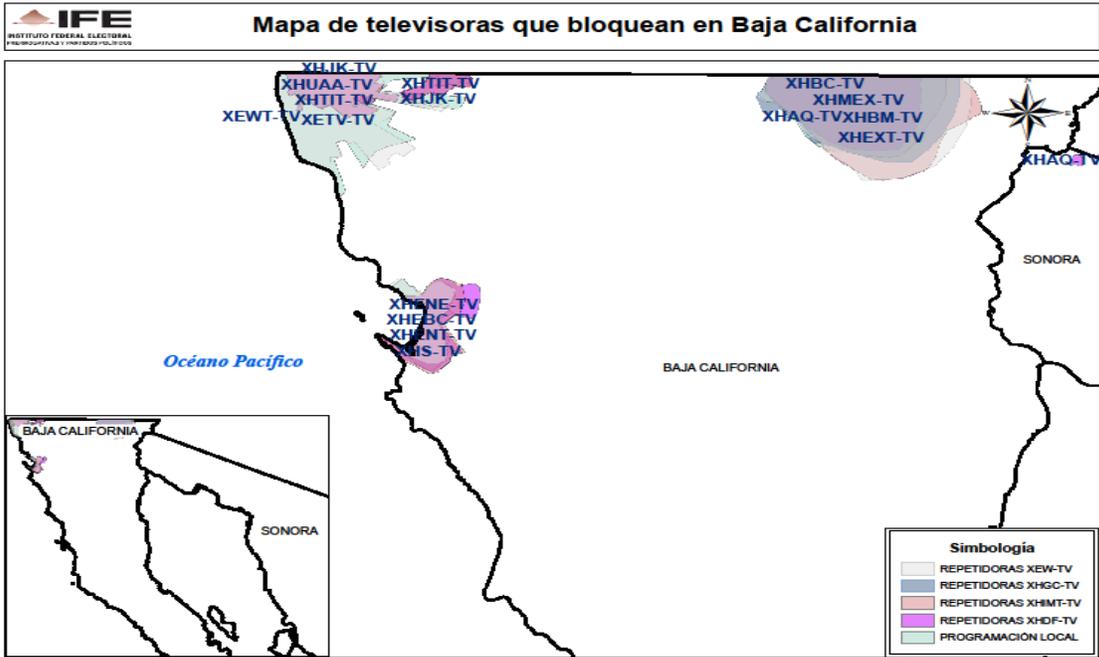
Entidad	Emisoras de Radio	Emisoras de TV	Total de emisoras	Instituto Politécnico Nacional			Organismo Promotor de Medios Audiovisuales		
				Local	Bloquea	No bloquea	Local	Bloquea	No bloquea
Aguascalientes	29	6	35	0	0	0	0	0	0
Baja California	70	27	97	0	0	1	0	0	0
Baja California Sur	35	19	54	0	0	0	0	0	0
Campeche	24	13	37	0	0	0	0	0	0
Coahuila	91	34	125	0	0	1	0	0	0
Colima	26	13	39	0	0	0	0	0	0
Chiapas	74	35	109	0	0	0	0	0	0
Chihuahua	85	40	125	0	0	3	0	0	0
Distrito Federal	60	10	70	1	0	0	0	0	0
Durango	38	14	52	0	0	2	0	0	0
Guanajuato	82	37	119	0	0	0	0	0	2

Entidad	Emisoras de Radio	Emisoras de TV	Total de emisoras	Instituto Politécnico Nacional			Organismo Promotor de Medios Audiovisuales		
				Local	Bloquea	No bloquea	Local	Bloquea	No bloquea
Guerrero	67	22	89	0	0	0	0	0	0
Hidalgo	25	15	40	0	0	0	0	0	0
Jalisco	103	22	125	0	0	0	0	0	1
México	36	11	47	0	0	1	0	0	0
Michoacán	90	35	125	0	0	0	0	0	1
Morelos	25	6	31	0	0	1	0	0	0
Nayarit	37	10	47	0	0	0	0	0	0
Nuevo León	69	35	104	0	0	0	0	0	1
Oaxaca	90	76	166	0	0	0	0	0	1
Puebla	46	9	55	0	0	0	0	0	1
Querétaro	23	5	28	0	0	0	0	0	0
Quintana Roo	31	16	47	0	0	0	0	0	0
San Luis Potosí	48	19	67	0	0	1	0	0	0
Sinaloa	83	16	99	0	0	2	0	0	0
Sonora	120	89	209	0	0	0	0	0	1
Tabasco	42	13	55	0	0	0	0	0	0
Tamaulipas	92	37	129	0	0	0	0	0	1
Tlaxcala	6	5	11	0	0	0	0	0	0
Veracruz	163	27	190	0	0	0	0	0	2
Yucatán	46	10	56	0	0	0	0	0	1
Zacatecas	27	15	42	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>1,883</b>	<b>741</b>	<b>2,624</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>12</b>

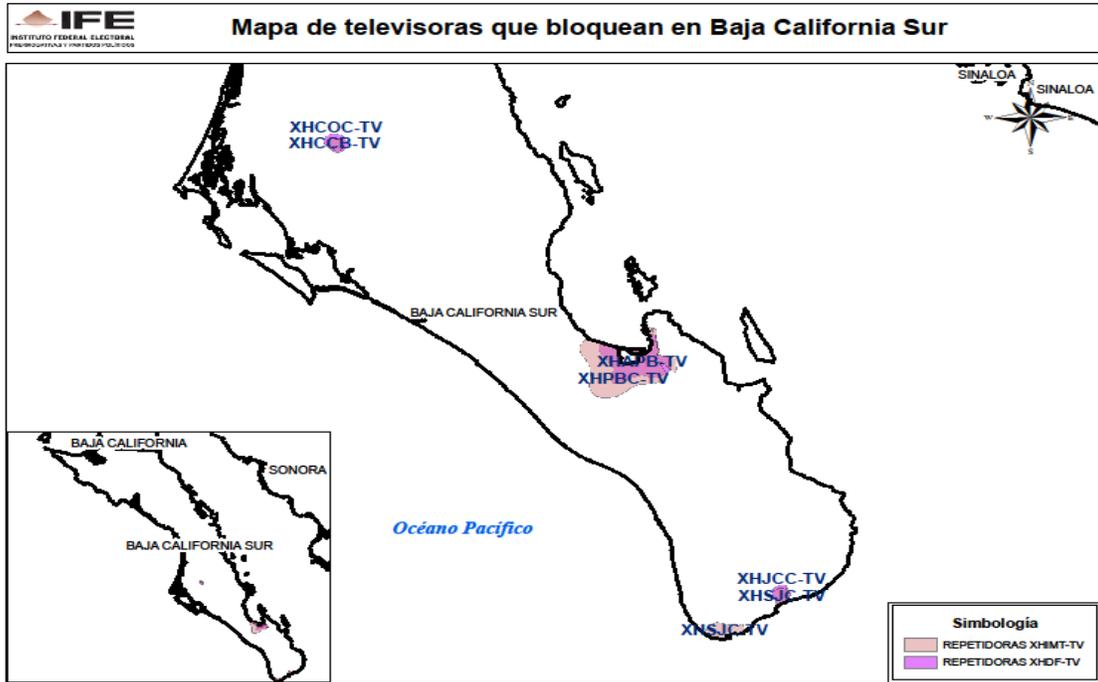
AGUASCALIENTES



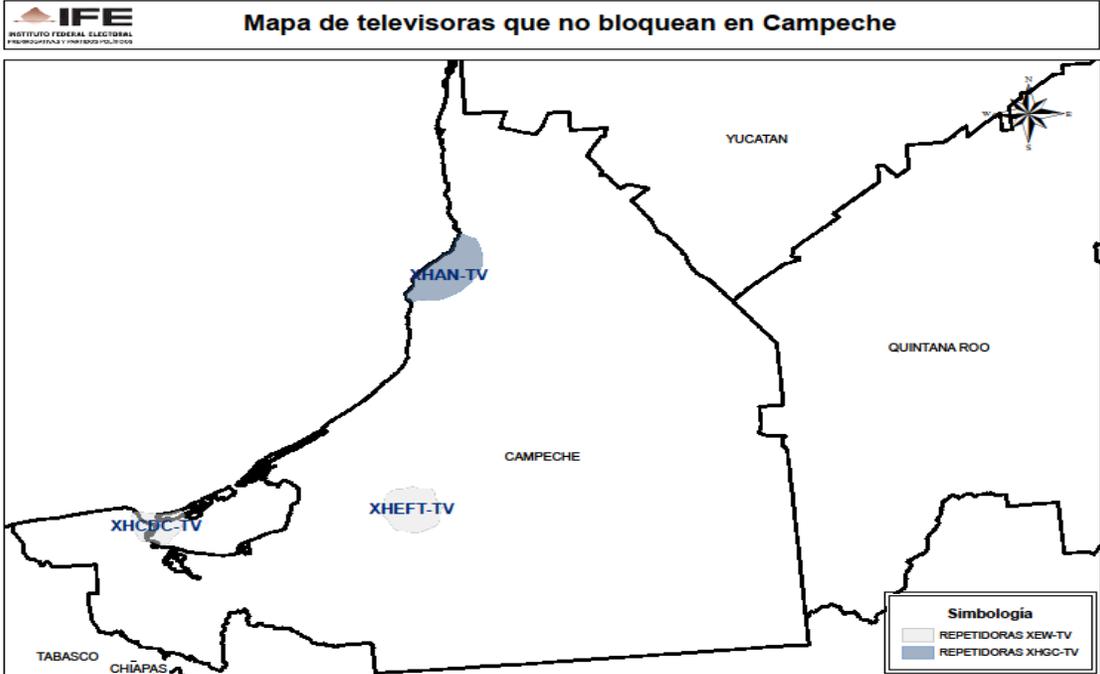
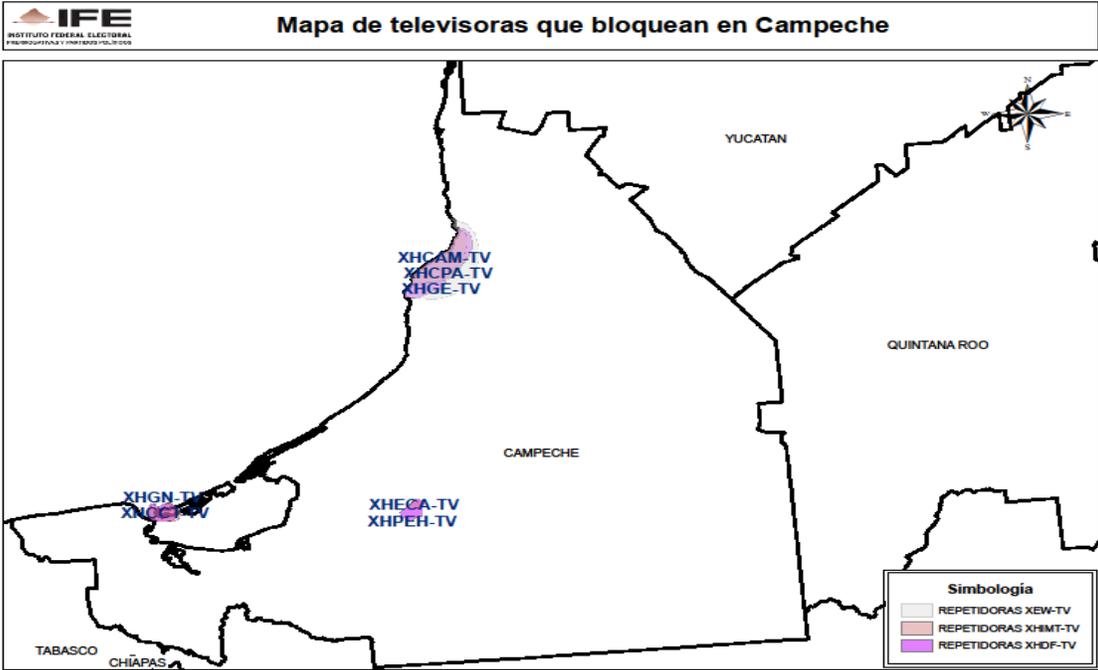
BAJA CALIFORNIA



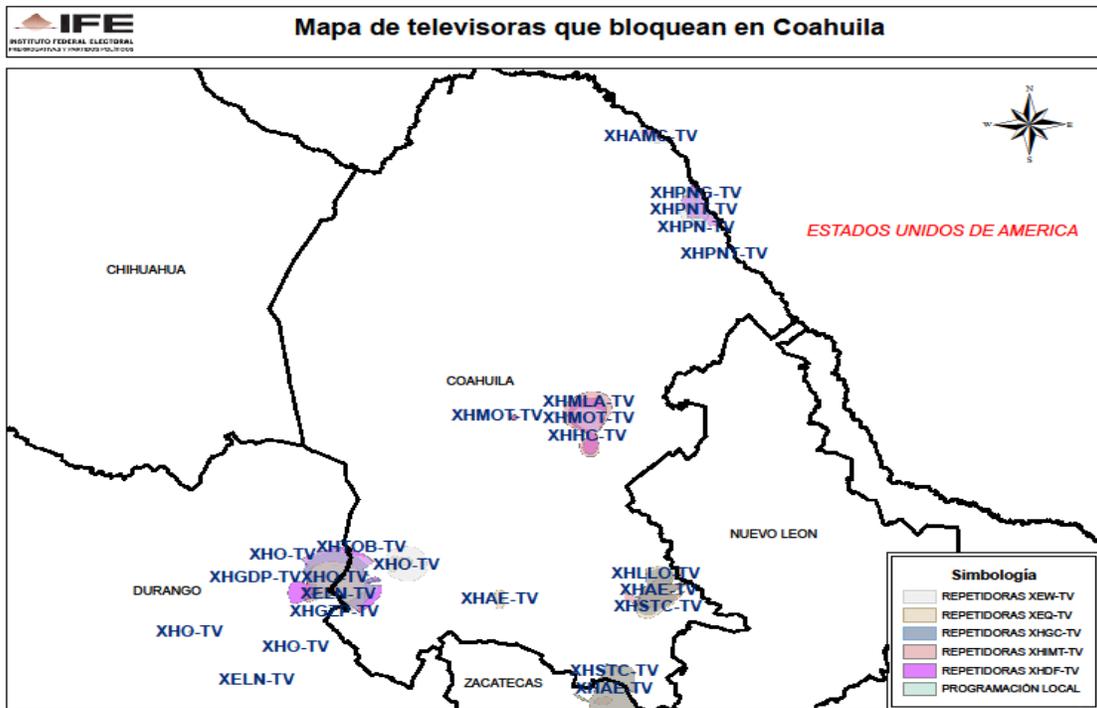
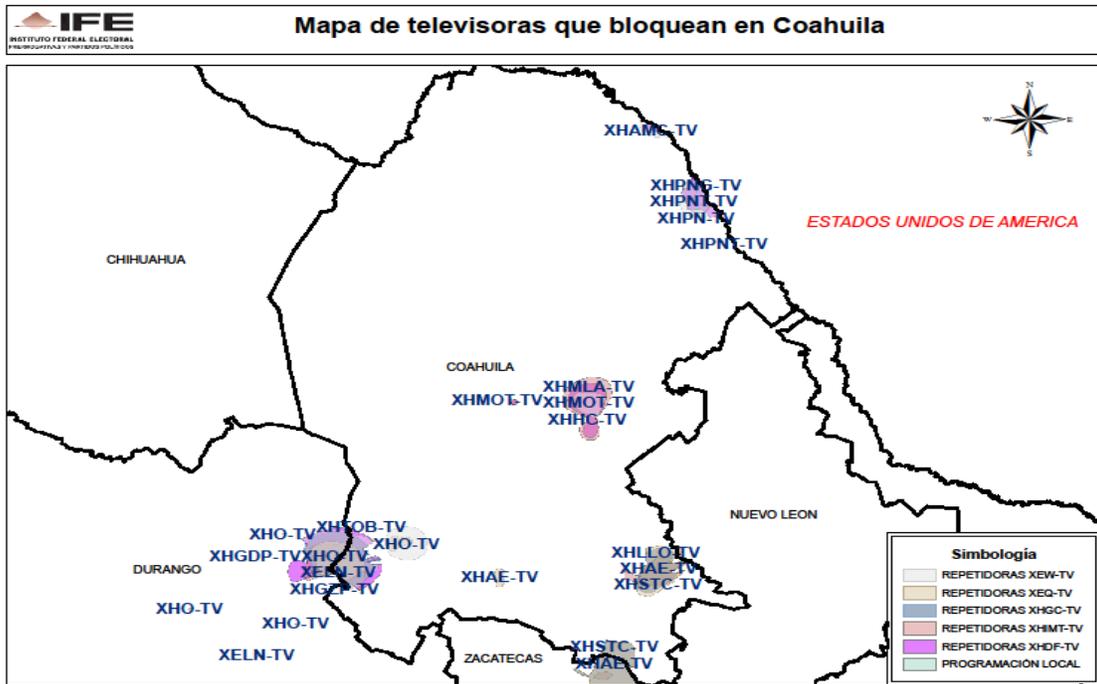
BAJA CALIFORNIA SUR



CAMPECHE

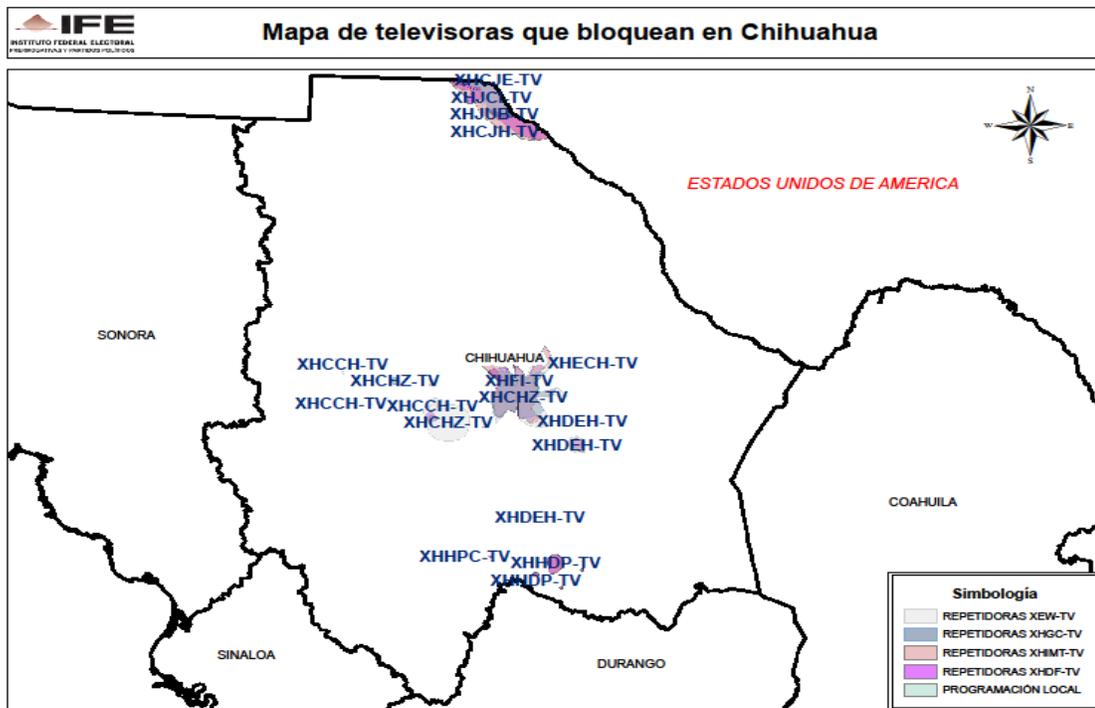
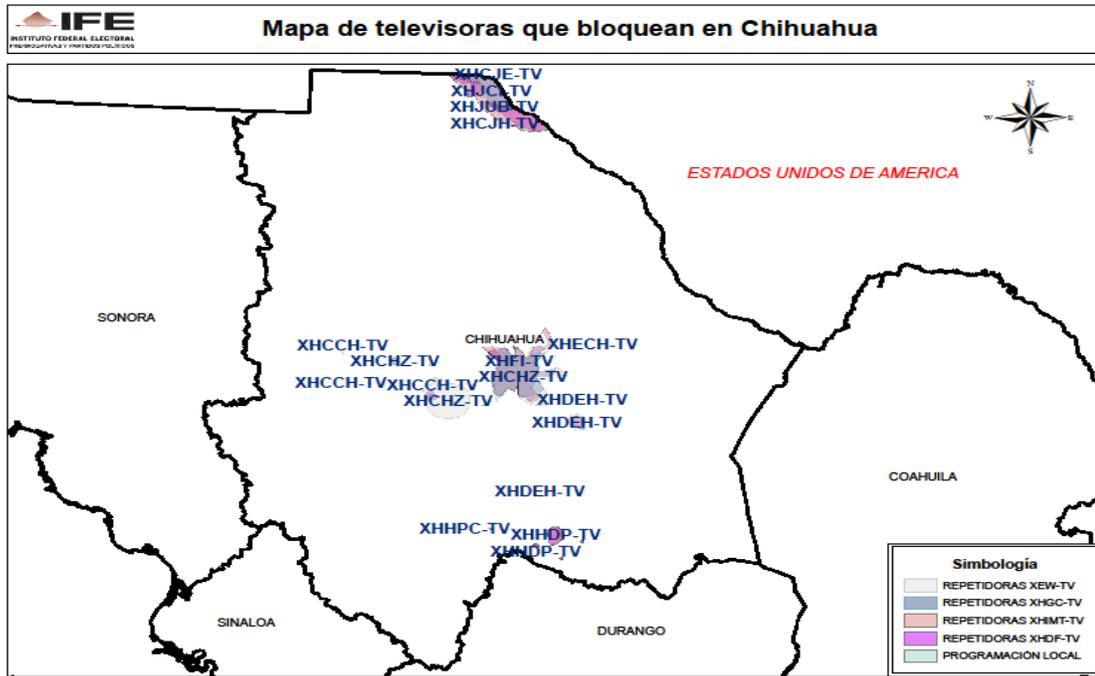


COAHUILA

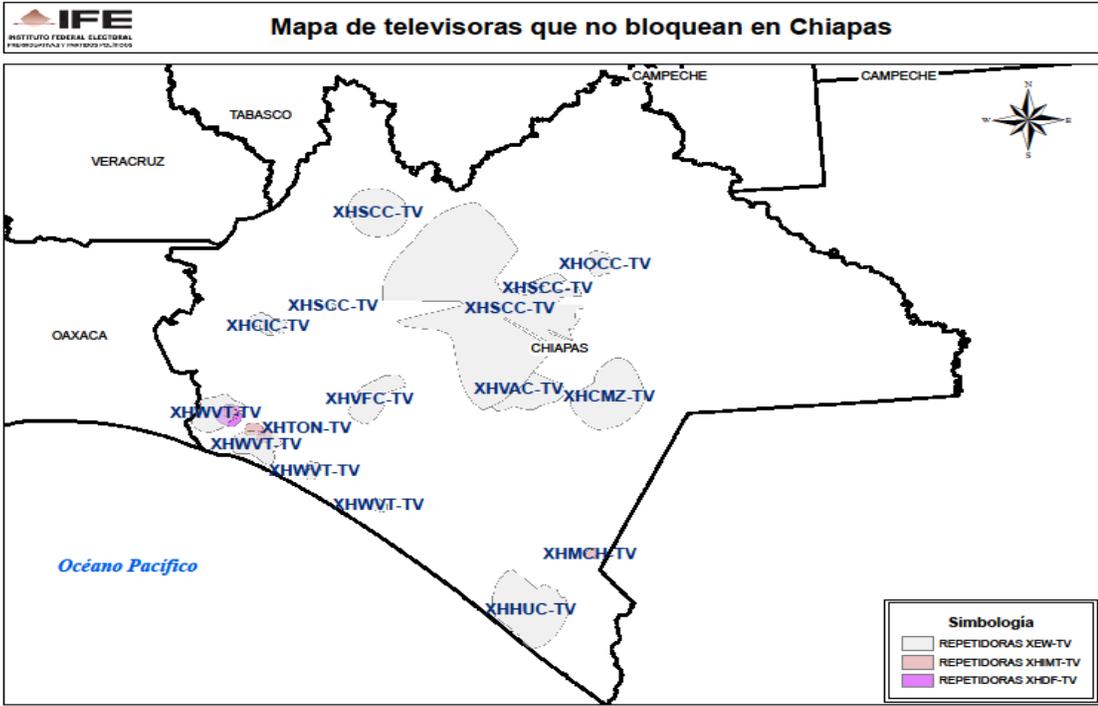
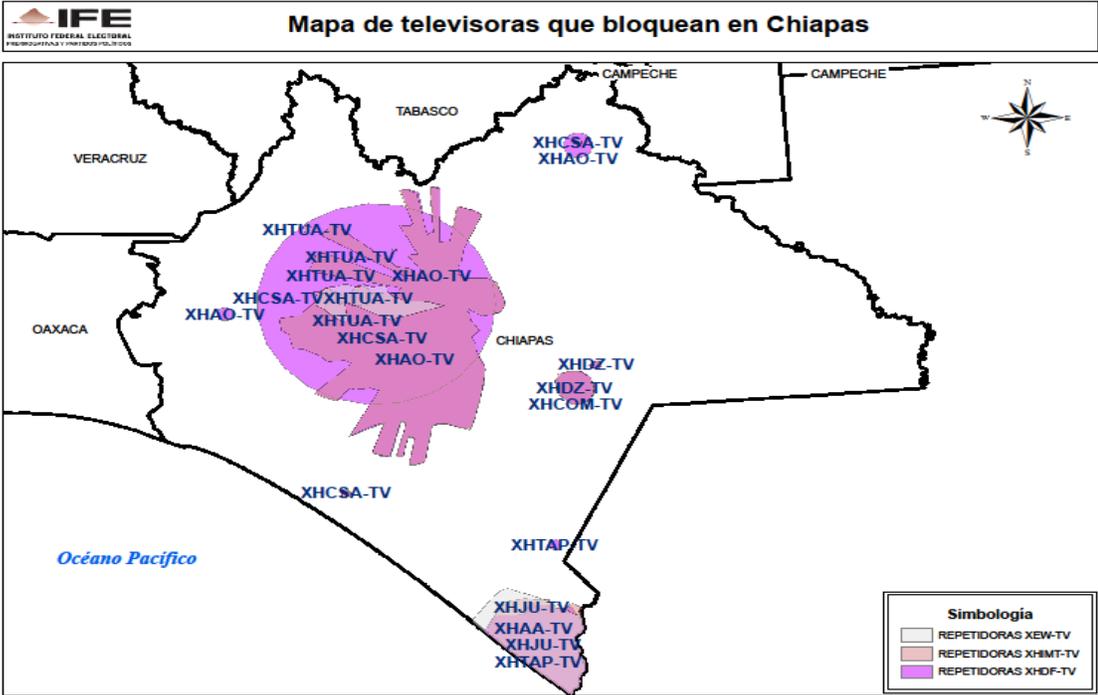




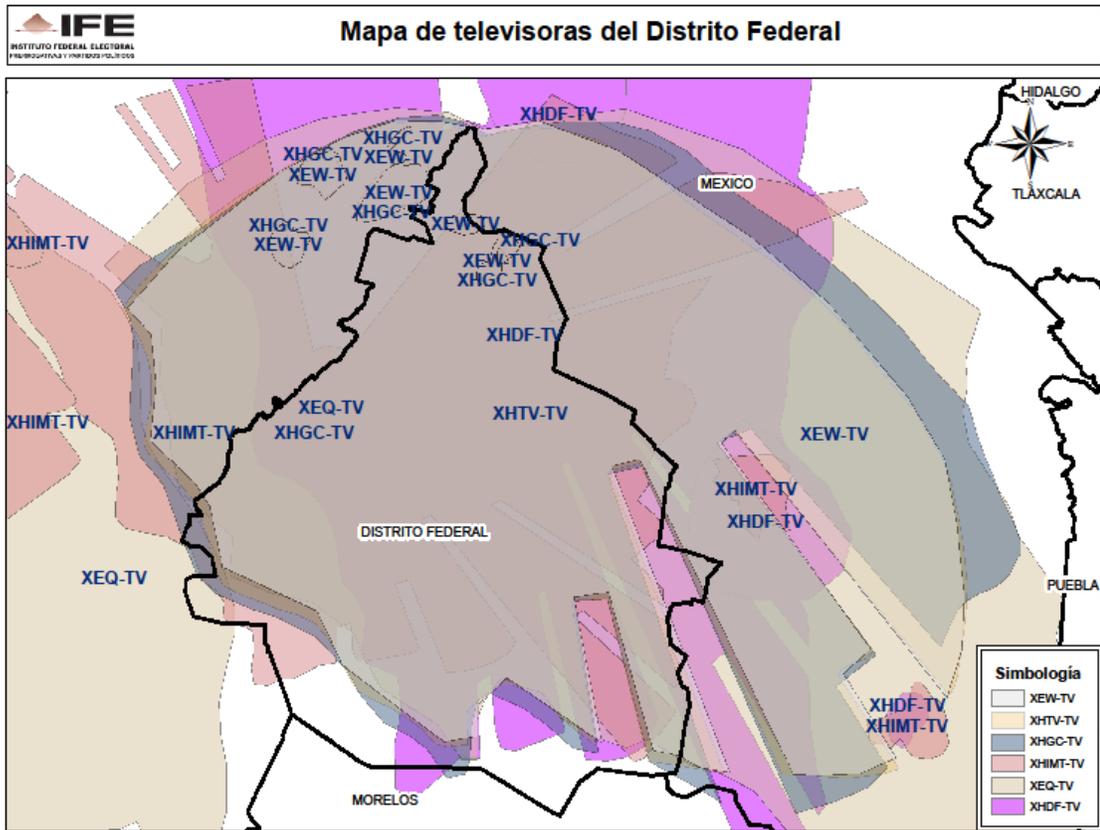
CHIHUAHUA



CHIAPAS

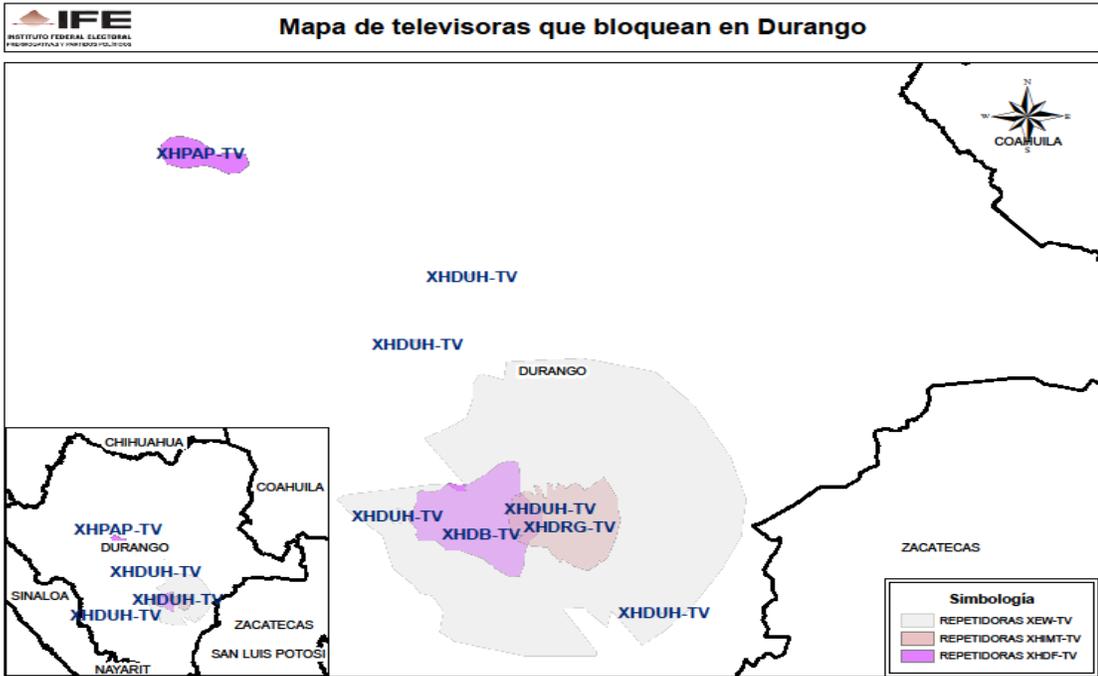
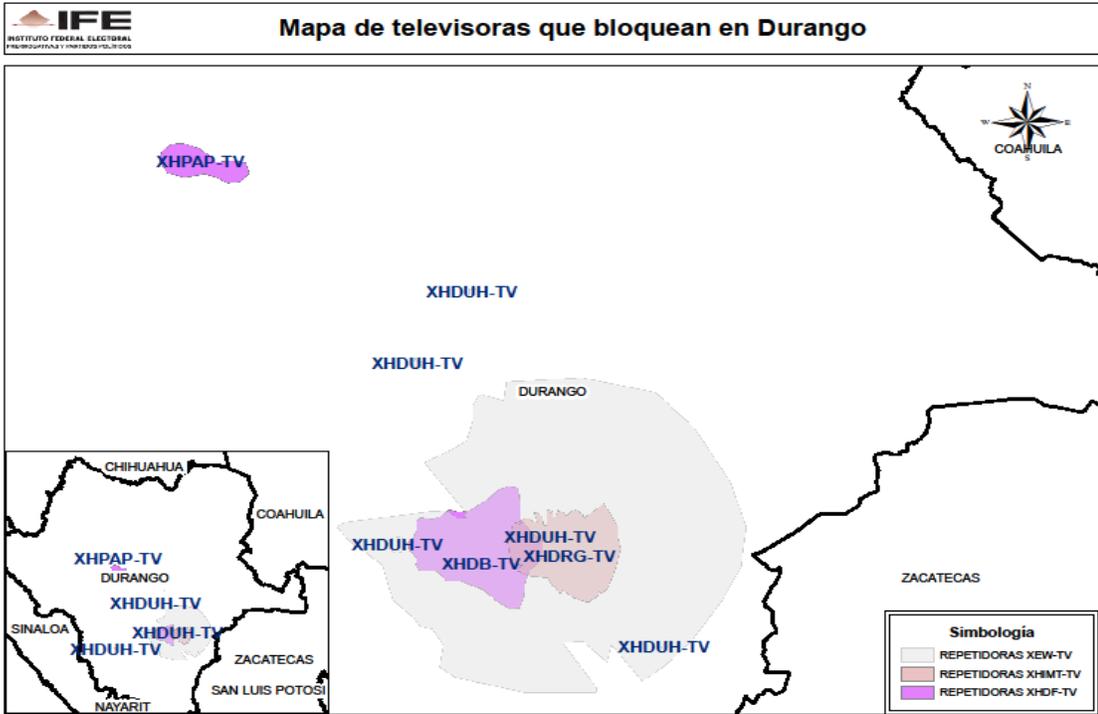


DISTRITO FEDERAL

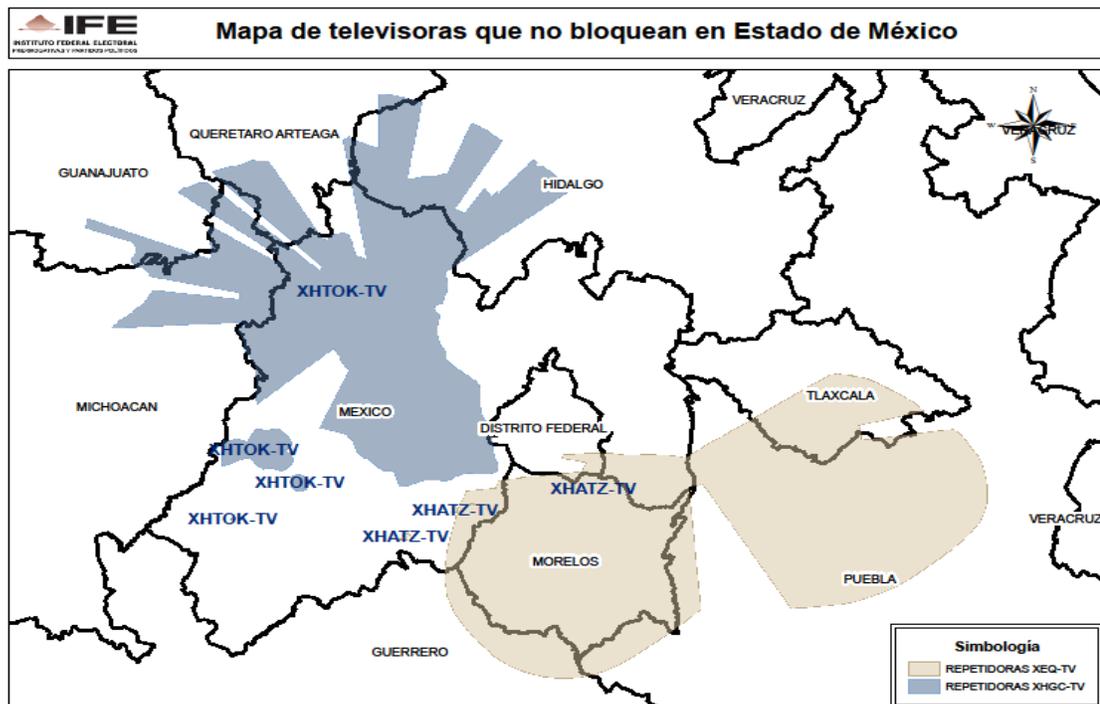
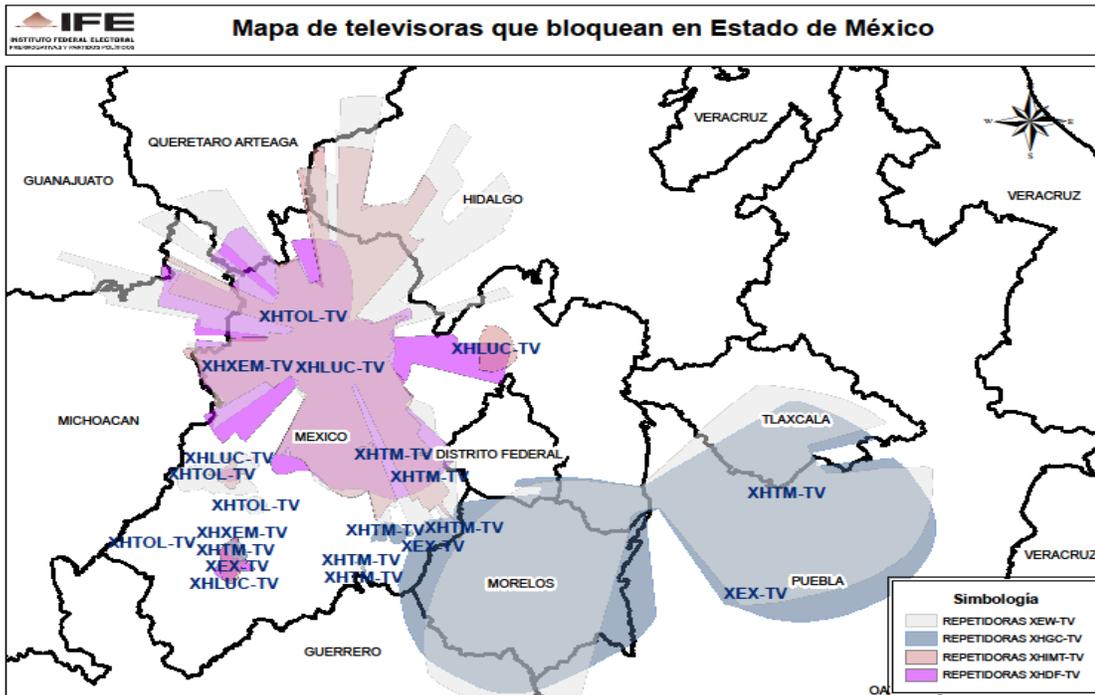


**Nota:** En esta entidad federativa, todas las emisoras constituyen señales de origen, razón por la cual únicamente aparece un mapa

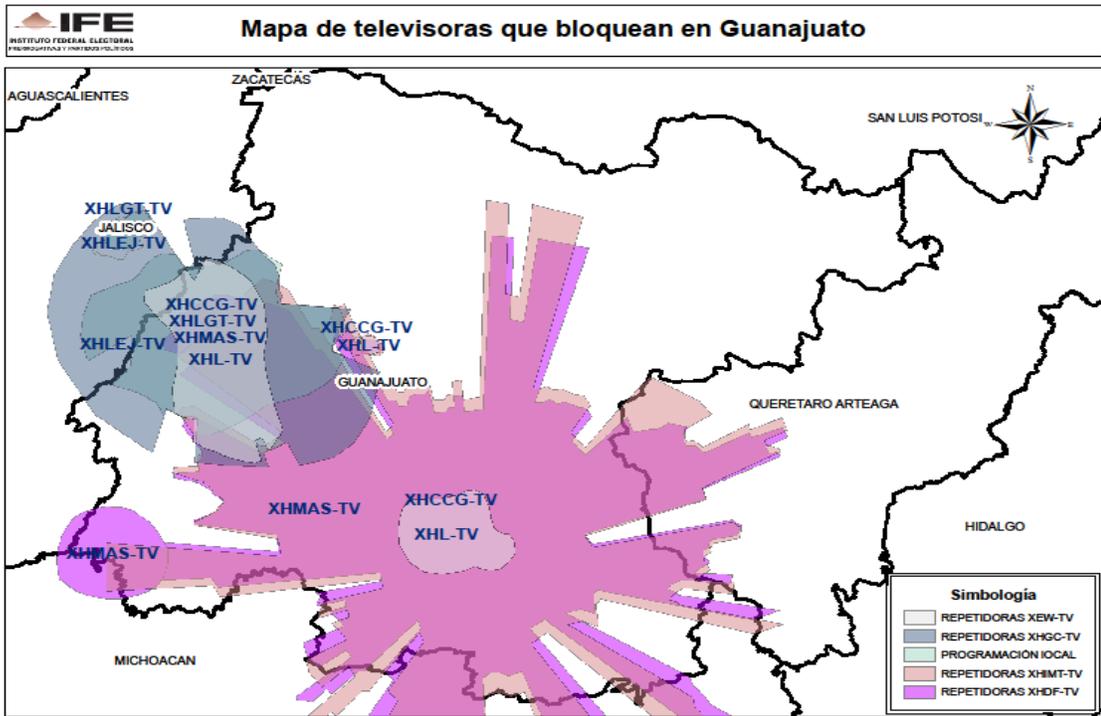
DURANGO



ESTADO DE MÉXICO



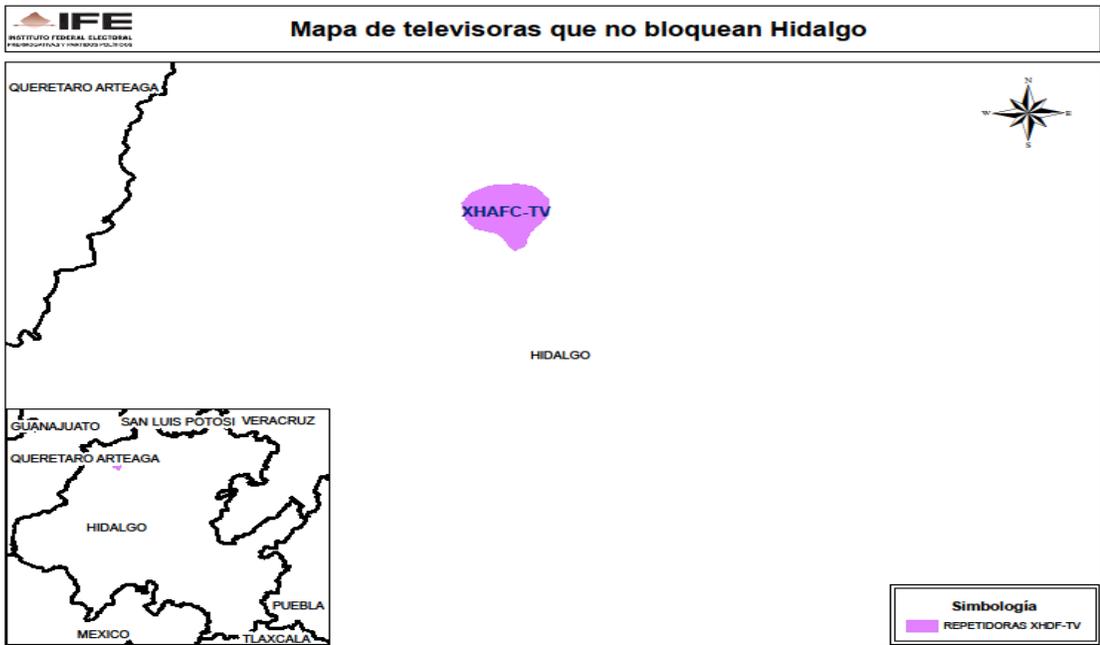
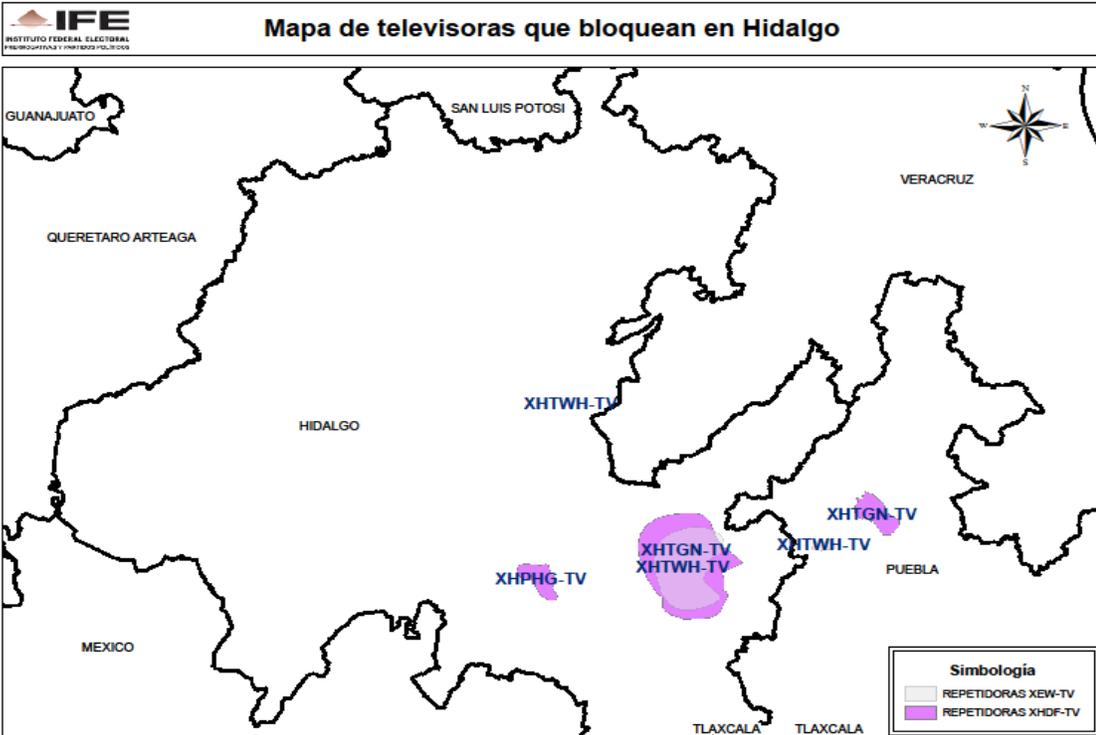
GUANAJUATO



**Nota:** En esta entidad federativa, todas las emisoras “bloquean”, razón por la cual únicamente aparece un mapa.

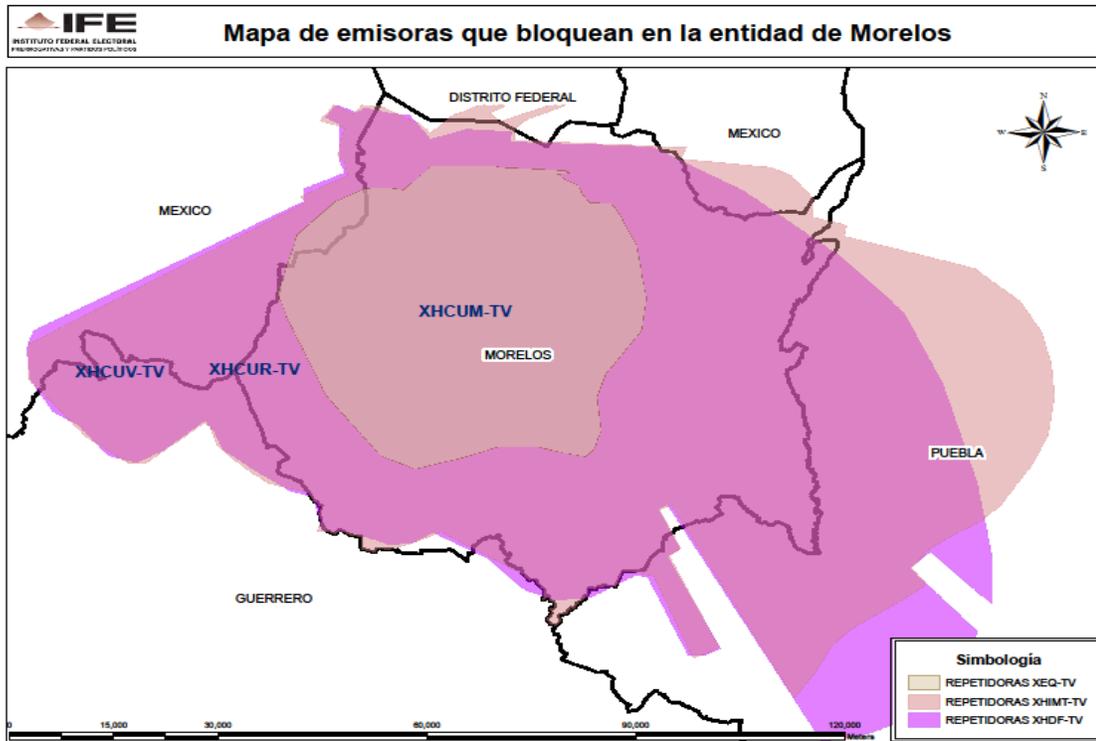


HIDALGO



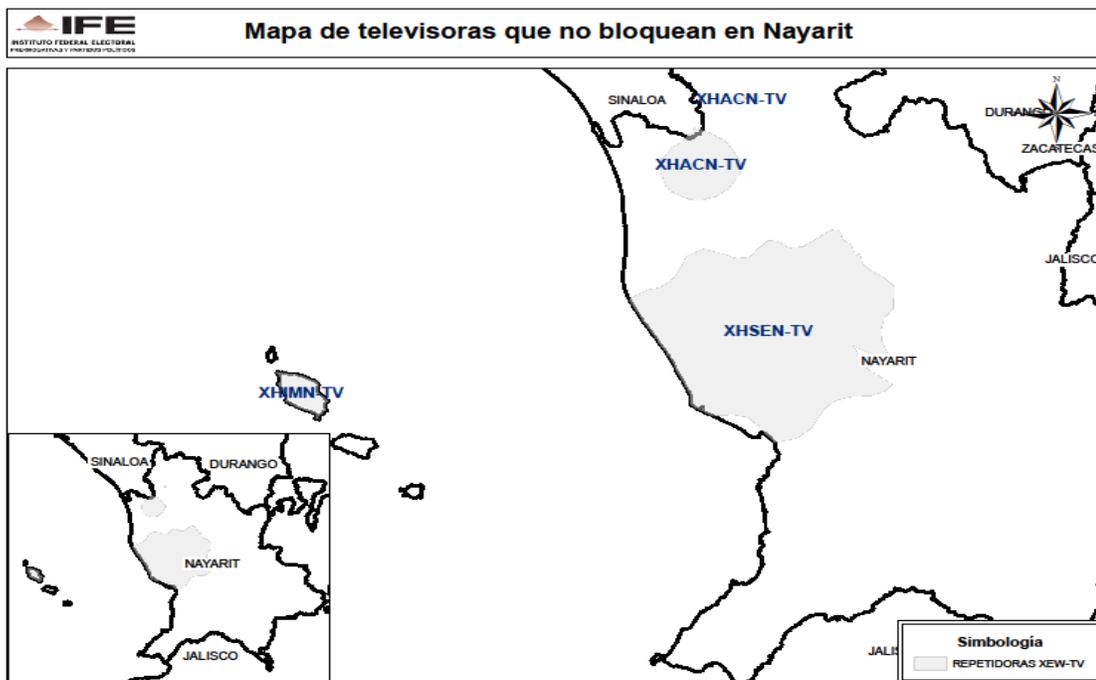
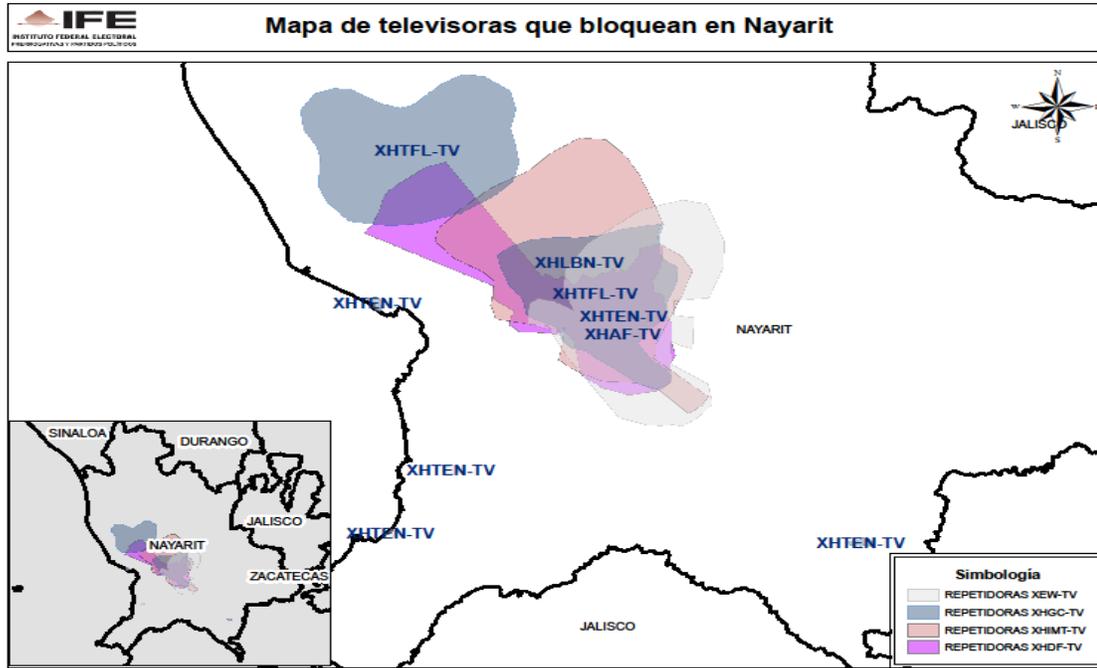


MORELOS

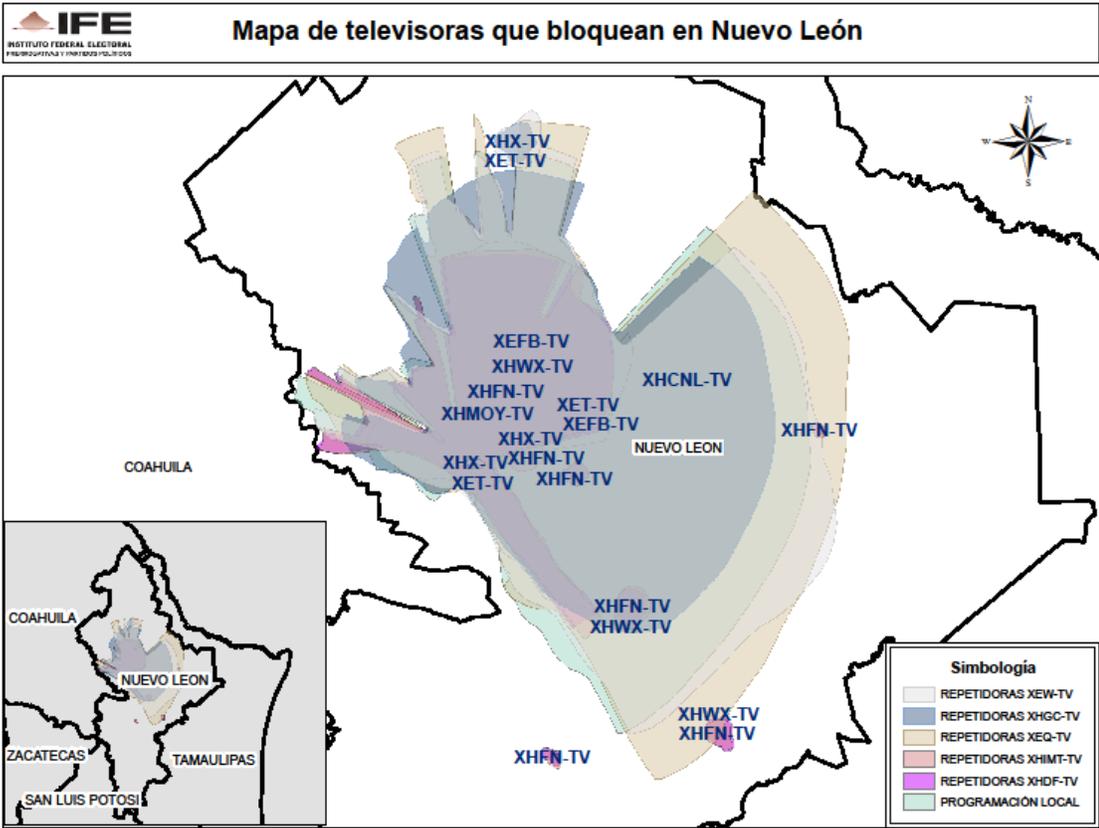


**Nota:** En esta entidad federativa, todas las emisoras “bloquean”, razón por la cual únicamente aparece un mapa.

NAYARIT



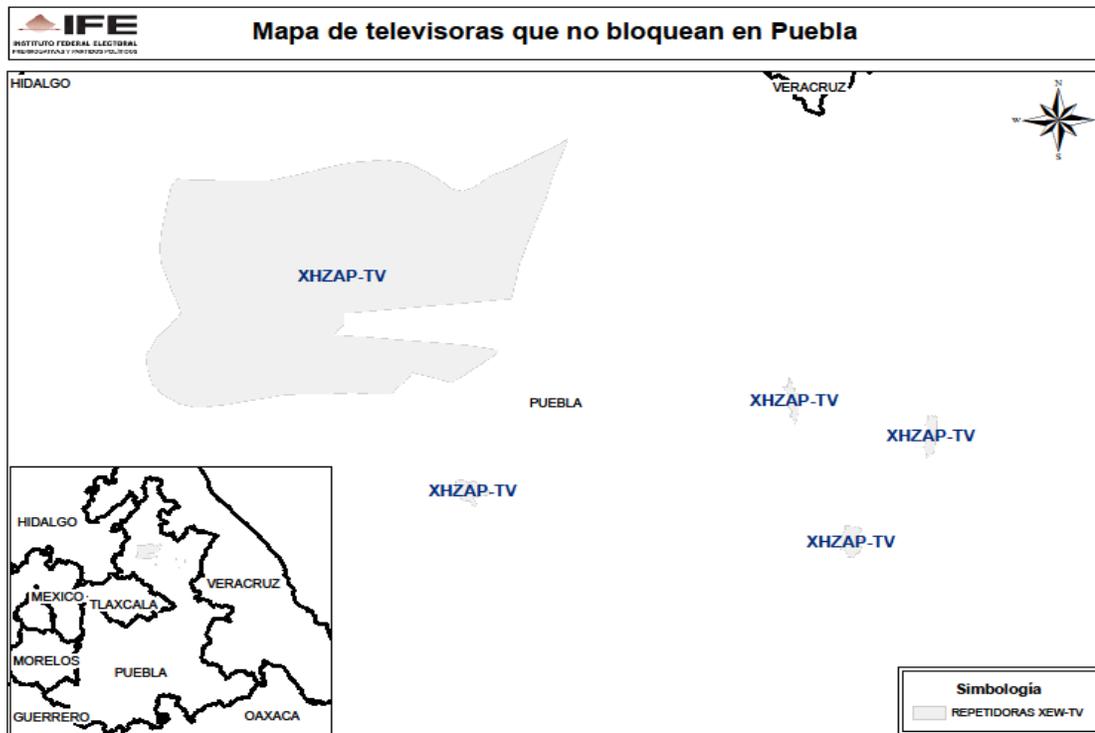
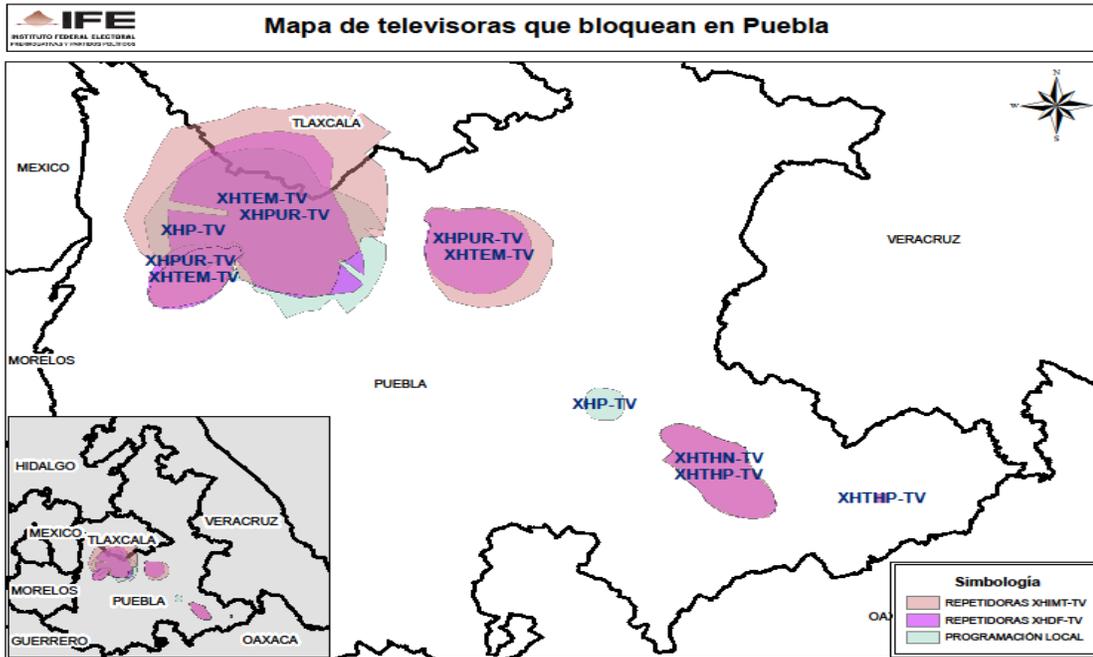
NUEVO LEÓN



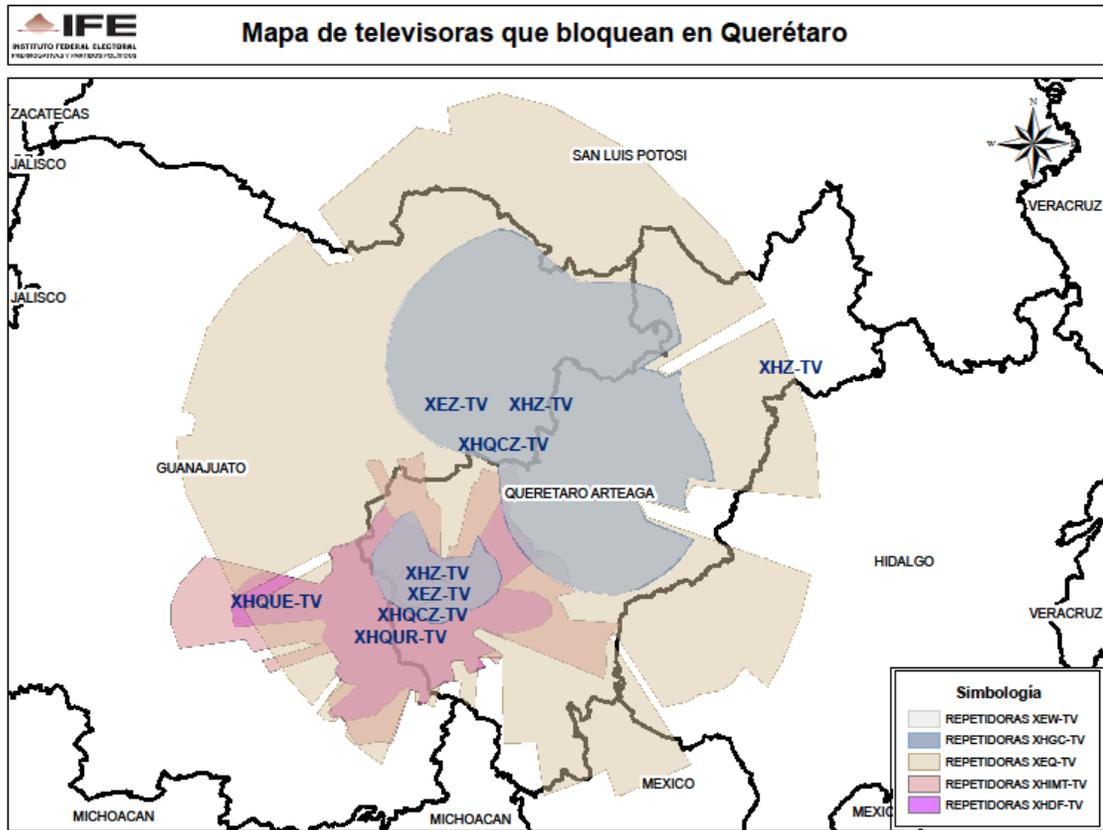
**Nota:** En esta entidad federativa, todas las emisoras “bloquean”, razón por la cual únicamente aparece un mapa.



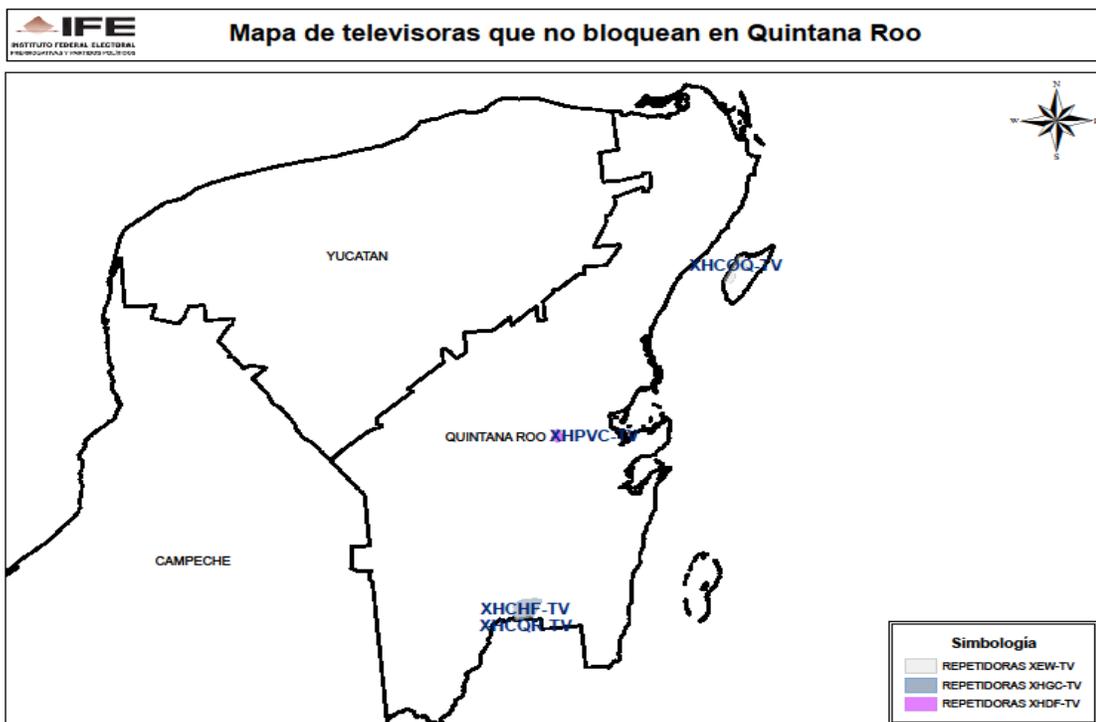
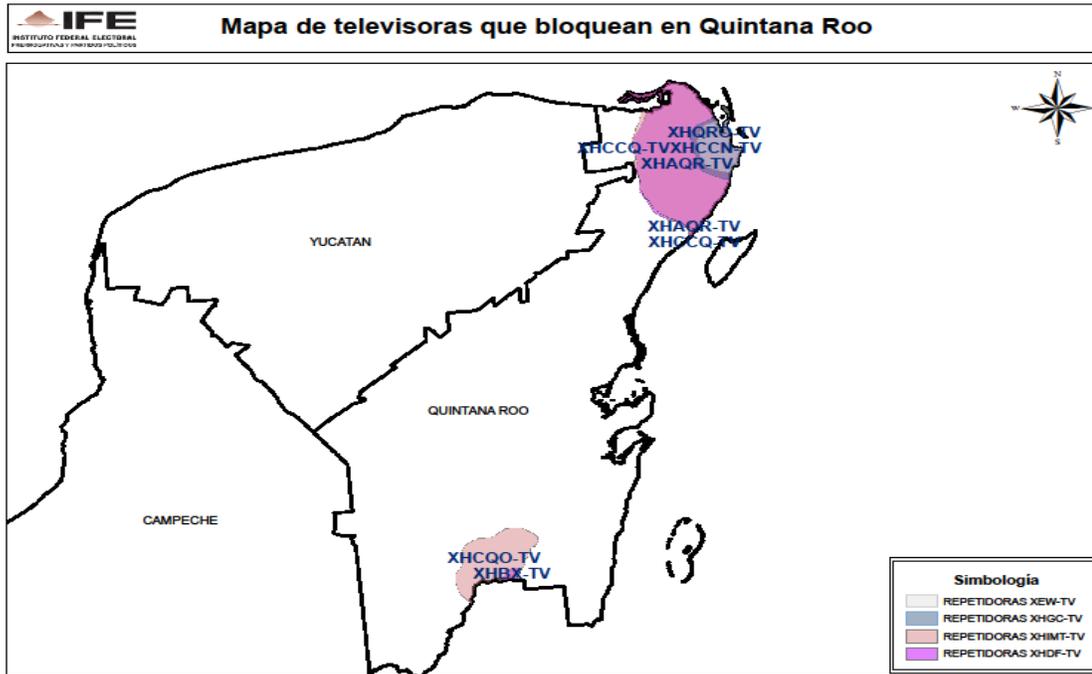
PUEBLA



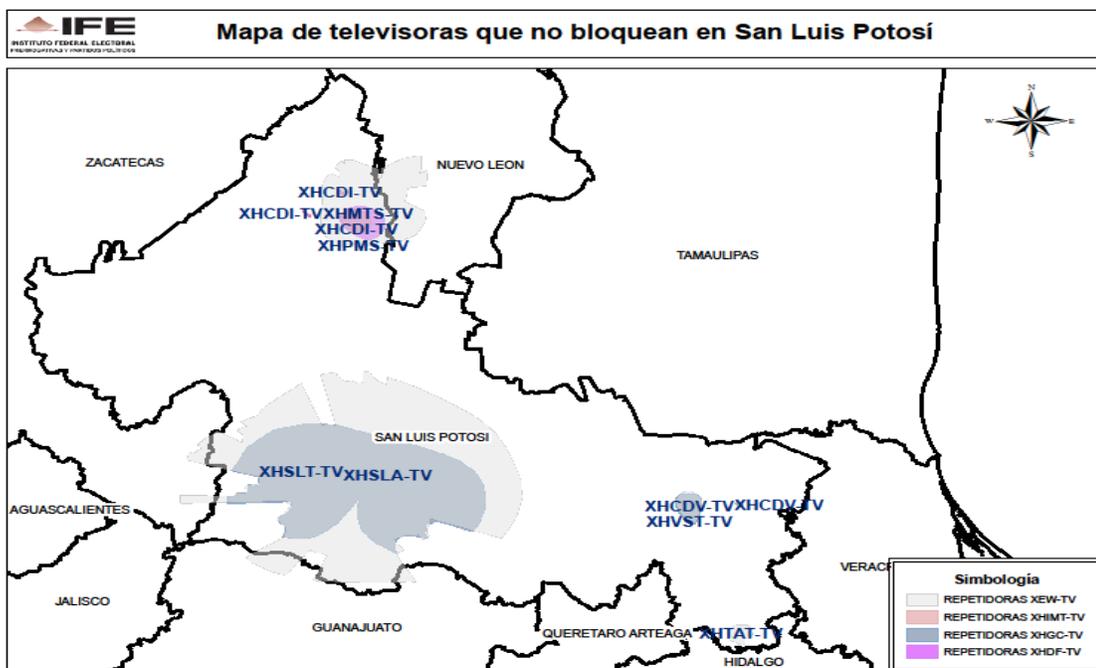
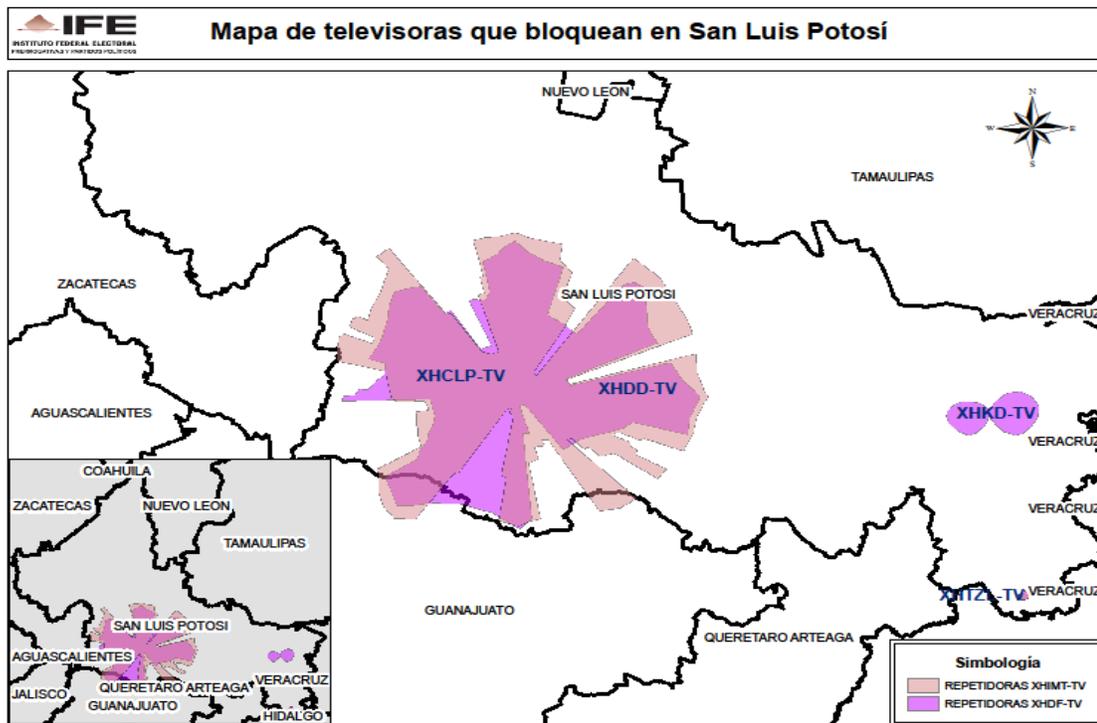
QUERÉTARO



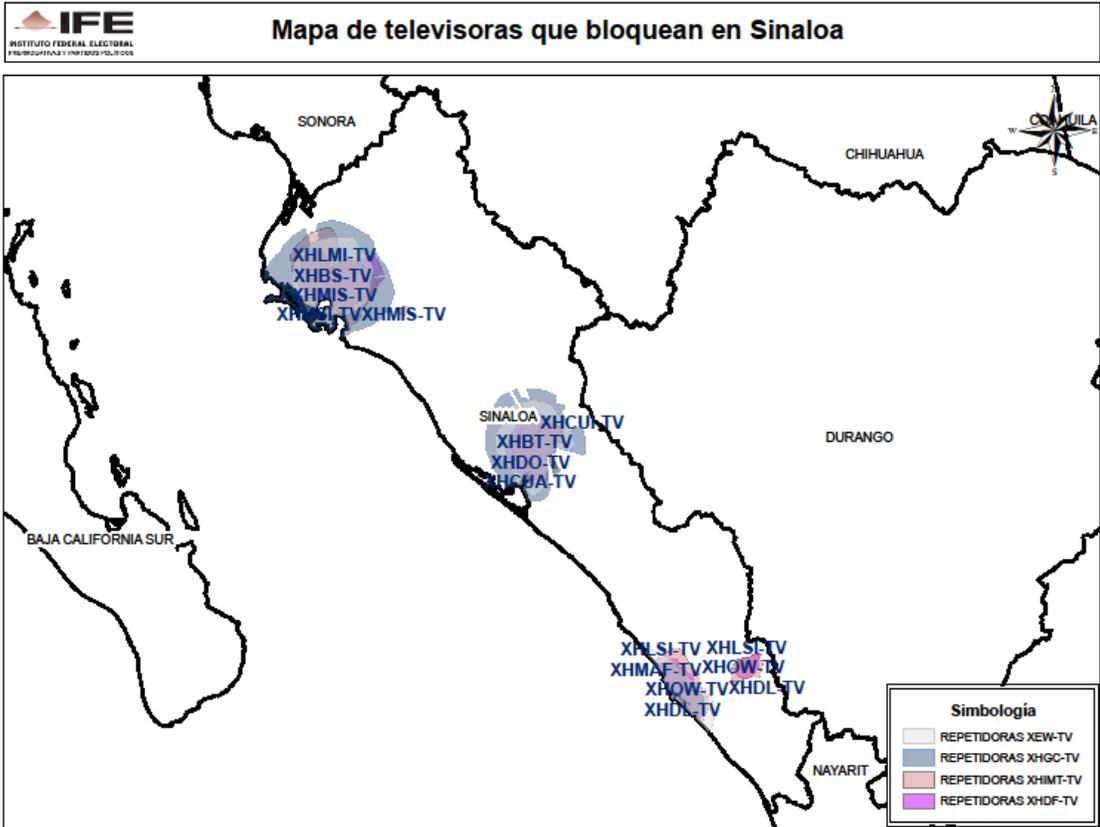
QUINTANA ROO



SAN LUIS POTOSÍ

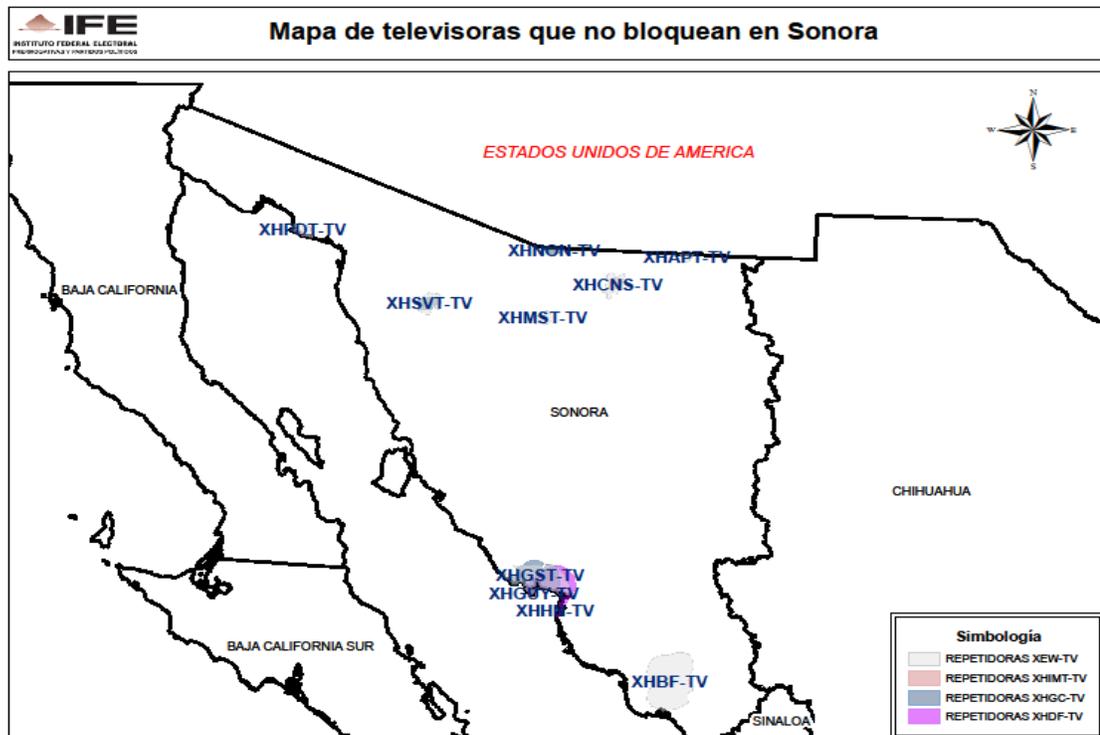


SINALOA

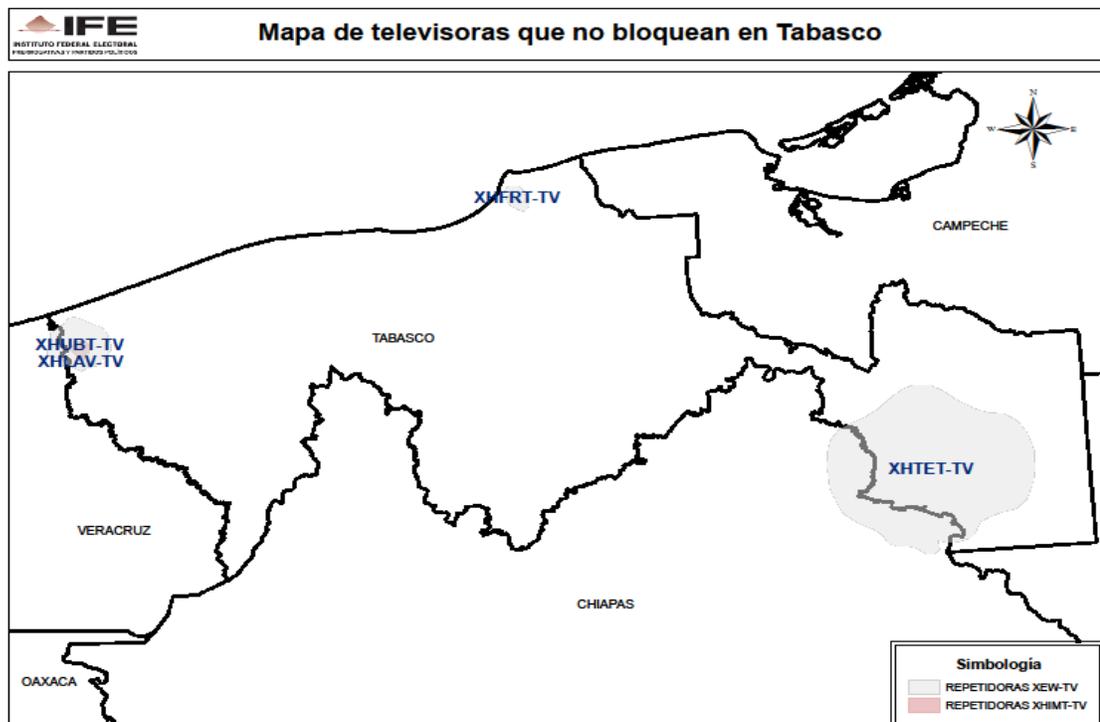
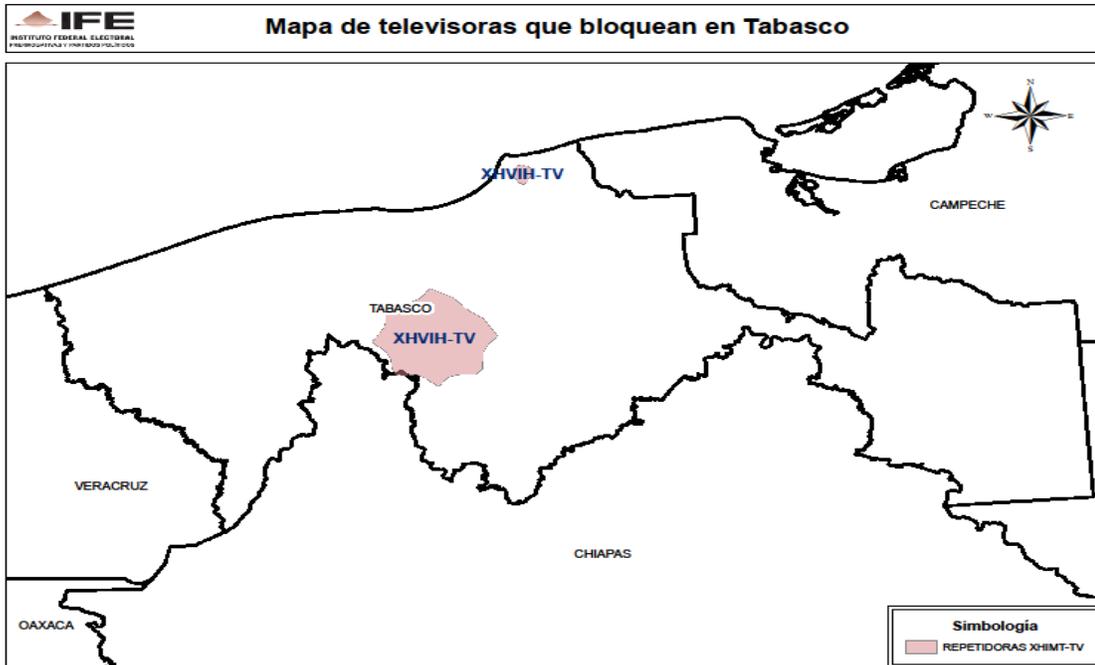


**Nota:** En esta entidad federativa, todas las emisoras “bloquean”, razón por la cual únicamente aparece un mapa.

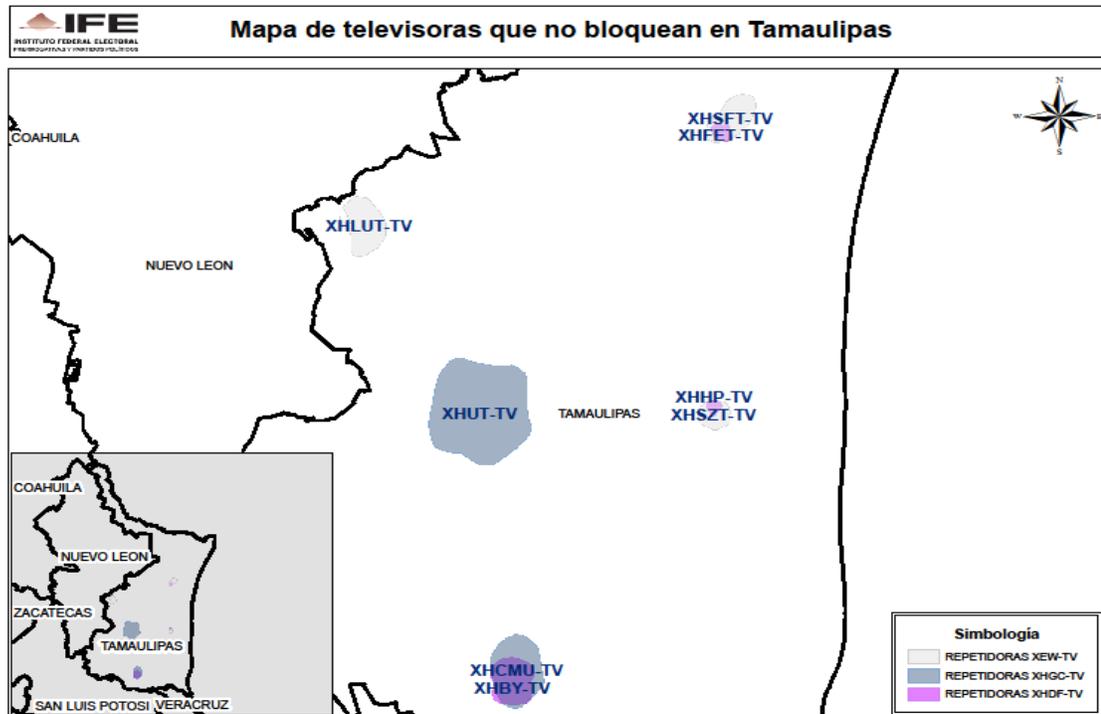
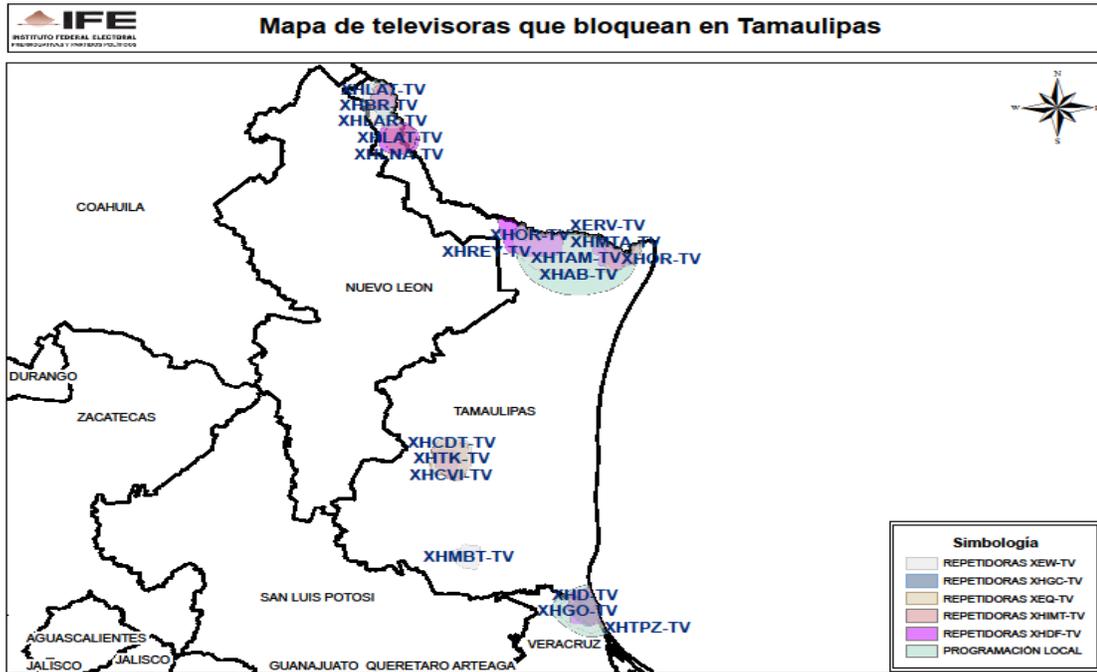
SONORA



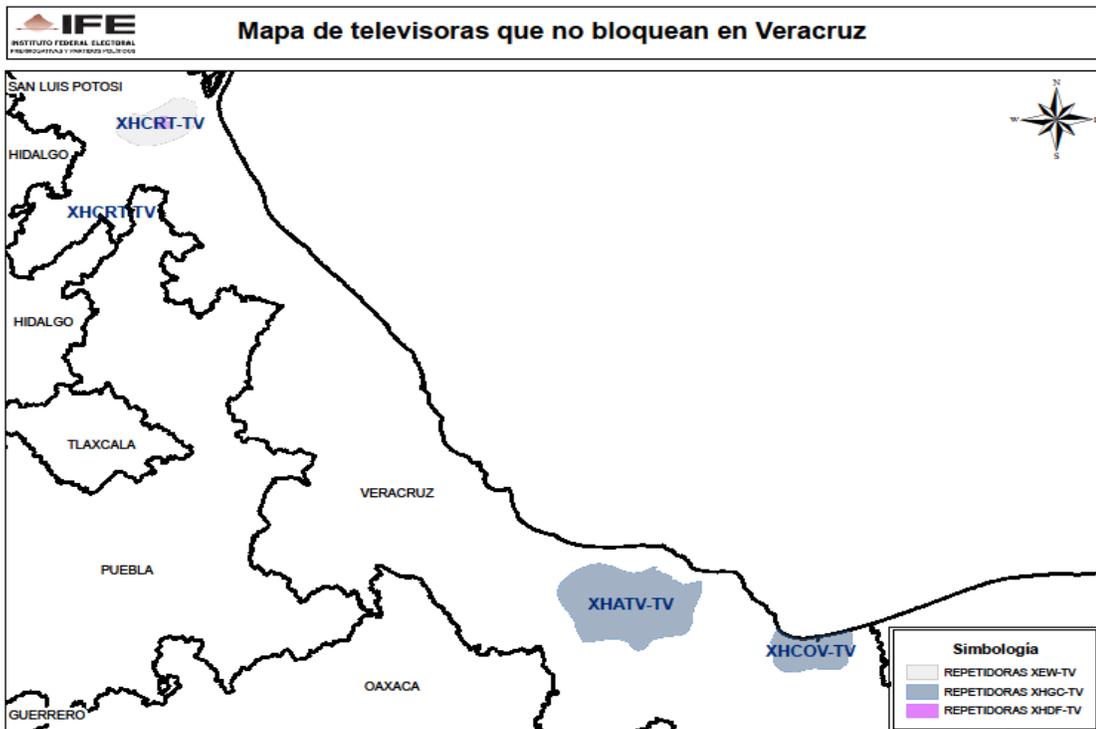
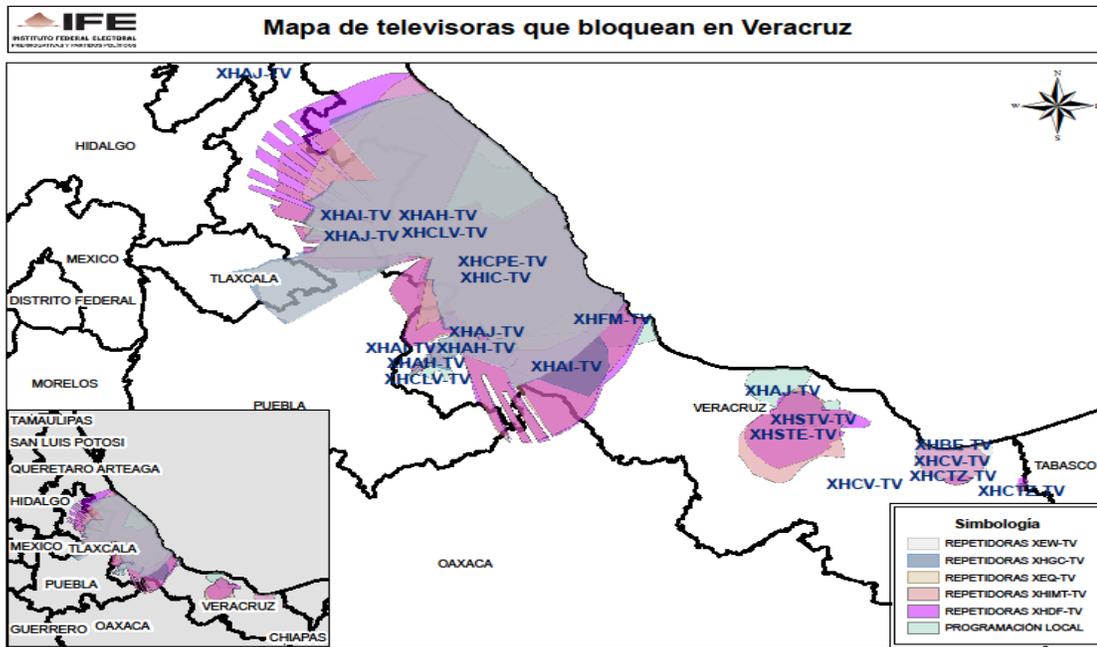
TABASCO



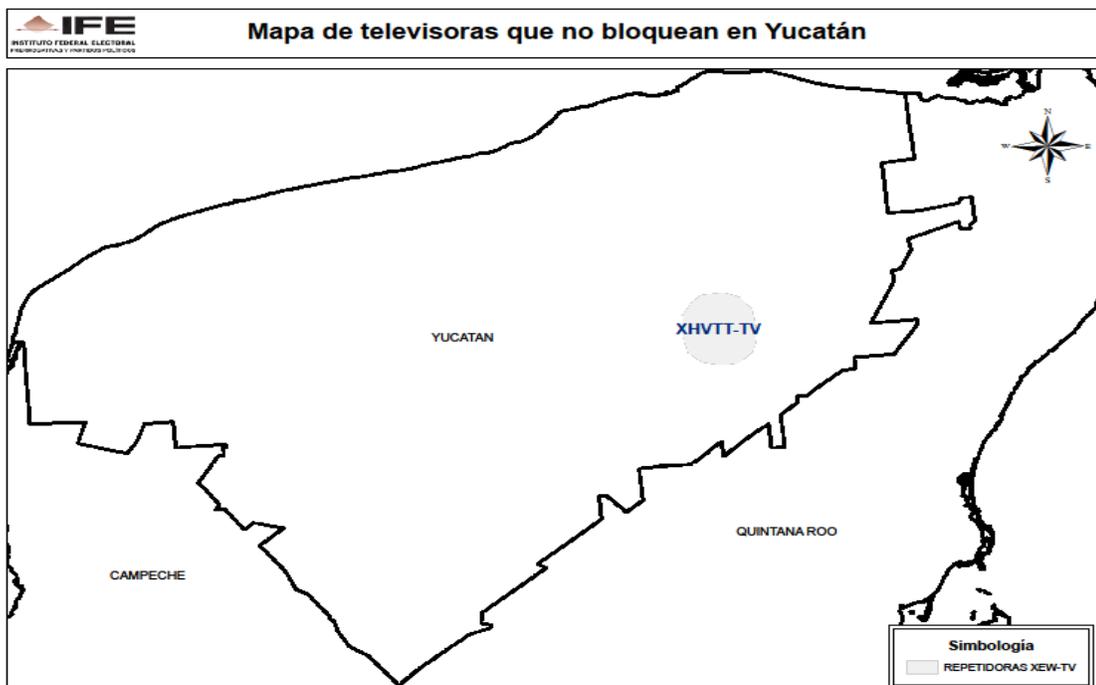
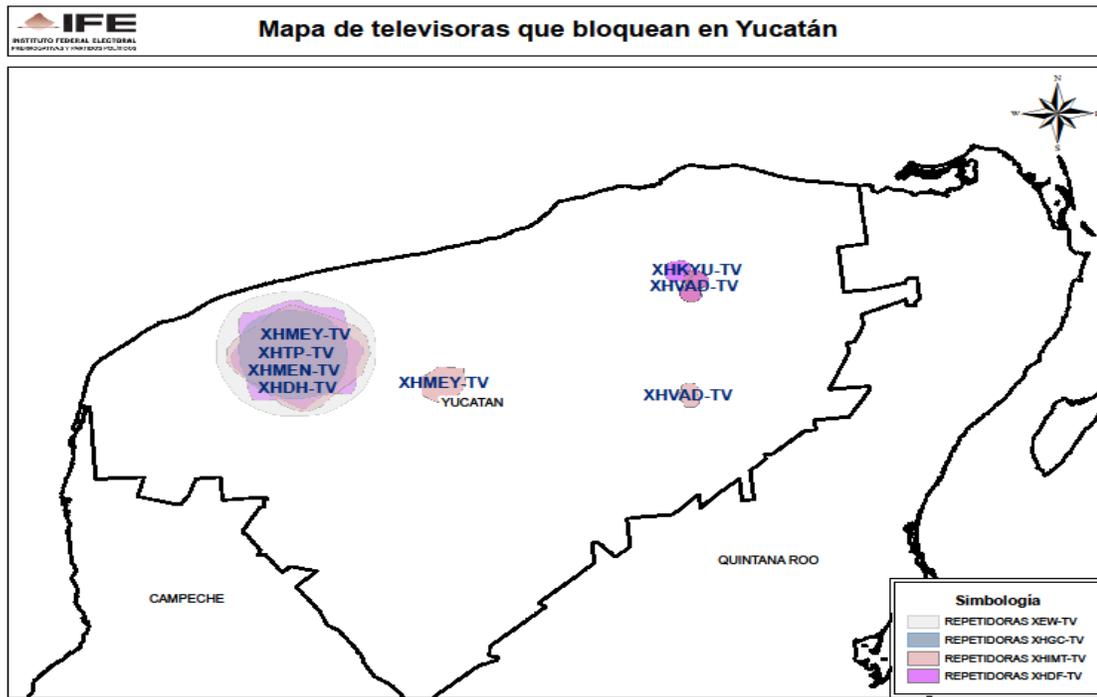
TAMAULIPAS



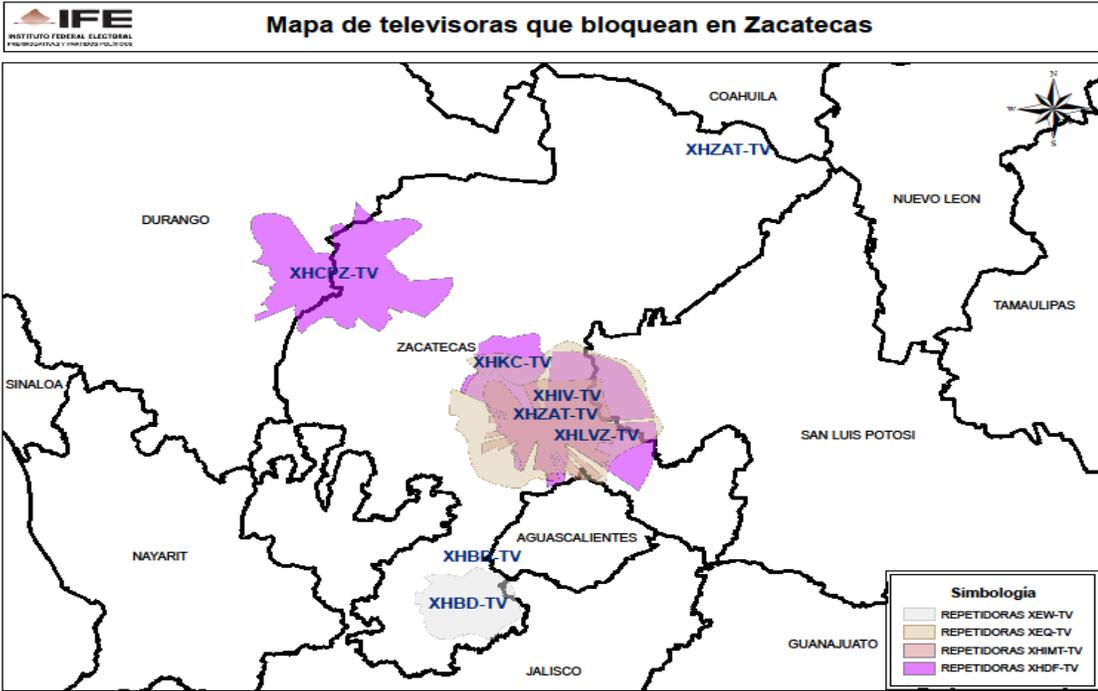
VERACRUZ



YUCATÁN



ZACATECAS



Ahora bien, los artículos 62, párrafo 5 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales y 48 del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral prescriben que los catálogos de emisoras de radio y televisión para los procesos electorales deberán incluir a cada estación y canal obligado a transmitir la pauta correspondiente a una elección determinada. En este sentido, *cada estación de radio y canal de televisión* que se incluya en el catálogo con la finalidad de transmitir la pauta de un proceso electoral local, se encuentra obligada a destinar, desde el inicio de la precampaña y hasta el día de la jornada electiva, 48 minutos diarios a la difusión de promocionales de partidos políticos y autoridades electorales conforme a los pautados notificados por el Instituto Federal Electoral.

Al respecto, el TEPJF en las sentencias recaídas a los recursos de apelación identificados con los números de expedientes SUP-RAP-204/2010 y acumulados; y SUP-RAP-211/2010, y acumulados, ha establecido que la frase "*cada estación de radio y televisión*" es clara, en cuanto a que se refiere a todas las estaciones de radio y canales de televisión, sin exclusión, lo cual se ve enfatizado con lo prescrito en el inciso d), apartado a, base III, del citado artículo 41 constitucional, en cuanto a que se establece categóricamente "[l]as transmisiones en cada estación de radio y canal de televisión", lo cual, no se puede interpretar en forma diversa a la totalidad de las estaciones de radio y televisión.

En efecto, en las resoluciones citadas la máxima autoridad jurisdiccional en materia electoral sostuvo que:

*“Como se ha expuesto, del régimen jurídico, constitucional y legal, que regula el ejercicio de la concesión de una frecuencia de radiodifusión para un determinado canal de televisión, se advierte que la obligación de transmitir en tiempos del Estado, los promocionales de los partidos políticos y las autoridades electorales, se impone respecto de cada estación de radio o canal de televisión, en lo individual, sin que se advierta alguna norma o principio implícito en el sistema que conlleve a la construcción de un régimen especial o de excepción, para los casos en que determinadas emisoras operen como parte de una red de repetidoras; pues tal circunstancia obedece únicamente a la decisión adoptada, en el ejercicio del ámbito de libertad del permisionario o concesionario, pero tal determinación no puede, en forma alguna, tener como efecto jurídico modificar el régimen constitucional, en el cual existe el deber jurídico impuesto a cada estación de radio o televisión, ya sea respecto de una concesión o una permisión. [...]*

*Por tanto, independientemente de que las [emisoras de radio y televisión] tengan o no los elementos técnicos, materiales y humanos, necesarios para la transmisión de los promocionales de los partidos políticos y las autoridades electorales, en tiempos del Estado, en la señal emitida por sus canales repetidores, deben cumplir con ese deber constitucional, además se debe resaltar que es una circunstancia ocasionada por ellas mismas, pues al ser una mera facultad ejercida para explotar de mejor manera sus títulos de concesión, ello no implica que esté obligada a actuar de esa forma, pues la transmisión de tiempos del Estado es una obligación de base constitucional y configuración legal que limita el ejercicio del derecho de explotación de la concesión; de*

***ahí que para transmitir la pauta aprobada por la autoridad electoral federal, las recurrentes deben contar con los elementos técnicos, materiales y humanos, necesarios para la transmisión de los promocionales de los partidos políticos y las autoridades electorales, por existir el deber constitucional.”***

Adicionalmente, la Sala Superior del TEPJF en su tesis de jurisprudencia identificada con el número 21/2010, rubro *RADIO Y TELEVISIÓN. LOS CONCESIONARIOS Y PERMISIONARIOS DEBEN DIFUNDIR LOS MENSAJES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y DE LAS AUTORIDADES ELECTORALES, CON INDEPENDENCIA DEL TIPO DE PROGRAMACIÓN Y LA FORMA EN QUE LA TRANSMITAN*, estableció que cada estación de radio y canal de televisión tiene la obligación de transmitir los mensajes de las autoridades electorales y de los partidos políticos en el tiempo que administra el Instituto *con independencia del tipo de programación y la forma en la que la transmitan*.

Aunado a lo anterior, para la elaboración de los catálogos de emisoras para los procesos electorales resulta aplicable la tesis relevante identificada con el número XXIII/2009, rubro *RADIO Y TELEVISIÓN. EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL CARECE DE ATRIBUCIONES PARA EXIMIR A LOS CONCESIONARIOS Y PERMISIONARIOS DE SU OBLIGACIÓN DE TRANSMITIR LOS MENSAJES DE LAS AUTORIDADES ELECTORALES Y DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS*, conforme a la cual el IFE bajo ninguna circunstancia podrá establecer excepciones o condiciones a los mandatos constitucionales y legales relativos a la transmisión de los tiempos del Estado en materia electoral.

De acuerdo con los precedentes citados, **durante los procesos electorales, los concesionarios y permisionarios de radio y televisión están obligados a participar en la cobertura de las elecciones que transcurran en las entidades en las que operen, sin que las distintas modalidades de operación les eximan de este deber constitucional y legal.**

### XIII. RESULTADOS DE LA CONSULTA PÚBLICA A CONCESIONARIOS Y PERMISIONARIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN

#### INFORMACIÓN GENERAL DE LA CONSULTA

#### **RESULTADO: respuestas recibidas del 29 de septiembre al 14 de octubre.<sup>5</sup>**

El IFE recibió las respuestas y opiniones de los concesionarios, permisionarios, organizaciones que los agrupan, instituciones públicas, organizaciones especializadas y ciudadanos independientes, que a continuación se mencionan:<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Conviene precisar que el número de respuestas de los concesionarios y permisionarios no necesariamente coincide con la cantidad de emisoras que estos representan, lo anterior en razón de que existieron diversas modalidades de opiniones, bajo este contexto, el Instituto procederá a realizar un análisis con la finalidad de determinar el número preciso de respuestas que cada concesionario y permisionario emitió por emisora.

<sup>6</sup> Estas cifras no coinciden con las mostradas en el desplegado publicado por el IFE el lunes 17 de octubre, toda vez que, posterior al 14 de octubre –fecha límite para participar en la consulta-, se siguieron recibiendo más oficios de respuesta de concesionarios y permisionarios. La mayoría de estas respuestas fueron recibidas en las delegaciones del IFE en el país, o bien, enviadas vía correo o mensajería dentro del plazo otorgado para la consulta. Por esta razón, se consideran presentadas en tiempo y forma y se contabilizan en el total de respuestas recibidas por el IFE.



**Organizaciones que agrupan a concesionarios y permisionarios**

1. CIRT (Opinión, Cuestionario, Presidente del Consejo Consultivo y Delegación Coahuila)
2. Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas
3. Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, A.C.
4. Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas.
5. Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), México

**Concesionarias y Permisionarias**

1. RADIO IBERO A.C.
2. TELEVISIÓN DE LA FRONTERA S.A.
3. JOSÉ HUMBERTO Y LOUCILLE MARTINEZ.
4. TELEVISIÓN DE MICHOACÁN S.A. DE C.V.
5. CORPORACION TAPATIA DE TELEVISIÓN S.A. DE C.V.
6. CANAL 13 DE MICHOACÁN S.A. DE C.V.
7. CADENA RADIODIFUSORA MEXICANA S.A. DE C.V.
8. RADIO TAPATIA S.A. DE C.V.
9. RADIO MELODIA S.A. DE C.V.
10. RADIO TELEVISORA DE MEXICALI S.A. DE C.V.
11. RADIODIFUSORA XEGB-AM S.A. DE C.V.
12. ALBERTO ELORZA GARCÍA.
13. PROMOTORA RADIOFÓNICA DE LA LAGUNA

14. OMEGA EXPERIMENTAL A.C.
15. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA.
16. RADIO TAURO S.A. DE C.V.
17. GOBIERNO DEL ESTADO DE TLAXCALA
18. GRACIELA BARRERA Y DE LA GARZA .
19. TELEVISORA DE HERMOSILLO S.A. DE C.V.
20. GOBIERNO DEL ESTADO DE SONORA.
21. ORGANIZACIÓN RADIOFÓNICA DEL NORTE S.A. DE C.V.
22. ECOS DE MANANTLÁN A.C.
23. CARLOS DE JESÚS QUIÑONES ARMENDARIZ (XEI-AM)
24. RADIO INTEGRAL S.A. DE C.V.
25. ARNOLDO RODRÍGUEZ ZERMEÑO.
26. RADIO UNIVERSIDAD DE GUANAJUATO.
27. XETBV-AM S.A. DE C.V.
28. UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA.
29. INSTITUTO TECNOLÓGICO DE TIJUANA.
30. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
31. TEPONAZTLE CULTURA Y COMUNICACIÓN A.C.
32. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE YUCATÁN.
33. SISTEMA QUINTANAROENSE DE COMUNICACIÓN SOCIAL.
34. ERNESTO MONTEMAYOR IBARRA.
35. RADIO BMP DE NUEVO LAREDO S.A. DE C.V.
36. RADIO BMP DE CIUDAD CAMARGO S.A. DE C.V.
37. RADIO BMP DE REYNOSA S.A. DE C.V.
38. COMISIÓN NACIONAL PARA EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS.
39. JOSÉ FRANCISCO ÁLVAREZ LÓPEZ (DIRECTOR COMERCIAL DE RADIO UNIVERSAL).
40. RED RADIO UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA.
41. RADIO Y TELEVISIÓN DE DURANGO S.A. DE C.V.
42. COMISIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN DE TABASCO.
43. TELEVISIÓN TABASQUEÑA S.A. DE C.V.
44. GOBIERNO DEL ESTADO DE HIDALGO.
45. SÚPER FM S.A. DE C.V.

46. RADIO PUBLICIDAD DE AGUASCALIENTES S.A. DE C.V.
47. RADIO XEDC S.A. DE C.V.
48. RADIO AGS S.A. DE C.V.
49. COSMORADIAL S.A. DE C.V.
50. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE AGUASCALIENTES.
51. INSTITUTO MENDEL A.C.
52. UNIVERSIDAD JUÁREZ DEL ESTADO DE DURANGO.
53. RAÚL ROMERO RIVERA Y SUC. DE ALFONSO MACÍAS GALAVIZ.
54. ASOCIACIÓN VERACRUZANA DE COMUNICADORES POPULARES A.C.
55. TELEVISIÓN METROPOLITANA S.A. DE C.V. (CANAL 22).
56. GLORIA HERMINIA ENCISO POWER Y OTROS.
57. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO.
58. GOBIERNO DEL ESTADO DE SINALOA.
59. RADIO INTEGRAL S.A. DE C.V.
60. MEDIA SPORTS DE MÉXICO S.A. DE C.V.
61. SUCESIÓN DE JORGE CÁRDENAS GONZÁLEZ.
62. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MORELOS.
63. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SINALOA.
64. GOBIERNO DEL ESTADO DE AGUASCALIENTES.
65. SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA.
66. UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.
67. INSTITUTO TECNOLÓGICO DE CELAYA.
68. DESARROLLO COMUNITARIO Y CULTURAL MANGHUE, A. C.
69. FRENTE CÍVICO TANGANCÍCUARO PUEBLO UNIDO A.C.
70. ARNOLDO CABADA DE LA O.
71. ROLANDO RAMIRO GONZÁLEZ TREVIÑO.
72. TVNORTE, S. DE R.L. DE C.V.
73. ERNESTO MONTEMAYOR IBARRA.
74. GRUPO RADIO MONTE A.C.
75. COMISIÓN NACIONAL PARA EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS INDÍGENAS.
76. ASOCIACIÓN CULTURAL ARANDINA, A.C.
77. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA.

78. JUAN ENRÍQUEZ RIVERA.
79. EMISORAS SISTEMA MORELENSE DE RADIO Y TELEVISIÓN
80. BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
81. ADRIÁN Y ALFONSO ESPER CÁRDENAS
82. LA VOLADORA COMUNICACIÓN A.C.
83. SISTEMA TELE YUCATÁN S.A. DE C.V.
84. RADIO UNIVERSIDAD VERACRUZANA
85. GOBIERNO DEL ESTADO DE CAMPECHE
86. PATRONATO PRO RADIO CULTURAL DE REYNOSA A.C.
87. UNIVERSIDAD DE MONTERREY
88. PATRONATO PARA INST. REPETIDORAS CANALES DE T.V. COATZACOALCOS VERACRUZ A.C.
89. GOBIERNO DEL ESTADO DE CHIAPAS
90. SUCESIÓN DE JOSÉ JESÚS JAQUEZ ACUÑA
91. UNIVERSIDAD DE SONORA
92. RADIO CULTURAL DE TEPALCATEPEC A.C.
93. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA ANTONIO NARRO
94. FIDEL BALBUENA SÁNCHEZ
95. PROMOTORA DE LA COMUNICACIÓN S.A.
96. JASED S.A. DE C.V.
97. XHOO-FM S.A DE C.V.
98. XHML-FM S.A. DE C.V.
99. XEGTO S.A.
100. PUBLICIDAD RADIOFÓNICA DE LA LAGUNA S.A. DE C.V.
101. TELEVISIÓN METROPOLITANA S.A. DE C.V.
102. TELE NACIONAL S. DE R.L. TV.
103. TELEVISORA ALCO S. DE R.L. DE C.V.
104. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TLAXCALA.
105. GRUPO NUEVA RADIO S.A. DE C.V.
106. RADIO ECOLOGÍA LA VOZ DEL MAYAB.
107. ENRIQUE CÁRDENAS GONZÁLEZ.
108. GOBIERNO DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN.
109. GOBIERNO DEL ESTADO DE JALISCO.

110. GOBIERNO DEL ESTADO DE ZACATECAS.
111. RADIOTELEVISORA DE MÉXICO NORTE S.A. DE C.V.
112. TELEVIMEX, S.A. DE C.V.
113. CANALES DE TELEVISIÓN POPULARES S.A. DE C.V.
114. RADIOTELEVISIÓN S.A. DE C.V.
115. COMPAÑÍA TELEVISORA DE LEÓN GUANAJUATO S.A. DE C.V.
116. TELEVISORA PENINSULAR S.A. DE C.V.
117. TELEHERMOSILLO S.A. DE C.V.
118. CADENA TELEVISORA DEL NORTE S.A. DE C.V.
119. TELEVISORA DEL GOLFO S.A. DE C.V.
120. TELEVISIÓN DEL GOLFO S.A. DE C.V.
121. TELEVISORA DE OCCIDENTE S.A. DE C.V.
122. TELEVISIÓN DE PUEBLA S.A. DE C.V.
123. TELEVISORA DE MEXICALI S.A. DE C.V.
124. TELEVISORA DE CALIMEX S.A. DE C.V.
125. TELEIMAGEN DEL NORESTE S.A. DE C.V.
126. CANAL 23 DE ENSENADA S.A. DE C.V.
127. TV DEL HUMAYA S.A. DE C.V.
128. TV DE LOS MOCHIS S.A. DE C.V.
129. XHCC TELEVISIÓN S.A. DE C.V.
130. TELEVISORA DE NAVOJOA S.A.
131. RADIO INTEGRAL, S.A. DE C.V. (XEEB-AM) CD. OBREGON, SONORA.
132. ESPECTÁCULO AUDITIVO, S.A. (XHMV-FM ) HERMOSILLO, SONORA.
133. PROMOTORA RADIOVISIÓN, S.A. DE C.V. (XENS-AM) NAVOJOA, SONORA.
134. RADIODIFUSORA XEHOS, S.A. DE C.V. (XEHOS-AM) HERMOSILLO, SONORA.
135. RADIODIFUSORA XHFL, S.A. DE C.V. (XHFL-FM) CD. OBREGON, SONORA.
136. PROMOTORA UNIMEDIOS, S.A. DE C.V. (XEKE-AM) NAVOJOA, SONORA.
137. RADIO INDEPENDIENTE A.C., REPRESENTACIÓN DE 303 EMISORAS.
138. RADIO XEVILL, S.A. DE C.V. VILLAHERMOSA, TABASCO.
139. RADIO XEAGS, S.A. DE C.V. ACAPULCO, GUERRERO.
140. RADIO XEOH-AM DE CAMARGO S.A. DE C.V. CAMARGO, CHIHUAHUA.

141. ALBACEA DE LA SUCESIÓN DE DOMINGO SALAYANDÍA NÁJERA (XEGD-AM) HIDALGO DEL PARRAL CHIHUAHUA.
142. RADIO EMISORA CENTRAL S.A. DE C.V. (XELJ - XHLJ)
143. TELEMISIÓN S.A. DE C.V. (XHAUC-TV) CHIHUAHUA.
144. XEQR, S.A. DE C.V., XERC, S.A. DE C.V., XEEST-AM S.A. DE C.V., RADIO RED, S.A. DE C.V., EMISORA 1150 S.A. DE C.V., RADIO SISTEMA MEXICANO, S.A., XEQR-FM S.A. DE C.V., XERC-FM S.A. DE C.V., XEJP-FM S.A. DE C.V., ESTACIÓN ALFA S.A. DE C.V., RADIO RED-FM S.A. DE C.V., XEDKR-AM S.A. DE C.V. SANTA CATARINA, NUEVO LEÓN.
145. REYNA LÓPEZ HERMANOS, S.A. DE C.V (XEJE-AM XHEJE-FM) GUANAJUATO.
146. RADIODIFUSORA DEL VALLE DE ZAMORA, S.A. (XEQL-AM) ZAMORA, MICHOACÁN.
147. RADIO ZAMORA, S. DE R.L. (XEGT-AM) ZAMORA, MICHOACÁN.
148. JOSÉ LARIS ITURBIDE (XHZN-FM) ZAMORA, MICHOACÁN.
149. JOSÉ LARIS RODRÍGUEZ (XEAPM-AM) APATZINGÁN, MICHOACÁN.
150. X.E.M.L., S.A. (XEML-AM) APATZINGAN, MICHOACÁN.
151. RADIO MÉRIDA, S.A. (XEMH-AM) MÉRIDA, YUCATÁN.
152. RADIO MAYAB, S.A. (XEMQ-AM) MÉRIDA, YUCATÁN.
153. LA VOZ DEL COMERCIO DE ZAMORA, S. DE R.L. (XEZM-AM) ZAMORA, MICHOACÁN.
154. RADIO 6.20 S.A. DE C.V. (XENK-AM) SAN ANDRÉS DE LA CAÑADA, MÉXICO.
155. MULTIMEDIA DEL SURESTE, S.A. DE C.V. (XHMIA-FM) KANASÍN, YUCATÁN.
156. LA VOZ DEL CARIBE, S.A. (XEUP-AM) TIZIMIN, YUCATÁN.
157. MEDIOS ELECTRÓNICOS DE VALLADOLID, S.A. DE C.V. (XEUM-AM) VALLADOLID, YUCATÁN.
158. COMERCIAL (XEPY-AM) MÉRIDA, YUCATÁN.
159. RADIO PROGRESO DE YUCATÁN, S.A. DE C.V. (XEUL-AM) MÉRIDA, YUCATÁN.
160. JOSÉ DE JESÚS PARTIDA VILLANUEVA (XHTX-TV) CHIAPAS.
161. XECJU-AM/XHECJU-FM PTO. VALLARTA, JALISCO.
162. XELD RADIO AUTLAN, S.A. DE C.V. AUTLÁN DE NAVARRO, JALISCO.
163. MILENIUM ORBITAL S.A. DE C.V. IXMIQUILPAN, HIDALGO.
164. CONGLOMERADO HOTELERO DE MÉXICO, S.A. DE C.V. ( XHAV-FM ) GUADALAJARA, JALISCO.
165. ADMINISTRADORA ARCANGE, S.A. DE C.V. XHLTN-FM TIJUANA B.C., XHOLA-FM PUEBLA, XEQOO-AM XEQOO-FM QUINTANA ROO, XHLL-FM SONORA, XHCC-FM COLIMA, XHRP-FM SALTILLO, XEDE-AM SALTILLO, XHEN-FM TORREÓN, XHMIG-FM SAN MIGUEL DE ALLENDE, XHOZ-FM QUERÉTARO.
166. COMPAÑÍA INTERNACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN S.A. ( XHTRES-TV ) MÉXICO, D.F.
167. IMAGEN TELECOMUNICACIONES, S.A. DE C.V. ( XEDA-FM ) ( XHDL-FM ) MÉXICO, D.F.

- 168.**IMAGEN MONTERREY, S.A. DE C.V. XHMN-FM MONTERREY, XHCMS-FM MEXICALI, XHSC-FM ZAPOPAN, JALISCO, XHCHI-FM SACRAMENTO, CHIHUAHUA, XHMDR-FM TAMPICO, XHTLN-FM NUEVO, LAREDO.
- 169.**EMISIONES RADIOFÓNICAS, S.A. DE C.V.
- 170.**GRUPO RADIAL SIETE, S.A. DE C.V.
- 171.**GRUPO NUEVA RADIO, S.A. DE C.V.
- 172.**(XHNQ-FM) ( XHSE-FM ) ACAPULCO, (XHPX-FM) CD. JUÁREZ, ( XHCT-FM ) ( XHVZ-FM ) CUERNAVACA, ( XHADA-FM ) ( XHENA-FM ) ENSENADA, ( XHVG-FA ) XHPF-AM ) XHJC-FM ) ( XEMX-AM ) MEXICALI, ( XHTIM-FM ) ( XHGLX-FM ) TIJUANA, ( XHMA-FM ) XHRO-FM GUADALAJARA, ( XEBH-AM ) XHBH-FM ) HERMOSILLO, ( XHSO-FM ) ( XHMD-FM ) LEÓN, ( XHMRA-FM ) MÉRIDA, ( XHMVS-FM ) ( XHEXA-FM ) MÉXICO, ( XHSR-FM ) ( XHSRO-FM ) MONTERREY, XHQT-FM ) ( XHNGS-FM ) NOGALES, XHOX-FM ) ( XHJT-FM ) TAMPICO, ( XHCJX-FM ) NAYARIT, ( XHPS-FM ) ( XHVE-FM ) VERACRUZ, ( XHOCL-FM ) TIJUANA.
- 173.**STELLA GENEROSA MEJIDO HERNÁNDEZ ( XHTIX-FM ) MORELOS.
- 174.**RADIO XEOF-AM GUANAJUATO.
- 175.**RADIODIFUSORAS DEL GALLO S.A. DE C.V. (XEOR-AM ) REYNOSA, TAMAULIPAS.
- 176.**RADIODIFUSORAS EL GALLO S.A. DE C.V. (XEO-AM ) MATAMOROS, TAMAULIPAS.
- 177.**SEÑAL 84, S.A. DE C.V. (XEFG-AM) CELAYA, GUANAJUATO.
- 178.**RADIO XHOZ-FM S.A. DE C.V. (XEZN-AM) (XHZN-FM) CELAYA, GUANAJUATO.
- 179.**CORPORADIO GAPE DE TAMAULIPAS, S.A. DE C.V. ( XEFD-AM ) RIO BRAVO, TAMAULIPAS.
- 180.**CORPORADIO GAPE DE TAMAULIPAS, S.A. DE C.V. ( XEOQ-AM ) RIO BRAVO, TAMAULIPAS.
- 181.**EMPRESA RADIODIFUSORA DE PUEBLA XEHR, S.A. DE C.V. ( XEHR-AM ) PUEBLA.
- 182.**XEPOP S.A. DE C.V. ( XEPOP-AM ) PUEBLA.
- 183.**SUPER SONIDO EN FRECUENCIA MODULADA, S.A. DE C.V. ( XHJE-FM ) PUEBLA.
- 184.**RADIO XHVP-FM S.A. DE C.V. ( XHVP-FM ) ATLIXCO, PUEBLA.
- 185.**AM DE TEHUACAN, S.A. DE C.V. ( XETE-AM ) TEHUACAN, PUEBLA.
- 186.**OPERADORA DE RADIO DE PUEBLA, S.A. DE C.V. ( XEPUE-AM ) PUEBLA.
- 187.**RADIO XHMAXX S.A. DE C.V. ( XHMAXX-FM ) SAN MARTIN TEXMELUCAN, PUEBLA.
- 188.**OPERADORA DE RADIO DE PUEBLA, S.A. DE C.V. ( XHNP-AM ) PUEBLA.
- 189.**HELD, RADIO AUTLAN S.A. DE C.V. ( XELD-AM ) AUTLAN DE NAVARRO, JALISCO.
- 190.**RADIO MILENIUM ORBITAL, S.A. DE C.V. ( XEQH-AM ) IXMIQUILPAN, HIDALGO.
- 191.**XHKR-FM.
- 192.**OPERADORA DE MEDIOS DEL PACIFICO, S.A. DE C.V. ( XEEJ-AM ) JALISCO, (XETD-AM ) ( XELH-AM ) NAYARIT.

- 193.** XEFS RADIO MATAMOROS 980 AM UZÚCAR DE MATAMOROS, PUEBLA.
- 194.** YOLANDA GONZÁLEZ MEZA (XEGX-AM) GUANAJUATO, (XEDZ-AM) (XHPG-FM) VERACRUZ.
- 195.** XEKN 720 AM HUETAMO, MICHOACÁN.
- 196.** NUEVA GENERACIÓN, S.A. HUAUCHINANGO, PUEBLA.
- 197.** REYNA IRAZÁBAL Y HERMANOS, S.A. DE C.V. (XEGI-AM) SAN LUIS POTOSÍ.
- 198.** RICARDO LEÓN GARZA LIMÓN (XGDNG-FM) (XESRD-AM) (XHSRD-FM) DURANGO, (XHCJZ-FM) (XHCPH-FM) CHIHUAHUA.
- 199.** COMPLEJO SATELITAL, S.A. DE C.V. ( XECE-AM ) XHCE-FM ) ( XECORO-AM ) XEYG-AM ) ( XEPNX-AM ) ( XHPNX-FM ) ( XEAH-AM ) ( XHAH-FM ) ( XETEK-AM ) ( XHTEKA-FM ) ( XEHL-AM ) ( XHHLL-FM ) OAXACA.
- 200.** COSMORRADIAL, S.A. DE C.V. ( XELTZ-AM ) ( XHLTZ-FM ) ( XEAGA-FM ) XHAGA-FM ) ( XEDC-AM ) ( XGDC-FM ) AGUASCALIENTES, ( XHZER-FM ) ZACATECAS, ( XHNNO-FM ) ( XHSAP-FM ) SONORA.
- 201.** TELE EMISORAS DEL SURESTE, S.A. DE C.V. ( XHTVL-TV ) TABASCO.
- 202.** COMUNICACIÓN DEL SURESTE, S.A. DE C.V. ( XHDY-TV ) CHIAPAS.
- 203.** COMUNICACIÓN DEL SURESTE S.A. DE C.V. ( XHGK-TV ) CHIAPAS.
- 204.** RADIO TELEVISIÓN MEXIQUENSE ESTADO DE MÉXICO.
- 205.** BAJA SATÉLITE Y SERVICIOS, S.A. DE C.V. ( XHBTJ-TV ) BAJA CALIFORNIA.
- 206.** RADIO PROMOTORA DE MEXICALI ( XEWV-FM ).
- 207.** RADIO SENSACIÓN DE TIJUANA XHMORE-FM).
- 208.** RADIO TIJUANA, S.A. ( XEBG-AM )
- 209.** RADIO OCHENTA, S.A. ( XESPN-AM ) BAJA CALIFORNIA.
- 210.** RADIO ENSENADA, S.A. ( XEDX-AM )
- 211.** RADIODIFUSORA CACHANILLA, S.A. DE C.V. ( XEMBC-AM ) BAJA CALIFORNIA.
- 212.** TELEVISORA POTOSINA, S.A. DE C.V. ( XHDE-TV ) SAN LUIS POTOSÍ.
- 213.** RADIO TEZIUTLAN, S.A. DE C.V. PUEBLA.
- 214.** XEACM-AM TABASCO.
- 215.** "TRIBUNA COMUNICACIÓN PUEBLA."
- 216.** TELEVISORA DEL VALLE DE MÉXICO, S.A. DE C.V. MÉXICO, D.F.
- 217.** TELEVISIÓN AZTECA, S.A. DE C.V.
- 218.** ULTRADIGITAL TULANCINGO, S.A. DE C.V. ( XHTNO-FM ) HIDALGO.
- 219.** RADIODIFUSIÓN DE XICOTEPEC, S.A. DE C.V. ( XEVJP-AM ) PUEBLA.

- 220.**IMER/XHUAR-FM, XELAC-AM, XERF-AM, XEB-AM, XEDTL-AM, XEMP-AM, XEQK-AM, XECAH-AM, XECHZ-AM, XEMIT-AM,XHIMR-FM, XHOF-FM, XHIMER-FM, XHYUC-FM, XHSCO-FM, XHUAN-FM Y XEFQ-AM
- 221.**TOTAL FM 99.1 JALISCO
- 222.**ÍA PERIODÍSTICA CRITERIOS, S.A. DE C.V./EL DIARIO DE COAHUILA.
- 223.**SISTEMA MICHOACANO DE RADIO Y TELEVISIÓN XHREL-FM, XEREL-AM, XHTZI-FM, XHHID-FM, XHJIQ-FM, XHDEN-FM, XHRUA-FM, XHZMA-FM, XHZIT-FM XHCAP-FM, XHDAD-FM, XHAMB-FM, XHAND-FM, ASÍ COMO DE LA PERMISIONARIAS PARA TELEVISIÓN CON SIGLAS XHMOR-TV.CANAL 2, XHAPA-TV, CANAL 4, XHMHG-TV, CANAL33, XHMIJ-TV, CANAL7, XHPMG-TV CANAL 10, XHLAM-TV 6,XHMPU-TV, CANAL 26, XHMTC-TV, CANAL 31, XHURU-TV, CANAL10, XHMZA-TV CANAL34, XHTZA-TV, CANAL 10, XHMZI-TV CANAL13.
- 224.**PUBLICIDAD POPULAR POTOSINA, S.A. / RADIO PANOTRÁMICA 1120 AM.
- 225.**TELEVISORA METROPOLITANA, S.A. DE C.V./ CANAL 22.
- 226.**ORGANISMO PROMOTOR DE MEDIOS AUDIOVISUALES.
- 227.**RADIODIFUSORA XHIDO-FM / SUPER STEREO DE TULA, S.S. DE C.V.
- 228.**PATRONADO PARA INSTALAR REPETIDORAS, CANALES DE TELEVISIÓN COATZACOALCOS, VER. A.C. XHCVP-TV CANAL 109.
- 229.**RADIO UNIVERSIDAD DE TLAXCALA / XHUTX \* 2 FOLIOS SG.
- 230.**RADIODINÁMICA DEL SURESTE, S.A. DE C.V. / XEKV-AM Y XHKV-FM.
- 231.**LA PRIMERISIMA, S.A. DE C.V. / XHSAV-FM.
- 232.**PUTLA RADIO DIFUSIÓN, S.A. DE C.V. / TPRENDE XEPOR-AM.
- 233.**RADIO IMPACTO, S.A. XEOL.
- 234.**J. JESÚS LIRA RIVERA / XHFN Y XEFN.
- 235.**JORGE RAFAEL CUEVAS RENAUD / XESJC-AM, XEPAB-AM, XELPZ-AM, XEHZ-AM, XHW-FM, XHPAL-FM, XHPAZ-FM, XHZPL-FM, XEVSD-AM, XELBC-AM, XESR-AM, XERLA-AM, XHGNS-FM, XHGNSB-FM, XEPAS-AM, XHPAS-FM, XEBAC-AM, XHANS-FM, XEBTS-AM, XHBTA-FM, XHSFP
- 236.**JESÚS MANUEL LÓPEZ CASTRO / RADIO ORGANIZACIÓN SALTILLO, S.A.
- 237.**ISMAEL ABELARDO RANGEL CALDERÓN / SEÑAL 84, S.A. DE C.V.
- 238.**GUILLERMO JESÚS VALERO HERNÁNDEZ / RADIO SANTA FE DE GUANAJUATO.
- 239.**MARIA CONCEPCIÓN RODRÍGUEZ MEDEL / RADIODIFUSORA DE PUEBLA XEHR, S.A. DE C.V.
- 240.**J. JESÚS LIRA RIVERA / XHFN - XEFN.
- 241.**RADIO RUIZ, S.A. DE C.V. / XESK-AM
- 242.**FRANCISCO JOSÉ NARVÁEZ RINCÓN / XEWM-AM Y XHWM-FM.
- 243.**RADIO KORITA DE NAYARIT, S.A. DE C.V. / XERK-AM.

244. RADIO TEPONAZTLI, RADIO UNIDO, RADIO OLIN (XHTR-FM, XEVHT-AM/XHVHT-FM, XEREC-AM/XHREC-FM).
245. RADIO ALTIPLANO, TLAXCALA.
246. PATRONATO PRO-TELEVISIÓN DE COZUMEL (XHCOZ-TV CANAL 5).
247. XEPOP PUEBLA, PUEBLA (MARÍA CONCEPCIÓN RODRÍGUEZ MEDEL).
248. XHVP-FM ATLIXCO, PUEBLA (MARÍA CONCEPCIÓN RODRÍGUEZ MEDEL).
249. AM DE TEHUACAN, PUEBLA (MARÍA CONCEPCIÓN RODRÍGUEZ MEDEL).
250. RADIO XHMAXX, SAN MARTÍN TEXMELUCA, PUEBLA (MARÍA CONCEPCIÓN RODRÍGUEZ MEDEL).
251. XHNP-FM PUEBLA, PUEBLA (MARÍA CONCEPCIÓN RODRÍGUEZ MEDEL).
252. XEPUE-AM PUEBLA, PUEBLA (MARÍA CONCEPCIÓN RODRÍGUEZ MEDEL).
253. SÚPER SONIDO EN FM, PUEBLA, PUEBLA (MARÍA CONCEPCIÓN RODRÍGUEZ MEDEL).
254. MULTIMEDIOS RADIO (XHCHA-FM CHIHUAHUA, XHCLO-FM MONCLOVA, XHCTO-FM TORREÓN, XHHPR-FM HIDALGO DEL PARRAL COAH., XHNLO-FM NUEVO LAREDO, XHNSP-FM SLP, XHTPO-FM TAMPICO, XHTRR-FM TORREÓN).
255. RADIO INFORMATIVA (XEAU-AM MTY, XHAW-FM MTY, XHCHH-FM CHIH, XHITS-FM MTY, XHJD-FM MYT, XHLRS-FM LINARES NL, XHPAG-FM MTY, XHRYS-FM REYNOSA).
256. LA VOZ DE LINARES (XELN-AM LINARES NL, XENL-AM MTY, XERG-AM MTY, XHAAA-FM REYNOSA, XHAHC-FM CHIH, XHCTC-FM CD CUAUHEMOC CHIH, XHFMTU-FM MTY, XHVTH-FM CD MADERO TAMS).
257. RADIO TRIUNFOS (XEJUA-AM CD JUAREZ, XET-AM MTY, XET-FM MTY, XHHIT-FM TECATE BC, XHPJ-FM MTY, XHQC-FM SALTILLO).
258. MULTIMEDIOS TELEVISIÓN (XHLGG-TV LEON GTO, XHNAT-TV NL TAMS, XHOAH-TV TORREON, XHTAO-TV TAMPICO, XHVTV-TV CD VICTORIA).
259. TELEVISIÓN DIGITAL (XHAW-TV MTY, XHSAW-TV SABINAS NL, XHVTV-TV MATAMOROS).
260. TRANSMISORA MONTERREY (XETKR-AM MTY).
261. RADIO CONTENIDOS (XEJM-AM MTY).
262. INTERAMERICANA DE RADIO (MARIO CÉSAR WILKINS ESTRADA).
263. MULTIMEDIA DEL SUR (XEVG-AM/XHVG-FM MERIDA YUC).
264. RADIO LA VERAZ (XEVZ-AM/XHEVZ-FM ACAYUCAN VER).
265. RADIO XHOZ-FM CELAYA GTO.
266. RADIO XEOF-AM CELAYA GTO.
267. RADIODIFUSORA XEMO-AM TJ BC.
268. TIJUANA FM XHTY-FM, TJ BC.
269. BROADCASTING BAJA CALIFORNIA XERCN-AM, TJ BC.

- 270.**BROADCASTING BAJA CALIFORNIA XHA-FM, TJ BC.
- 271.**RADIODIFUSORA XHFG-FM, TJ BC.
- 272.**RADIO FRONTERA DE COAH. (XHPNS-FM PIEDRAS NEGRAS).
- 273.**RADIO ZÓCALO (XHPC-FM PIEDRAS NEGRAS).
- 274.**RADIO MILLENIUM (XHCDU-FM CD ACUÑA COAH).
- 275.**RADIO CELEBRIDAD, S.A., XERPR-AM, TUXTLA GTZ, CHIAPAS; XEMK-AM, S.A. DE C.V., XEMK-AM, HUIXTLA, CHIAPAS, XHMK-FM, S.A. DE C.V., HUIXTLA, CHIAPAS; RADIO CARMEN, S. DE R.L., XEIT-MVXHIT-FM, CD. DEL CARMEN, CAMP.; XEMAB-AM, S.A. DE C.V., XEMAB-AMHMAB-FM, CD. DEL CARMEN, CAMP.; PUBLICIDAD RADIOFONICA DE LA LAGUNA, S.A. DE C.V.; XELZ-AM, XHLZ-FM, COAHUILA, COAH., CADENA REGIONAL RADIO FÓRMULA, S.A. DE C.V., XEQN-AM, COAHUILA, COAH., RADIO UNION TEXCOCO, S.A. DE C.V., XEUR-AM, DISTRITO FEDERAL, PUBLICIDAD COMERCIAL DE MEXICO, S.A. DE C.V., XECO-AM, DISTRITO FEDERAL, LA VOZ DE LA LAGUNA, S.A., XEBPAM XHBP-FM, GÓMEZ PALACIO, DGO., DIFUSORAS DEL NORTE, S.A., XEDNAM XHDN-FM, GÓMEZ PALACIO, DGO., RADIODIFUSORA XEGZ-AM, S.A. DE C.V., XEGZ-AM XHGZ-FM, GÓMEZ PALACIO, DGO., XEWF, S.A., XEWF-AM, ESTADO DE MEXICO, RADIO PUBLICIDAD LATINOAMERICANA, S.A. DE C.V., XEVOZ-AM, ESTADO DE MEXICO, ESTEREO RITMO, S.A., XHNS-FM, GUERRERO, XHPO-FM, S.A. DE C.V., XHPO-FM, GUERRERO, XEVP-AM, S.A. DE C.V., XHEVP-FM (CAMBIO DE FRECUENCIA), GUERRERO, RADIO MUNDO DE ACAPULCO, S.A. (XEACD-AM), XHACD-FM (CAMBIO DE FRECUENCIA), GUERRERO, RADIO CONCIERTO ACAPULCO, S.A., XHPA-FM, GUERRERO, XHNU-FM, S.A., XHNU-FM, GUERRERO, MEDIO RADIAL DEL PACIFICO, S.A. DE C.V. (XEKOK-AM), XHKOK-FM (CAMBIO DE FRECUENCIA), GUERRERO, RADIO MAR, S.A.(XEKJ-AN1), XHKJ-FM (CAMBIO DE FRECUENCIA), GUERRERO, XECI, S.A., XHCI-AM (CAMBIO DE FRECUENCIA), GUERRERO, MULTISTEREOFONICA, S.A. DE C.V., XHZIH-FM, GUERRERO, XEZJ-AM, S.A. DE C.V., XEZJ-AM, GUADALAJARA, RADIO INTEGRAL, S.A. DE CV., XEPJ-AM, GUADALAJARA, FRECUENCIA RADIOFONICA DE OCCIDENTE, S.A. DE C.V., XEHK-AM, GUADALAJARA, XHOJ-FM, S.A. DE C.V., XHOJ-AM, GUADALAJARA, XHQJ-FM, S.A. DE C.V., XHQJ-FM, GUADALAJARA, XEDK, S.A. DE C.V., XEDK-AM, GUADALAJARA, XEDKT-AM, S.A. DE C.V., XEDKT-AM, GUADALAJARA, RADIO UNIDO, S.A., XHRX-FM, GUADALAJARA, MEDIOS DE INFORMACION DE OCCIDENTE, S.A. DE C.V., XHGDA-FM, GUADALAJARA, XEIRG-AM, S.A. DE C.V., XHIRG-FM (CAMBIO DE FRECUENCIA), GUANAJUATO, XESAG-AM, S.A. DE C.V., XESAG-AM, GUANAJUATO, RADIO NOVA, S.A. DE C.V., XHNG-FM, MORELOS, ESTEREOPOLIS, S.A., XHTB-FM, MORELOS, RADIO UNION, S.A., XEJPA-AM, MORELOS, XHCU-FM, S.A. DE C.V., XHCU-FM, MORELOS, RADIO ELECTRONICA MEXICANA, S.A., XHCM-FM, MORELOS, NEGOCIOS MODERNOS, S DE R.L., XEASM-AM, MORELOS, XHSW-FM, S.A. DE C.V., XHSW-FM, MORELOS, SISTEMA RADIANTE XXI, S.A. DE C.V., HCMR-FM, CUAUTLA, MORELOS, XELCM, S.A. DE C.V., XELCM-AM, MICHOACAN, XEZAR, S. S. A. DE C.V., XEZAR-AM, PUEBLA, XETCP-AM, S.A. DE C.V., XETCP-AM, PUEBLA, RADIO ORIENTAL, S.A. DE C.V., XHTEU-FM, PUEBLA, XERTP, S.A. DE C.V., XERTP-AM, PUEBLA, PUE., XENAY, AM, S.A. DE C.V., XENAY-AM, PTO. VALLARTA, XEPVJ-AM, S.A. DE C.V., XEPVJ-AM, PTO. VALLARTA, INFORMACION RADIOFONICA, S.A., XEST-AM, XHST-FM, SINALOA, AUDIO PANORAMA, S.A., XHZS-FM, SINALOA, XERTP, S.A. DE C.V., XERTP-AM, SAN MARTÍN TEXMELUCAN, PUE., RADIO NAYARITA, S.A. DE C.V., XEZE-AM XHZE-FM, SANTIAGO

IXCUINTLA, NAY., GRUPO RADIALDE TAMPICO, S.A. DE C.V., XHHF-FM, TAMPICO, TAMPS., ESTEREO VIDA DE TAMPICO, S.A. DE C.V., XHMU-FM, TAMPICO, TAMPS., JUAN GUALBERTO GUERRA LUNA, XERP-AM, TAMPICO, TAMPS., MUSICA RADIOFONICA, S.A., XEOLA-AM, TAMPICO, TAMPS., RADIO TELEVISORA DE TAMPICO, S.A., XES-AM, TAMPICO, TAMPS., RADIO TRANSMISORA TAMAULIPECA, S.A., XERRT-AM, TAMPICO, TAMPS., XHRW-FM TAMPICO, S.A. DE C.V., XHRW-FM, TAMPICO TAMPS., RADIO TIEMPO, S.A. DE C.V., XETO-AM, TAMPICO, TAMPS., IMPULSORA MODERNA DEL RADIO, S.A. DE C.V., XETU-AM, TAMPICO, TAMPS. XEPAV-AM, S.A. DE C.V., XEPAV-AM, TAMPICO, TAMPS., COMERCIALIZADORA DE EVENTOS RADIOFÓNICOS, S.A. DE C.V., XEAR-AM, TAMPICO, TAMPS., XHPP-FM, S.A. DE C.V., XHPP-FM, TAMPICO, TAMPS., RADIO TOLUCA, S.A. DE C.V., XEQY-AM, TOLUCA, ALEJANDRO SOLIS BARRERA, XHCRA-FM, ALAMO TEMAPACHE, VER., RADIO TUXPAN, S.A. DE C.V., XETVR-AM, XHTVR-FM, TIERRA BLANCA, VER., XEBY, S.A. DE C.V., XHBY-FM (CAMBIO DE FRECUENCIA), TUXPAN, VER., XHTU-FM, S.A. DE C.V., XHTU-FM, TUXPAN, VER., RADIO CLUB, S.A., XHRRR-AM, PAPANTLA, DE OLARTE, VER., RADIO XEPW, S.A., XEPW-AM XHPW-FM, POZA RICA, VER., RADIO TAJÍN, S.A., XEPV-AM XHPV-FM, PAPANTLA DE OLARTE, VER., COMPAÑÍA RADIOFÓNICA DE POZA RICA, S.A., XEPR-AM XHPR-FM, LA GRANDEZA, VER., RADIO TROPICANA, S.A., XEJD-AM XHEJD-FM, POZA RICA, VER., XECOV-AM, S.A. DE C.V., XECOV-AM XHCOV-FM, POZA RICA, VER., XEQAA-AM, S.A. DE C.V., XEQAA-AM, (CAMBIO DE FRECUENCIA) XHQAA-FM, QUINTANA, ROO, XEZAZ-AM, S.A. DE C.V., XEZAZ-AM, XHZAZ-FM, ZACATECAS.

**276.**XHSD-FM HERMOSILLO SON.

**277.**ORGANIZACIÓN RADIO ORO, S.A. DE C.V./XHRS-FM, PUEBLA.

**278.**RADIO 88.8, S.A. DE C.V./XHM-FM, DISTRITO FEDERAL.

**279.**CORPORACIÓN RADIOFÓNICA DE PACHUCA, S.A. DE C.V./XEPK-AM, HIDALGO.

**280.**CORPORACIÓN RADIOFÓNICA DE TOLUCA, S.A. DE C.V./XHRJ-FM, ESTADO DE MÉXICO.

**281.**ESTEREO SAN LUIS, S.A. DE C.V./XHTL-FM, SAN LUÍS POTOSÍ.

**282.**FÓRMULA MELÓDICA, S.A. DE .C.V./XHDFM-FM, DISTRITO FEDERAL.

**283.**COLIMA FRECUENCIA MODULADA, S.A. DE C.V./XHCIA-FM, COLIMA.

**284.**RADIO XEOZ, S.A. DE C.V./XEOZ-AM, VERACRUZ.

**285.**RADIO VALLARTA, S.A. DE C.V./XEVAY-AM, JALISCO.

**286.**RADIO POBLANA, S.A. DE C.V./XEKIT-AM, PUEBLA.

**287.**RADIO ONDAS DE LOS TUXTLAS, S.A. DE C.V./XEDQ-AM, VERACRUZ.

**288.**RADIO MIL DEL PUERTO, S.A. DE C.V./XHCS-FM, VERACRUZ.

**289.**RADIO FRECUENCIA MODULADA, S.A. DE C.V./XHPOP-FM, DISTRITO FEDERAL

**290.**RADIO XEAGS. S.A. DE C.V./XEAGS-AM, GUERRERO

**291.**RADIO XHJHS, S.A. DE C.V./XHJHS-FM, QUERÉTARO

**292.**CARLOS DE JESUS QUIÑONES ARMENDARIZ/XEPB-AM

**293.**CARLOS DE JESUS QUIÑONES ARMENDARIZ / XEDL-AM

- 294.**CARLOS DE JESUS QUIÑONES ARMENDARIZ/XEVS-AM Y XHVS-FM
- 295.**CARLOS DE JESUS QUIÑONES ARMENDARIZ/XHGON-FM
- 296.**CARLOS DE JESUS QUIÑONES ARMENDARIZ/XEAB-AM
- 297.**PROMOTORA DE RADIO XHCMN-FM, S.A. DE C.V./ XHCMN-FM, DISTRITO FEDERAL
- 298.**RADIODIFUSORA ESTEREOFIEL, S.A. DE C.V./ XHMX-FM, DISTRITO FEDERAL
- 299.**MENSAJE RADIOFÓNICO, S.A. DE C.V./XELIA-AM, DISTRITO FEDERAL
- 300.**RADIO MIL DE VERACRUZ, S.A. DE C.V./XECSV-AM
- 301.**FANTASIA MUSICAL 58, S.A. DE C.V./XEHO-AM, DISTRITO FEDERAL
- 302.**VOZ DEL SUR, S.A. DE C.V./XHLI-FM, XELI-AM, DISTRITO FEDERAL
- 303.**PUBLICITAS, S.A./XEDA-AM, DISTRITO FEDERAL.
- 304.**COMUNICACIONES ALREY, S.A. DE C.V./XHMMO-FM, DISTRITO FEDERAL.
- 305.**RADIO PALACIOS, S.A. DE C.V./XEUK-AM, XEEZ-AM, XHCBR-FM, SONORA.
- 306.**AMPLITUDES Y FRECUENCIAS DE OCCIDENTE, S.A. DE C.V./XEXT-AM, NAYARIT.
- 307.**RADIO TESORO, S.A. DE C.V./XHZZZ-FM, COLIMA.
- 308.**CLAUDIA ELENA LIZÁRRAGA/XHNZI-FM, SONORA.
- 309.**RADIO XHVC-FM, S.A. DE C.V./XHVC-FM, PUEBLA.
- 310.**EMISORAS DEL NORTE, S.A. DE C.V./XEVM-AM, COAHUILA.
- 311.**GRUPO RADIODIGITAL SIGLO XXI, S.A. DE C.V./XEAA-AM, XEAZ-AM, BAJA CALIFORNIA, XEXV-AM, XHXV-FM, GUANAJUATO, XEKF-AM, GUERRERO, XEKB-AM, JALISCO, XEYK-AM, XERRF-AM, YUCATÁN.
- 312.**LUIS EDUARDO STEPHENS ZAVALA/XEUX-AM, NAYARIT
- 313.**RADIO AMISTAD DE SONORA, S.A. DE C.V./XEPS-AM, SONORA.
- 314.**RADIO ARMERÍA, S.A. DE C.V./XEMAX-AM, COLIMA.
- 315.**RADIO Y TELEVISIÓN DE COLIMA, S.A. DE C.V./XETTT-AM, COLIMA.
- 316.**XHTA, S.A. DE C.V./XHTA-FM, COAHUILA
- 317.**SUCESIÓN D EMODESTO ORTEGA SERRANO/XEDR-AM, XHDR-FM, SONORA
- 318.**XERL, SUCESORES DE J. ROBERTO LEVY, S.A. DE C.V./XERL-AM, COLIMA
- 319.**RADIODIFUSION MODERNA, S.A. DE C.V./XEZL-AM, VERACRUZ
- 320.**RADIODIFUSORAS CAPITAL, S.A. DE C.V./XEITE-AM, DISTRITO FEDERAL, XECH-AM, ESTADO DE MÉXICO, XECHH-AM, XHCHH-FM, GERRERO, XENA-AM, QUERÉTARO, XEHQ-AM, SONORA, XERV-AM, TABASCO
- 321.**XEIK, S.A. DE C.V./XEIK-AM, COAHUILA
- 322.**RADIO CENTINELA, S.A. DE C.V./ XER-AM LINARES, N.LK., Y XEAU-AM DE MONTERREY, N.L.

- 323.**RADIO TRANSMISORA DEL PACÍFICO, S.A. DE C.V./XEACA-AM, DE ACAPULCO, GRO.
- 324.**TRANSMISORA REGIONAL RADIO FORMULA, S.A., DE C.V./XEAGR-AM DE ACAPULCO, GRO., XHAGR-AM: ACAPULCO, GRO., XECAQ-AM DE CANCUN, Q-ROO., XHCAQ-FM DE CANCUN, Q-ROO, XEAHGR-AM DE VILLA HERMOSA, TAB., XEIZ-AM DE MONTERREY, N.L., XEKAM-AM DE TIJUANA, B.C., XEOM-AM DE COATZACOALCOS, VER., XEXK-AM DE POZA RICA, VER, XEZ-AM DE MERIDA, YUC., XEAVR-AM DE ALVARADO, VER.
- 325.**RADIO FORMULA DEL NORTE, S.A., DE C.V./XENLT-AM DE NUEVO LAREDO, TAMPS.
- 326.**MULTIMEDIA DEL SUR, S.A., DE C.V./XEVG-AM Y XHVG-FM DE MÉRIDA, YUC.
- 327.**CADENA REGIONAL RADIO FORMULA, S.A. DE C.V./XEACN-AM DE LEÓN, GTO., XEE-AM DE DURANGO, DGO., XHE-FM DE DURANGO, DGO.,XEGAJ-AM DE GUADALAJARA, JAL., XEJX-AM DE QUERÉTARO, QRO., XERW-AM DE LEÓN, GTO.,XEQN-AM DE TORREÓN, COAH., XETF-AM DE VERACRUZ, VER., XEYF-AM DE HERMOSILLO, SON., XHCVC-FM DE CUERNAVACA, MOR.
- 328.**FÓRMULA RADIOFÓNICA, S.A., DE C.V./XEACE-AM DE MAZATLÁN, SIN., XEACH-AM DE GUADALUPE, N.L., XEBON-AM DE GUADALAJARA, JAL., XEDKN-AM DE GUADALAJARA, JAL., XEEX-AM DE CULIACÁN, SIN., XEHF-AM DE NOGALES, SON., XEMON-AM DE GUADALUPE, N.L., XEMTS-AM DE TAMPICO, TAMPS., XERM-AM DE MEXICALI, B.C., XESMR-AM DE SAN LUIS POTOSÍ, S.L.P., XEV-AM DE CHIHUAHUA, CHIH., XEYC-AM DE CD. JUÁREZ, CHIH., XENT-AM DE LA PAZ, B.C.S.
- 329.**RADIO UNO FM, S.A./XEDF-FM DE MÉXICO, D.F.
- 330.**LA B GRANDE FM, S.A./XERFR-FM DE MÉXICO, D.F.
- 331.**LA B GRANDE FM, S.A./XEAI-AM DE MÉXICO, D.F.
- 332.**RADIO ORO, S.A., DE C.V./XEDF-AM DE MÉXICO, D.F.
- 333.**PEGASO RADIOCOMUNICACIONES, S.A., DE C.V./XEZHO-AM, DE ZIHUATANEJO, GRO.
- 334.**RADIO UNO, S.A./XERFR-AM DE MÉXICO, D.F.
- 335.**RADIODIFUSORA COMERCIAL X.E.A.Z. 720 AM DE SAN JUAN DE LOS LAGOS, JALISCO.
- 336.**XEID RADIO COMUNICACIÓN DE ALAMO, S.A., DE C.V.
- 337.**RADIO XEVILL, S.A. DE C.V./XEVILL-AM (650 KHZ.) DE LA CIUDAD DE VILLAHERMOSA, TABASCO.
- 338.**RADIO CANCÚN, S.A. DE C.V./XHROO FM 95.3.
- 339.**STEREO MAYA, S.A., DE C.V./XHGL FM 97.7.
- 340.**TELEVISORA DE YUCATÁN, S.A. DE C.V./XHXY-TV CANAL 2.
- 341.**TELEVISORA DE CANCÚN, S.A. DE C.V./XHCCU-TV CANAL 13.
- 342.**RADIO CAMPECHE, S.A. DE C.V./XECAM-AM 1280 Y XHCAM FM 98.9.
- 343.**LA VOZ DE QUINTANA ROO, S.A. DE C.V./ XEROO AM 960.
- 344.**RADIO INTEGRAL, S.A. DE C.V./XHMT-FM 98.5.
- 345.**RADIO INTEGRAL, S.A. DE C.V./XHYU-FM 100.1.

- 346.**RADIO FORTÍN, S.A./XEKG-AM EN EL ESTADO DE VERACRUZ.
- 347.**COMUNICACIÓN XERSA, S.A. DE C.V./XETRA-FM DE TIJUANA B.C., XHRM-FM DE TIJUANA B.C., Y XHITZ-FM DE TIJUANA, B.C.
- 348.**XEVC, S.A./XEVC-AM EN EL ESTADO DE VERACRUZ.
- 349.**PROMOTORES DE RADIO, S.A./XEZU-AM UBICADA EN ZACAU, MICH.
- 350.**MULTIMEDIA DE SAN LUIS, S.A., DE C.V./XERASA-AM, UBICADA EN SAN LUIS POTOSÍ, S.L.P.
- 351.**RADIO LA BARCA, S.A./XELB-AM, UBICADA EN JAMAY, JAL.
- 352.**TELEVISORA XHBO, S.A. DE C.V.
- 353.**COMUNICACIÓN 2000, S.A. DE C.V./XHSLV-7
- 354.**RADIODIFUSORAS EL GALLO, S.A. DE C.V.
- 355.**RADIODIFUSORA COMERCIAL X.E.Z.K. 550 AM DE TEPATITLÁN DE MORELOS, JALISCO.
- 356.**CORPORADIO GAPE DE TAMAULIPAS, S.A. DE C.V.
- 357.**RADIO FRONTERA DEL SURESTE, S.A. DE C.V./XEFRT-AM, EN EL EDO. DE CHIAPAS.
- 358.**ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA, S.A. DE C.V./XECZ-AM, EN EL ESTADO DE S.L.P.
- 359.**RADIO PANZACOLA, S.A./XEEG-AM, EN EL EDO. DE PUEBLA.
- 360.**RADIO MIL CHIAPAS, S.A. DE C.V./XETAC-AM YXHTAC-FM EN EL ESTADO DE CHIAPAS.
- 361.**MÉXICO RADIO S.A. DE C.V./XEABC-AM MEXICO, XEVOX-AM SINALOA, XENX-AM SINALOA, XEABCJ-AM JALISCO, XEAV-AM JALISCO, XEQG-AM QUERÉTARO, XEZUM-AM GUERRERO, XEXC-AM GUERRERO, XHIGA-FM GUERRERO, XHTXO-FM GUERRERO, XETOT-AM TAMAULIPAS, XEMMM-AM BAJA CALIFORNIA, XE11-1-AM VERACRUZ.
- 362.**X.E.F.N., S.A./XEFN-AM, UBICADA EN URUAPAN, MICH.
- 363.**LARIS HERMANOS, S.A./XELQ-AM, UBICADA EN MORELIA, MICH.
- 364.**JOSEFINA RODRÍGUEZ MÉNDEZ,/XEATM-AM, UBICADA EN MORELIA, MICH.
- 365.**MANUEL FLORES Y CÍA., S. EN N.C./XECJ-AM, UBICADA EN APATZINGÁN, MICH.
- 366.**LY, S.A./XELY-AM, UBICADA EN MORELIA, MICH.
- 367.**OPERADORA DEL VALLE ALTO, S.A. DE C.V./XETOL-AM DE LA CIUDAD DE TOLUCA, EDO. DE MÉXICO.
- 368.**RADIO XHENO, S.A. DE C.V./XHENO-FM DE LA CIUDAD DE TOLUCA, EDO. DE MÉXICO.
- 369.**RADIO XHRH-FM, S.A. DE C.V./XHRH-FM DE LA CIUDAD DE PUEBLA, PUEBLA.
- 370.**RED CENTRAL RADIOFÓNICA, S.A. DE C.V./XERD-AM, COMBO XHRD-FM DE LA CIUDAD DE PACHUCA, HGO.
- 371.**XHRC-FM, S.A. DE C.V./XHRC-FM DE LA CIUDAD DE PUEBLA, PUEBLA.
- 372.** RADIO PARAÍSO, S.A., DE C.V./XEMAR-AM, COMBO XHMAR-FM DE LA CIUDAD DE ACAPULCO, GRO.

- 373.**RADIO ALAR, S.A., DE C.V./XHCLI-FM DE LA CIUDAD DE CULIACÁN, SINALOA.
- 374.**RADIO INTEGRAL, S.A. DE C.V. /XERE-AM (920 KHZ.) COMBO XHRE-FM DE LA CIUDAD DE CELAYA, GUANAJUATO; XHITO-FM (106.3 MHZ.) Y XHJTA-FM (94.3 MHZ.) DE LA CIUDAD DE IRAPUATO, GUANAJUATO; XEXF-AM (1140 KHZ.) Y XHPQ-FM (97.5 MHZ.) DE LA CIUDAD DE LEÓN, GUANAJUATO; XEMM-AM (960 KHZ.) Y XHMO-FM (93.9 MHZ.) DE LA CIUDAD DE MORELIA, MICHOACÁN; XEGV-AM (1120 KHZ.) Y XHQTO- FM (97.9 MHZ.) DE LA CIUDAD DE QUERÉTARO, QUERÉTARO; XEBB-AM (600 KHZ.) COMBO XHBB-FM Y XHAGE-FM (102.3 MHZ.) DE LA CIUDAD DE ACAPULCO, GUERRERO; XECOC-AM (1430 MHZ.) DE LA CIUDAD DE COLIMA, COLIMA; XHPI-FM (93.1 MHZ.) Y XEMIA-AM (850 KHZ.) DE LA CIUDAD DE GUADALAJARA, JALISCO; XHME-FM (89.5 MHZ) DE LA CIUDAD DE PUERTO VALLARTA, JALISCO; XEFR-AM (1180 KHZ.), XEL-AM (1260 KHZ.) Y XHSH-FM (95.3 MHZ.) DE LA CIUDAD DE MÉXICO, DISTRITO FEDERAL, XHCNA-FM (100.1 MHZ.) Y XEVQ-AM (830 KHZ.) DE LA CIUDAD DE CULIACÁN, SINALOA; XHMAT-FM (99.5 MHZ.) DE LA CIUDAD DE MAZATLÁN, SINALOA; XEOK-AM (900 MHZ.) DE LA CIUDAD DE MONTERREY, NUEVO LEÓN; XHNB-FM (95.3 MHZ.) Y XHQK-FM (98.5 MHZ.) DE LA CIUDAD DE SAN LUIS POTOSÍ, SAN LUIS POTOSÍ; XHUSS-FM (92.3 MHZ.), XEDM-AM (1580 KHZ.) Y XEFEM-AM (1170 MHZ.) DE LA CIUDAD DE HERMOSILLO, SONORA; XEYI-AM (580 KHZ.) COMBO XHYI-FM DE LA CIUDAD DE CANCÚN, QUINTANA ROO; XHNE-FM (100.1 MHZ.) Y XHOM-FM (107.5 MHZ.) DE LA CIUDAD DE COATZACOALCOS, VERACRUZ; XEPP-AM (1190 KHZ.) COMBO XHPP-FM DE LA CIUDAD DE ORIZABA, VERACRUZ; XH -FM (89.7 ) DE LA CIUDAD DE OAXACA, OAX. XEIL-AF DE LA CIUDAD DE VERACRUZ, VERACRUZ, XHOP-FM Y XHSAT-FM DE LA CIUDAD DE VILLAHERMOSA, TABASCO.
- 375.**RADIO XEIU, S.A. DE C.V./XEIU-AM COMBO XHIU-FM DE LA CIUDAD DE OAXACA, OAX.
- 376.**XHPVA-FM DE LA CIUDAD DE PUERTO VALLARTA, JALISCO.
- 377.**RADIO CENTRAL, S.A. DE C.V./XEBI-AM Y XHBI-FM, RADIO SAN MARCOS, S.A. DE C.V., CONCESIONARIA DE XERO-AM Y XHRO-FM, SOLASOL, S.A. DE C.V., CONCESIONARIA DE XEUVA-AM Y XHUVA-FM, SÚPER FM, S.A. DE C.V., CONCESIONARIA DE XHUZ-FM, ENERGÍA DIGITAL, S.A. DE C.V., CONCESIONARIA DE XHUNO-FM, RADIO Y PUBLICIDAD DE AGUASCALIENTES, S.A. DE C.V., CONCESIONARIA DE LA ESTACIÓN XEYZ-FM Y XHYZ-FM DE AGUASCALIENTES , AGS.; COMPAÑÍA CAMPECHANA DE RADIO, S.A. DE C.V., CONCESIONARIA DE XERAC-AM Y XHRAC-FM, RADIO AMIGA, S.A., CONCESIONARIA DE XHMI-FM, RADIORAMA DEL SURESTE, S.A. DE C.V., CONCESIONARIA DE XEA-AM Y XHAC-FM DE SAN FRANCISCO DE CAMPECHE, CAMP.; RADIO PALIZADA, S.A., CONCESIONARIA DE XETH-AM Y XHTH-FM DE PALIZADA, CAMPS.; RADIO ESCÁRCEGA, S.A., CONCESIONARIA DE XEESC-AM DE ESCÁRCEGA, CAMP.; RADIO COMERCIAL DE CAMPECHE, S.A., CONCESIONARIA DE XESE-AM DE CHAMPOTÓN, CAMPS.; RADIO CAJEME, S.A. DE C.V., CONCESIONARIA DE XEOX-AM Y XHOX-FM, ORGANIZACIÓN SONORA, S.A. DE C.V., CONCESIONARIA DE XEOS-AM, XEHX, S.A. DE C.V., CONCESIONARIA DE XEHX-AM DE CIUDAD OBREGÓN, SON.; LUIS FELIPE GARCÍA DE LEÓN MARTÍNEZ, CONCESIONARIO DE XHVJS-FM DE VILLA JUÁREZ, SON.; DIFUSORAS DE DURANGO, S.A. DE C.V., CONCESIONARIA DE XECK-AM Y XHCK-FM, TV DIEZ DURANGO, S.A. DE C.V., CONCESIONARIA DE XHA-TV DE DURANGO, DGO.; ORGANIZACIÓN RADIOFÓNICA DE ACAMBARO, S.A. DE C.V., CONCESIONARIA DE XEAK-AM, XEVW-AM Y XHVW-FM DE ACAMBARO, GTO.; FRANCISCO ANTONIO MUÑOZ MUÑOZ, CONCESIONARIO DE XEFAMA-AM



CONCESIONARIA DE XHMORE-FM DE TIJUANA, B.C.; RADIO PROMOTORA DE MEXICALI, S.A., CONCESIONARIA DE XEWV-FM DE MEXICALI, B.C.; MARIO ENRIQUE MAYANS CONCHA, CONCESIONARIO DE XHBJ-TV DE TIJUANA, B.C.; RADIO CARMEN, S. DE R. L., CONCESIONARIA DE XEIT-AM Y XHIT-FM CIUDAD DEL CARMEN, CAMP., RAÚL EDUARDO MARTÍNEZ RAMÓN, CONCESIONARIO DE XHTF-FM DE MONCLOVA, COAH.; SUCESIÓN DE JOSÉ ISMAEL ALVARADO ROBLES, CONCESIONARIA DE XEQZ-AM DE SAN JUAN DE LOS LAGOS, JAL., Y XEZX-AM DE TEPATILÁN, JAL.; SUCESIÓN DE FRANCISCO VIDAL ESQUER, CONCESIONARIA DE XEXN-AM DE URES, SON.; JESÚS ÁVILA FEMAT, CONCESIONARIO DE XEXM-AM DE JEREZ DE GARCÍA SALINAS, ZAC.

- 378.** RADIO XEFIL, S.A. DE C.V./XEFIL-AM UBICACIÓN EN MAZATLÁN, SINALOA.
- 379.** IMPULSORA DE FRECUENCIA MODULADA, S.A. DE C.V./XHLS-FM, UBICACIÓN EN GUADALAJARA, JALISCO.
- 380.** SISTEMA DE RADIO Y TELEVISIÓN, S.A. DE C.V./XEZOL-AM, UBICACIÓN EN CIUDAD JUÁREZ, CHIHUAHUA.
- 381.** FRECUENCIA MODULADA DE OCCIDENTE, S.A. DE C.V./XHRA-FM, UBICACIÓN EN GUADALAJARA, JAL.
- 382.** RADIO ESTEREO XHH-FM, S.A. DE C.V./XHH-FM, UBICACIÓN EN CIUDAD JUÁREZ, CHIHUAHUA.
- 383.** RADIO INTERNACIONAL DE MÉXICO, S.A., DE C.V./XEWV-AM, UBICACIÓN EN CIUDAD JUÁREZ, CHIHUAHUA.
- 384.** RADIOFÓNICA XEBW DEL NORTE, S.A., DE C.V./XEBW-AM, UBICACIÓN EN CHIHUAHUA, CHIHUAHUA.
- 385.** RADIO XEVU, S.A. DE C.V./XEVU-AM Y XHVU-FM, UBICACIÓN EN MAZATLÁN, SINALOA.
- 386.** PEDRO BOONE MENCHACA/XEWU-AM, UBICACIÓN EN MATEHUALA, SAN LUIS POTOSÍ.
- 387.** RADIO XHGU, S.A. DE C.V./XHGU-FM, UBICACIÓN EN CIUDAD JUÁREZ, CHIHUAHUA.
- 388.** RADIO IMPULSORA DE OCCIDENTE, S.A. DE C.V./XESP-AM, UBICACIÓN EN SAN PEDRO TLAQUEPAQUE, JALISCO.
- 389.** RADIO VIDEO DE LA FRONTERA, S.A., DE C.V./XEJPV-AM, UBICACIÓN EN CIUDAD JUÁREZ, CHIHUAHUA.
- 390.** CONSORCIO TELERADIAL DEL NORTE, S.A. DE C.V./XEFV-AM, UBICACIÓN EN CIUDAD JUÁREZ, CHIHUAHUA.
- 391.** RICARDO BOONE MENCHACA/XEFF-AM, UBICACIÓN EN MATEHUALA, SAN LUIS POTOSÍ.
- 392.** SERGIO UGALDE DÍAZ/XEBU-AM, UBICACIÓN EN CHIHUAHUA, CHIHUAHUA.
- 393.** JOSÉ LUIS BOONE MENCHACA/XEF-AM, UBICACIÓN EN CIUDAD JUÁREZ, CHIHUAHUA.
- 394.** RADIO XEQD, S.A. DE C.V./XEQD-AM, UBICACIÓN EN CHIHUAHUA, CHIHUAHUA.
- 395.** ONCE TV MÉXICO.
- 396.** TELE-EMISORAS DEL SURESTE, S.A., DE C.V./XHTOE-TV CANAL 12 EN TENOSIQUE, TABASCO.

- 397.**DIRECCIÓN GENERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DE HIDALGO/XHAMH-TV CANAL 6, XHMOH-TV CANAL 7, XHPFH-TV CANAL 6, XHTDA-TV CANAL 10 Y XHZAH-TV CANAL 5.
- 398.**DIRECCIÓN GENERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DE HIDALGO/XHPAH-TV CANAL 3, XHTOV-TV CANAL 6 (+), XHTUH-TV CANAL 6, XHIXM-TV CANAL 7, XHHUH-TV CANAL 13 Y XHTHI-TV CANAL 8.
- 399.**DIRECCIÓN GENERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DE HIDALGO/XHACT-FM, XEHGO-AM, XEHUI-AM, XHD-FM, XEZG-AM, XEAWL-AM, XHBCD-FM, XEPEC-AM, XEIND-AM Y XHLLV-FM.
- 400.**O.P.D. RADIO Y TELEVISIÓN DE GUERRERO.
- 401.**FOMENTO RADIOFÓNICO DEL BAJIO, S.A. / XEZH-AM.
- 402.**RADIOTEC TIJUANA / XHITT.
- 403.**RADIO ZACATECAS / XHZH-FM.
- 404.**FOMENTO CULTURAL Y EDUCATIVO / XHFCE-FM.
- 405.**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SAN LUIS POTOSÍ / XEXQ-AM Y XHUSP-FM
- 406.**SISTEMA MORELENSE DE RADIO Y TELEVISIÓN.
- 407.**TELEVISIÓN LA PAZ, S.A. DE C.V.
- 408.**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA SUR.
- 409.**CABO MIL, S.A. DE C.V.
- 410.**LA ONDA DEL MAR, S.A. DE C.V.;
- 411.**RADIO INTEGRAL, S.A. DE C.V.;
- 412.**XHECO-FM, S.A. DE C.V.;
- 413.**XHTY-FM, S.A. DE C.V.;
- 414.**SILVIA EVANGELINA GODOY CÁRDENAS.
- 415.**UNIVERSIDAD DE COLIMA.
- 416.**SERVICIOS PUBLICITARIOS DE CUAUHTÉMOC, S.A.;
- 417.**AUDIO GRABACIONES BELMONT DE CUAUHTÉMOC, S.A. DE C.V.;
- 418.**RADIO CASAS GRANDES, S.A.;
- 419.**SABE DIGITAL, S.A. DE C.V.
- 420.**SISTEMA REGIONAL DE TELEVISIÓN, A.C.
- 421.**EL VOCERO DEL NORTE, S.A.;
- 422.**RADIODIFUSORAS UNIDAS DE CHIHUAHUA, S.A.;
- 423.**XEHES-AM, S.A. DE C.V.;
- 424.**RED NACIONAL RADIOEMISORA, S.A.;
- 425.**DIFUSORAS DE CHIHUAHUA S.A. DE C.V.;

- 426.IMPULSORA DE RADIO CHIHUAHUA S.A.;
- 427.XHUA-FM S.A. DE C.V.
- 428.ANA CRISTINA PELAEZ DOMÍNGUEZ.
- 429.RADIO ORIZABA, S.A.
- 430.XEOV, S.A.
- 431.UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA.
- 432.GOBIERNO DEL ESTADO DE SAN LUIS POTOSÍ.
- 433.PROMOTORA DE RADIO XHCMN-FM, S.A. DE C.V.
- 434.CANAL 1190 S.A. DE C.V.
- 435.LA VOZ DE NORTEAMÉRICA S.A. DE C.V.
- 436.FRECUENCIA MODULADA MONTERREY, S.A. DE C.V.
- 437.RADIO LAREDO S.A. DE C.V.
- 438.UNIVERSIDAD DE NUEVO LEÓN
- 439.UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CAMPECHE.
- 440.GOBIERNO DEL ESTADO DE CAMPECHE.
- 441.UNIVERSIDAD DE SONORA.

#### **Instituciones públicas y organizaciones especializadas**

1. Universidad Nacional Autónoma de México.
  2. Universidad Autónoma Metropolitana.
  3. Instituto Politécnico Nacional
  4. Comisión de Radio y Televisión y Cinematografía de la Cámara de Diputados.
  5. Dirección de Televisión Educativa de la SEP.
  6. Subsecretaría de Normatividad de Medios de la SEGOB.
  7. Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.
  8. Asociación Mexicana de Derecho a la Información .
- Canal Judicial.

#### **Ciudadanos independientes**

1. Alejandro Romero Millán - Romero y asociados Abogados.
2. Centro de Estudios y Servicios Constitucionales y Electorales, S.C.
3. Gerardo Fernández Gavito.
4. Guillermo Montero Amerena.
5. Ing. David Muñoz Gardea.
6. Instituto del Derecho de las Telecomunicaciones.
7. Jimena Andrea Estrada Jiménez.

8. María Belén Ramona Carralero González.
9. Mtro. Heriberto Vázquez Muñoz.

**CUESTIONARIO, BASE DE LA CONSULTA.**

**Para la consulta, el Instituto Federal Electoral distribuyó a todos y cada uno de los concesionarios y permisionarios del país, el siguiente cuestionario:**

**Con respecto a la disminución de plazos**

1. Describa de manera exhaustiva los procesos que la estación concesionada o permisionada que usted representa sigue para transmitir un promocional (*spot*) de manera ordinaria. Para ello, se le solicita incluir:
  - a. Cada proceso realizado desde que se recibe un promocional de un particular u órgano del Estado.
  - b. Un aproximado de tiempo (horas, minutos) para desahogar cada proceso enunciado.
  - c. De ser el caso, el número de personas que intervienen en cada proceso, o bien, los dispositivos tecnológicos con los que se desarrolla el proceso.
  - d. Señale ¿cuántas y cuáles unidades administrativas, jurídicas y/o técnicas intervienen en la operación del proceso de recepción – transmisión de promocionales, ya sea de carácter privado o de instituciones del Estado mexicano?
  - e. Acompañe cada detalle de los elementos técnicos a este respecto.
2. Señale ¿cuál es el tiempo mínimo posible en la concesionaria/permisionaria a su cargo para transmitir un promocional, tomando en cuenta el tiempo que transcurre desde que se recibe el promocional, ya sea de carácter privado o de instituciones del Estado mexicano? Explique las razones técnicas y/o jurídicas por las cuáles se toma ese tiempo.
3. Señale si los tiempos de transmisión de materiales a que se refiere la propuesta que se pone a su consideración son plausibles, en caso de que en su opinión no sea así, mencione las restricciones o imposibilidades técnicas y materiales que le impedirían cumplir con el plazo de los tres y dos días hábiles para transmitir promocionales ordenados por el IFE, proporcionando los elementos técnicos que sustenten su dicho.
4. Informe, con base en los planes comerciales o mecanismos formales de ventas de la concesionaria/permisionaria a su cargo, cuáles son los plazos de inserción o sustitución de promocionales.
5. Indique cuál es el volumen máximo de promocionales distintos que la concesionaria/permisionaria a su cargo transmite en un día típico, incluyendo aquellos de carácter privado y de instituciones del Estado mexicano.

6. En el supuesto de que la concesionaria/permisionaria a su cargo esté en condiciones de cumplir con el plazo de los tres y dos días hábiles para transmitir promocionales ordenados por el IFE, a que hace referencia el proyecto que se pone a su consideración, señale que elementos mínimos necesarios requiere para poder hacer más eficiente la transmisión (e.g. número de órdenes de transmisión por semana, formatos de entrega de promocionales, formato de entrega de órdenes de transmisión, etc.).

**Con respecto a los mecanismos de entrega de órdenes de transmisión**

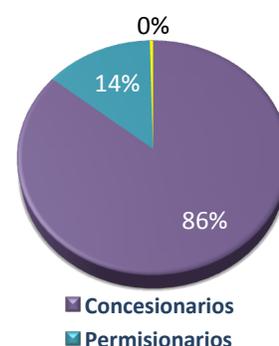
1. Actualmente, ¿cuál es la modalidad por la que le entregan promocionales los particulares o personas morales que contratan espacios en la pauta comercial de su concesionario/permisionario o las instituciones del Estado mexicano para ser transmitidos en tiempos comerciales o tiempos del Estado? Detalle el mecanismo (e.g. entrega directa en domicilio, servicios de mensajería física, portales de *internet*, vía satelital, etc.). Si la concesionaria o permisionaria a su cargo recibe o distribuye promocionales vía electrónica (*internet*) o a través de un satélite, explique el proceso que sigue al respecto.
2. Mencione las razones, restricciones o imposibilidades técnicas y materiales que le impedirían recibir promocionales del IFE vía electrónica (*internet*) y/o satelital.
3. Manifieste los comentarios que considere pertinentes respecto del hecho de que las modalidades alternativas de entrega a que se refiere el proyecto que se pone a su consideración, sean optativas, en el sentido de que las mismas posibiliten o no, el desarrollo un mecanismo óptimo para facilitar el cumplimiento de las obligaciones que impone la legislación electoral.

**EL PROCESO DE LA CONSULTA. INTERACCIÓN ENTRE EL IFE Y LOS PERMISIONARIOS Y CONCESIONARIOS.**

- El Instituto Federal Electoral consultó a 1886 concesionarios y permisionarios que representan a 2319 emisoras de todo el país.
- Recibió respuesta de 493 concesionarios y permisionarios.
- De los 493 concesionarios y permisionarios que respondieron, no todos se pronunciaron sobre el cuestionario.
- Además, en varios de los cuestionarios no se pronunciaron respecto a algunas preguntas. Por ello, los datos estadísticos que mostramos a continuación, están basados únicamente en los pronunciamientos explícitos por pregunta y, por ende, el universo total puede variar de un gráfico a otro.

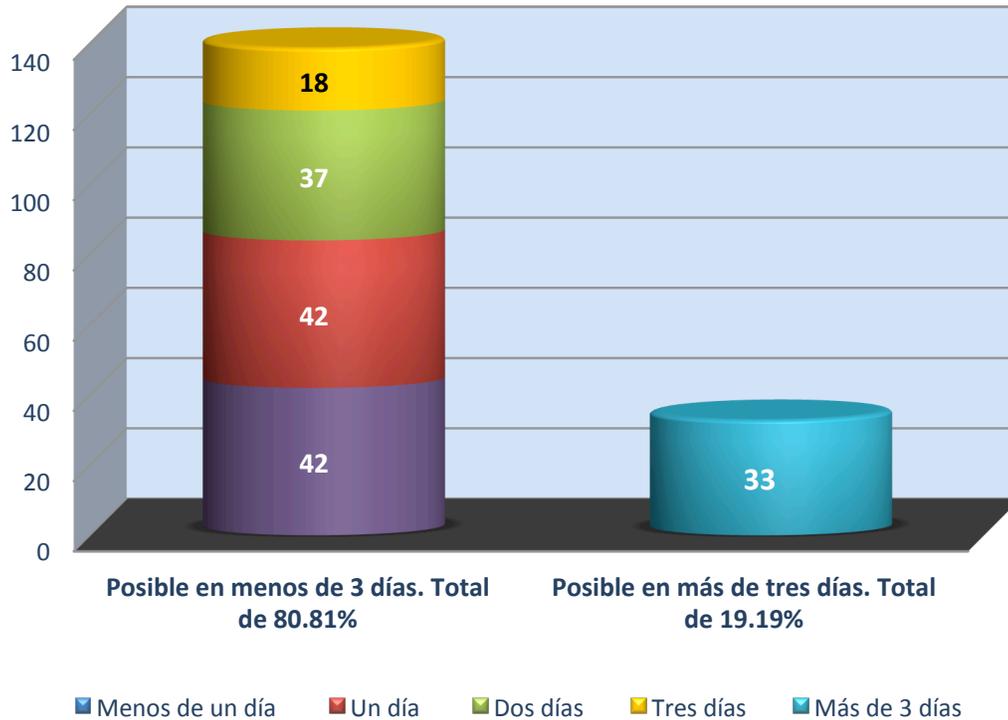
Consulta	Opción	Cantidad	% de respuesta
2. ¿Cómo se recibió la respuesta?	Por correo electrónico	124	25.15
	Por oficio	364	73.83
	Ambos	5	1.01
3. Indique si la respuesta fue recibida dentro del plazo otorgado o fuera de éste.	En tiempo	486	98.58
	Extemporánea	7	1.42

Consulta	Opción	Cantidad	% de respuesta
4. ¿Se trata de un concesionario o permisionario?	Concesionario	423	85.80
	Permisionario	68	13.79
	No sabe	2	0.41

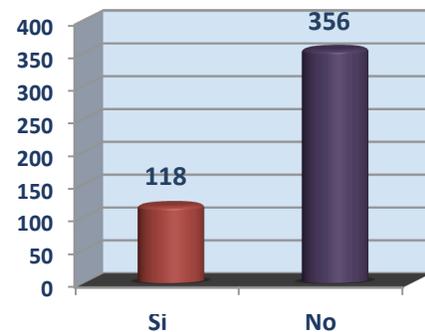


Consulta	Opción	Cantidad	% de respuesta
6. ¿Cuál es el tiempo mínimo posible en la concesionaria/permisionaria a su cargo para transmitir un promocional, tomando en cuenta el tiempo que transcurre desde que se recibe el promocional, ya sea de carácter privado o de instituciones del Estado mexicano?	Menos de un día	42	24.42
	Un día	42	24.42
	Dos días	37	21.51
	Tres días	18	10.46
	Mayor a tres días	33	19.19

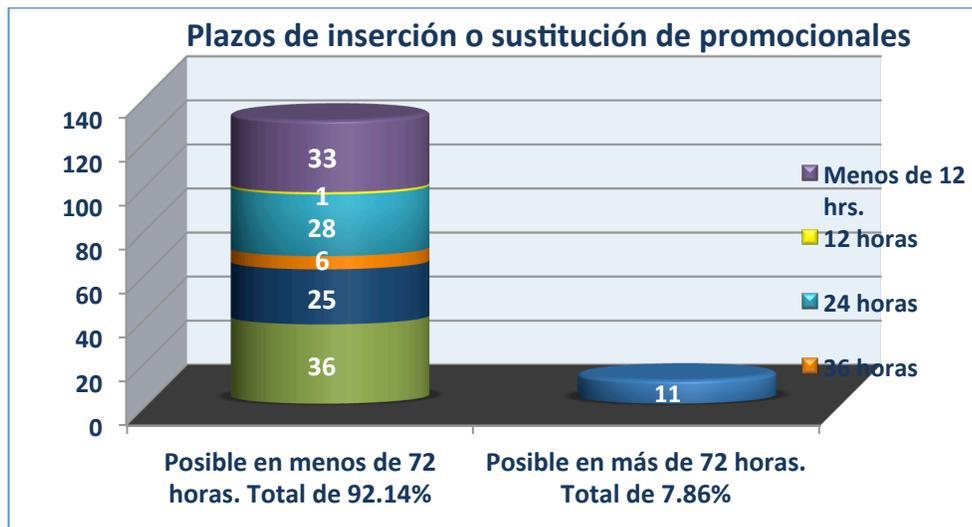
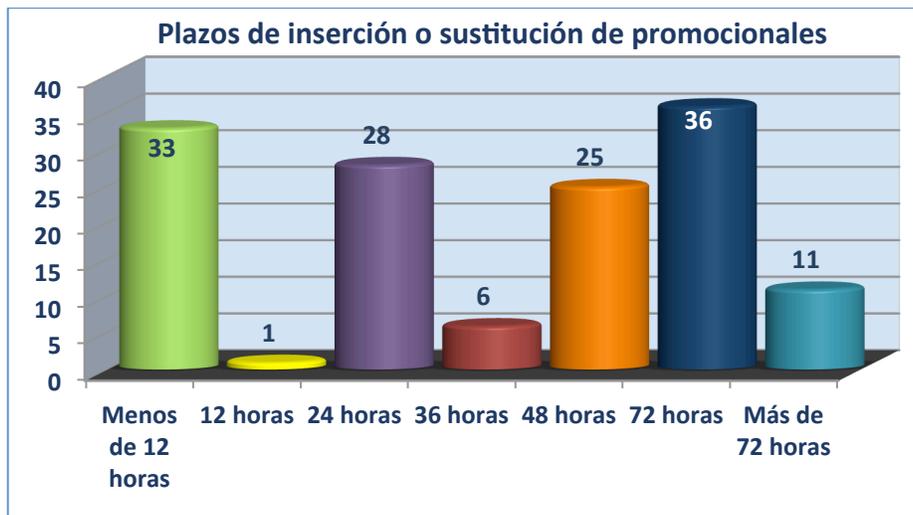
Tiempo mínimo posible para transmitir un promocional.



Consulta	Opción	Cantidad	% de respuesta
8. ¿Los tiempos de transmisión de materiales a que se refiere la propuesta que se pone a su consideración son plausibles?	Si	118	24.90
	No	356	75.10



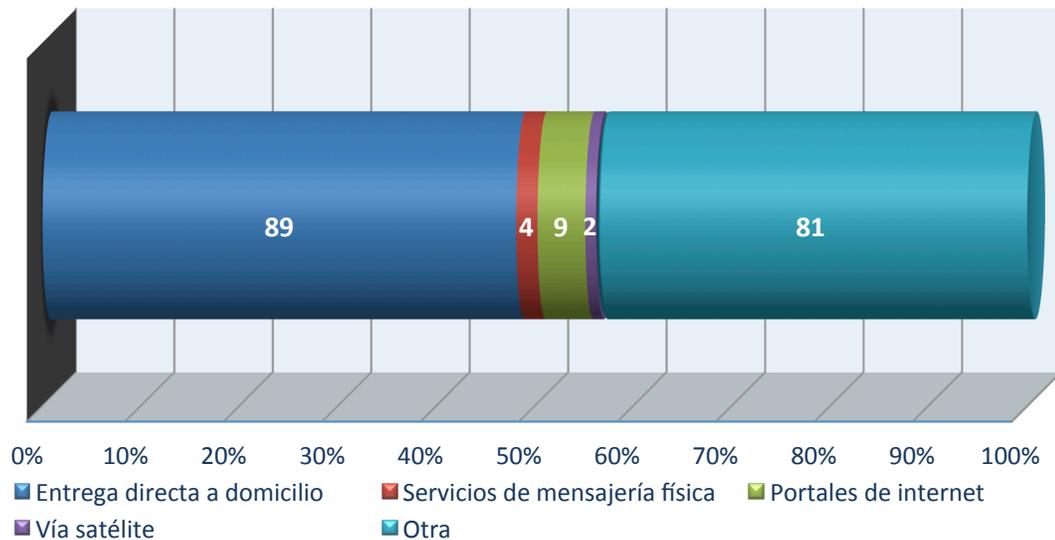
Consulta	Opción	Cantidad	% de respuesta
10. Informe, con base en los planes comerciales o mecanismos formales de ventas de la concesionaria/permisionaria a su cargo, cuáles son los plazos de inserción o sustitución de promocionales.	Menos de 12 horas	33	23.57
	12 horas	1	0.71
	24 horas	28	20.00
	36 horas	6	4.29
	48 horas	25	17.86
	72 horas	36	25.71
	Más de 72 horas	11	7.86



Consulta	Cifras reportadas	
11. Indique cuál es el volumen máximo de promocionales distintos que la concesionaria/permisionaria a su cargo transmite en un día típico, incluyendo aquellos de carácter privado y de instituciones del Estado mexicano.	Promedio	219

Consulta	Opción	Cantidad	% de respuesta
12. En el supuesto de que la concesionaria / permisionaria a su cargo esté en condiciones de cumplir con el plazo de los 3 y 2 días hábiles para transmitir promocionales ordenados por el IFE, a que hace referencia el proyecto que se pone a su consideración, señale qué elementos mínimos necesarios requiere para poder hacer más eficiente la transmisión.	Número de órdenes de transmisión por semana	18	10.78
	Formatos de entrega de promocionales	12	7.19
	Formato de entrega de ordenes de transmisión	13	7.78
	Otro	124	74.25

Consulta	Opción	Cantidad	% de respuesta
14. Actualmente, ¿cuál es la modalidad por la que le entregan promocionales los particulares o personas morales que contratan espacios en la pauta comercial de su concesionario/permisionario o las instituciones del Estado mexicano para ser transmitidos en tiempos comerciales o tiempos del Estado?	Entrega directa en domicilio	89	48.10
	Servicios de mensajería física	4	2.58
	Portales de internet	9	3.86
	Vía satélite	2	1.08
	Otra	81	43.78



RESPUESTAS DE LA CONSULTA

A continuación, y a modo de ejemplos significativos, se exponen extractos de algunos de los oficios recibidos por el IFE de parte de los distintos participantes en la consulta:

A. AGRUPACIONES

CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN (CIRT)

La propuesta de reforma al Reglamento contiene diversos aspectos que dificultan el cumplimiento de la obligación de los concesionarios y permisionarios para transmitir los promocionales de las autoridades electorales y partidos políticos, toda vez que impone una serie de obligaciones sin considerar que la mayoría de dichos sujetos no cuentan con la capacidad material, tecnológica y humana para afrontar dichas cargas.

Principales deficiencias de la propuesta reglamentaria:

- **Disminución significativa de los plazos para la entrega de órdenes de transmisión y materiales.** La autoridad no considera la problemática de los concesionarios y permisionarios en cuanto a:
  - Infraestructura tecnológica (equipos limitados, falta de recursos económicos para invertir);
  - Recursos humanos (número de empleados, condiciones laborales, capacidades de entrenamiento y capacitación, personal calificado en plazas remotas del país);
  - Proceso de transmisión utilizado por los concesionarios y permisionarios que se **verifica en varios días** (abarca distintas etapas: recepción del material por

- representante legal; canalización al área de producción para revisión; elaboración de la pauta; ingreso del material al sistema; y por último, su transmisión);
- Diferenciación del tipo de sujetos obligados (concesionario- permisionario, radio-tv, varias emisoras, de manera central o local, etc);
  - Condiciones laborales: régimen sindical, y
  - Dificultades con la señal satelital y la calidad del servicio de Internet para la notificación de las órdenes de transmisión y los materiales.
- **Falta de certeza en el número de órdenes de transmisión y versiones que se notificarán a concesionarios y permisionarios de radio y televisión para su transmisión durante el proceso electoral federal 2011-2012.**
    - Durante el proceso electoral, la autoridad electoral podrá notificar el número de órdenes de transmisión que considere necesarias;
    - Genera incertidumbre: en 2009 hubo 2,314 versiones de materiales de partidos, y 273 de autoridades electorales; para 2012, el número de cargos aumenta por lo que también aumentará el número de versiones;
    - Bajo este marco, podría darse el caso de que diariamente tuviera que ajustarse la programación, lo que resulta materialmente imposible, y
    - Esto provocará la disminución en los niveles de cumplimiento.
  - **Ausencia de un esquema para realizar las notificaciones de órdenes de transmisión y materiales (vía electrónica, satelital o domicilio).**
    - No se puede obligar a los sujetos regulados a definir la vía de entrega si no se fijan sus alcances.
    - Incertidumbre sobre el tiempo para poder instalar y operar los nuevos mecanismos de notificación. En diciembre inician las precampañas.
    - El esquema de notificación no puede especificarse en un “lineamiento” sino en la Ley, donde se pormenore y precisen los requisitos de forma y fondo.
  - **El sistema de notificación de las órdenes de transmisión y materiales es incierto.**
    - No cumplen con las formalidades jurídicas de las notificaciones personales, por lo que no generan certeza para el sujeto regulado al que van destinadas.
    - Tampoco hay certeza de que la persona facultada legalmente haya sido quien tuvo conocimiento de la notificación.
    - En consecuencia, la autoridad electoral podrá iniciar procedimientos de sanción basado en información incierta.
  - **Trato diferenciado con permisionarios.**
    - La propuesta reglamentaria no impone la obligación para que los permisionarios transmitan los programas mensuales de 5 minutos.

- **Los “Lineamientos” transgreden el principio de subordinación jerárquica de ley.**
  - Ni la Constitución ni el COFIPE contemplan la posibilidad de emitir tales ordenamientos.
  - Son disposiciones de observancia general que deben regularse a través de la ley o, en su defecto, en el propio reglamento, ya que la materia que regulan incide directamente en la operación del modelo.
- **Permisitarias privadas sin fines de lucro.**
  - No existe ninguna disposición legal que contemple a dichas emisoras, por lo que la autoridad electoral rebasa su facultad reglamentaria.
  - Régimen de excepción: pauta ajustada a partir de informe de condiciones operativas, sujeto al horario de la comunidad, posibilidad de transmitir sólo promocionales de autoridades electorales.
  - La ley solo contempla concesionarios y permisionarios para el uso del espectro radioeléctrico.
  - Se violan los principios de legalidad y subordinación jerárquica.
- **Falta de notificación personal de catálogos.**
  - Únicamente se establece que se publicarán en el Diario Oficial de la Federación y en dos diarios de circulación nacional. Lo mismo sucede en procesos electorales locales.
  - Falta de certeza en relación al régimen de transmisión al que estarán sujetos y saber si estarán obligados a suspender la transmisión de la propaganda gubernamental, particularmente en aquellas emisoras que se ubican en una entidad federativa distinta a la del proceso electoral.
- **Reposición de pautas por caso fortuito.** No se contempla que sucederá cuando la omisión de las transmisiones de los promocionales ocurra por casos fortuitos o fuerza mayor y, en general, por cualquier causa ajena a la voluntad del obligado.

#### **RED DE RADIODIFUSORAS Y TELEVISORAS EDUCATIVAS Y CULTURALES DE MÉXICO, A.C.**

- La indefinición e incertidumbre de los momentos en los cuales la autoridad electoral entrega los promocionales a las emisoras, es el principal problema que enfrentan las radiodifusoras y televisoras educativas y culturales afiliadas a la Red.
  - Constituye el principal factor de riesgo que provoca incumplimiento, confusión y ruptura en los esquemas de programación de las permisionarias.
  - Resulta necesario prever un modelo mejor planeado y que defina con antelación los calendarios en los cuales el IFE entregará los materiales durante el proceso electoral.
- Es muy importante que las emisoras cuenten, con suficiente antelación, con las pautas legalmente aprobadas y diseñadas por el IFE para poder insertarlas en la programación

general de nuestras emisoras, de modo que nuestros técnicos continuistas cuenten con el mayor tiempo posible para garantizar este trabajo.

- Solicita que la autoridad electoral afirme y amplíe los criterios de flexibilidad para programaciones que, por definición, no son comerciales y cuyos programas no admiten cortes en espacios mayores a una hora o más.
- Aunque la propuesta de reforma reglamentaria presentada por el IFE contiene ya elementos que apuntan a la atención de los tres puntos antes citados, resulta necesaria mayor precisión y detalle para su instrumentación.
- Si estas condiciones son atendidas por la autoridad electoral, la radio y la televisión educativa y cultural de México no tiene objeción alguna para el resto de la propuesta de reforma; lo que es más, nuestras afiliadas se disponen a cumplir con la Ley y las reglas derivadas de ella, como parte de su compromiso con el éxito de las elecciones y el proceso democrático del país.

#### **SISTEMA NACIONAL DE PRODUCTORAS Y RADIOEMISORAS DE INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR**

- Resulta verdaderamente inútil y ofensivo el tipo de campañas que se presentan a través de promocionales durante el periodo electoral. El auditorio de las radios universitarias es en su mayoría personas con un nivel educativo de licenciatura o mas y un nivel económico superior, lo que determina que su selección de candidato o partido, o digamos su intención de voto, está completamente decidido desde mucho tiempo antes de escuchar los miles de promocionales que serán transmitidos por nuestras frecuencias. De hecho les molesta y se molestan con el IFE y con los partidos políticos.
- Estas campañas son tan obligatorias como la "Hora Nacional" y producen el mismo efecto: la gente se molesta y apaga los aparatos o cambia de estación. La diferencia con el programa dominical es el elevado costo de producción que erogan los partidos políticos y el enorme gasto del IFE para vigilar vía monitoreo su exacto cumplimiento. Dinero que bien podría utilizarse para otros fines como el de una verdadera educación democrática a través de los medios.
- El IFE y los partidos políticos pareciera el duopolio de la comunicación democrática en México y no permiten otro tipo de comunicación, en particular aquella que intenta educar como la que transmitimos en las radios universitarias.
- La batalla que libra el IFE contra los medios concesionarios es una batalla perdida. Ahora se quieren reglamentar los espacios noticiosos, los medios privados entonces pondrán a los candidatos con una coca cola y dirán que es un comercial; si se reglamenta esto, pondrán a los candidatos en las telenovelas y tendremos no solo malos candidatos sino malos actores. Sé que esto es absurdo pero intentar controlar a los medios también lo es.
- Se debe cumplir la ley tal cual está, y la debemos cumplir todos aunque sea injusta pues, en el caso de las radios universitarias, tienen todas las obligaciones pero no los derechos, ya que están impedidas para comercializar espacios como lo hace la radio comercial.

- El futuro debería contemplar una distribución equitativa de las frecuencias cuando la banda sea digital. Podrían tener medios de comunicación todos los partidos, los sindicatos, las asociaciones civiles, los grupos ambientalistas, de derechos humanos etc., incluyendo el propio IFE, y que cada quien lo mantenga con sus propios recursos y su propia capacidad creativa. De esta manera, la población podría escoger que ver o escuchar de manera libre y democrática y no obligada y dictatorialmente como lo es ahora.

#### **ASOCIACIÓN MUNDIAL DE RADIOS COMUNITARIAS/REPRESENTACIÓN EN MÉXICO**

- La característica principal de la radio comunitaria es ser un medio para que las comunidades ejerzan su libertad de expresión y derecho a la información, convirtiéndose en actores claves para el fortalecimiento y rescate de la identidad cultural de las comunidades; promueven la cultura local y popular a través del uso del medio de comunicación y en la producción de mensajes sobre diversos temas como derechos humanos, equidad de género, medio ambiente, todos tratados con pertinencia cultural y en concordancia con el contexto local, además de que contribuyen al rescate o difusión de los idiomas originarios.
- Diferentes organismos internacionales han reconocido la importancia que tienen los medios de comunicación comunitarios en el mundo:
  - La UNESCO ha establecido: “Destacando la contribución específica de la diversidad de los medios de comunicación que aporta cada categoría de emisoras de radio – televisión– de servicio público, comerciales y comunitarias – y, en particular, la función de las emisoras comunitarias que fomentan el acceso a la información de los grupos de población insuficientemente representados o marginados, la expresión de ideas y la participación en la adopción de decisiones (...) Pedimos a los Estados miembros que: creen un entorno que promueva el desarrollo de las tres categorías de emisoras de radiotelevisión y, en particular, mejoren las condiciones para el desarrollo de los medios de comunicación comunitarios y la participación de las mujeres en dichos medios.”
  - En varias oportunidades, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) y su Relatoría Especial para la Libertad de Expresión han reconocido que los medios comunitarios cumplen en nuestra región una función fundamental para el ejercicio de distintos sectores de la sociedad a la libertad de expresión y el acceso a la información. En particular han establecido: “La CIDH y su Relatoría entienden que las radios comunitarias son positivas porque fomentan la cultura e historia de las comunidades, siempre que lo hagan en el marco legal.”
  - Más adelante, la Relatoría Especial consignó en su informe anual: “Hay un componente de libertad de expresión con el cual estamos en deuda: las personas que integran los grupos sociales tradicionalmente marginados, discriminados o que se encuentran en estado de indefensión, son sistemáticamente excluidos, por diversas razones, del debate público. Estos grupos no tienen canales institucionales o privados para ejercer en serio y de manera vigorosa su derecho a expresar públicamente sus

ideas y opiniones o para informarse de los asuntos que les afectan. Este proceso de exclusión ha privado también a las sociedades de conocer los intereses, las necesidades y propuestas de quienes no han tenido la oportunidad de acceder, en igualdad de condiciones, al debate democrático. El efecto de este fenómeno de exclusión es similar al efecto que produce la censura: el silencio.”

- Las radios de perfil comunitario en México operan con un título de permiso otorgado por la autoridad de la materia: Secretaría de Comunicaciones y Transportes -cuando era de su competencia- o por la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL) –de conformidad con la sentencia emitida por la Suprema Corte de Justicia de la Nación en 2009.
- Si bien la obtención del permiso ha significado un avance para operar dentro de la legalidad, esta figura deja a las radios comunitarias en un margen bastante estrecho para su supervivencia y sostenibilidad, ya que no se les permite ningún tipo de comercialización y no cuentan con un techo presupuestal institucional, como sí tienen los medios universitarios o gubernamentales.
- En los últimos diez años se ha pugnado por el reconocimiento de un régimen legal específico para las radios comunitarias, ya que la permanencia de este sector en un ámbito plural de medios de comunicación en nuestro país requiere de condiciones que permitan su sostenibilidad económica. Es por esto que la sensibilidad del Instituto Federal Electoral (IFE) para reconocer a las radios comunitarias como un sector que merece un trato desigual entre los desiguales nos parece de la mayor relevancia. El permitirnos exponer las condiciones en las que laboran las radios comunitarias y su disposición para reconocer sus características, es sin duda un paso trascendente para el reconocimiento de la pluralidad en el país.
- La radiodifusión comunitaria se resume como el servicio de radiodifusión no estatal de interés público, prestado por organizaciones sociales con personalidad jurídica y sin fines de lucro. Las estaciones comunitarias por la vía de los hechos se categorizan en la figura de permiso establecida en la Ley Federal de Radio y Televisión, por lo que no tienen permitida la publicidad comercial, ni tienen asignados recursos públicos y operan con los recursos mínimos para dotar del servicio a las comunidades de atención, el cual está orientado a satisfacer las necesidades de la comunidad, a fin de dar oportunidad a la difusión de las ideas, ofrecer mecanismos para la formación e integración de la comunidad estimulando la cultura y la convivencia social y permitir la capacitación de los ciudadanos en el ejercicio del derecho a la expresión y acceso a la información.
- Desde la aprobación de las reformas al COFIPE en 2007, las radios permisionadas asociadas a AMARC han estado en disposición de cumplir con la ley electoral. Sin embargo, las condiciones en las que subsisten no les han permitido, en algunos casos, el cumplimiento estricto del pautado.
- Por la naturaleza de la radiodifusión comunitaria, cada radio se enfrenta a procesos y condiciones específicas, influidas por el contexto en el que se desenvuelven; no obstante, a continuación se presentan algunos puntos en los que la mayoría coincide:

- Por las condiciones económicas en las que perviven las radios comunitarias se sostienen con el trabajo voluntario de los habitantes de las comunidades, mismos que no reciben retribución económica alguna.
- Los voluntarios apoyan a la radio comunitaria en los momentos en que su jornada laboral lo permite, lo cual impide que existan voluntarios de tiempo completo o que sea sólo una persona la que se encargue de la transmisión de los pautados.
- En las radios comunitarias por lo general es el locutor de cada programa el que se encarga de transmitir en sus espacios los pautados del IFE, sin embargo, hay muchos espacios en los que no hay un locutor asignado o únicamente se transmite música regional sin locutores.
- El equipo con el que operan las radios comunitarias es muy básico y sencillo, aunado a que no cuentan con los recursos suficientes para adquirir software que permita automatizar la transmisión de la pauta programática, por tal motivo esto tiene que realizarse de forma manual y al momento.
- Respecto de los procesos que las radios comunitarias siguen para transmitir un spot o promocional:
  - Llega la notificación a las instalaciones de la emisora comunitaria, por lo general, de parte de la Junta Local o a través del DIMM. Hay momentos en que las notificaciones para transmitir o cambiar un solo spot llega el mismo día y es necesario que el Director de la Radio tenga que volver a programar para poder realizar el cambio.
  - Como lo señalamos anteriormente, el proceso de programación del pautado lo realizan de manera manual, por lo que un cambio, por mínimo que sea, obliga a los integrantes de las radiodifusoras a reprogramar toda la programación del día.
  - Por lo general, las radios comunitarias reciben la información a través del dispositivo DIMM o directamente buscan la información en la página de internet.
- El tiempo mínimo posible para que las radiodifusoras comunitarias puedan transmitir un promocional es de aproximadamente **tres días**; el hecho de no contar con personal que se encuentre de tiempo completo colaborando en la concesionario o permisionaria, así como la falta de equipo técnico que permita automatizar la transmisión de los spots, retrasa el tiempo de respuesta en la transmisión.
- Las radios comunitarias están en condiciones de **cumplir con el plazo de los tres y dos días hábiles** para transmitir promocionales ordenados por el IFE pero es necesario que estos no sean cambiados después de que hayan sido recibidos, que sean recibidos vía electrónica o en su defecto a través del DIMM y estrictamente dentro del tiempo señalado y especificando los tiempos de transmisión.
- Algunas de las emisoras asociadas se encuentran en comunidades de difícil acceso, por lo que la entrega directa en el domicilio de la radio en muchas ocasiones se hace con retraso o incluso no es raro que personal de la radio tenga que trasladarse hasta la Junta Local más cercana a recoger la información, por lo que se facilita, para todas las partes, el hecho de

que los spots sean entregados de forma electrónica o mediante el DIMM, o que estos puedan ser descargados desde algún sitio web.

- El principal impedimento de las radios comunitarias para poder recibir los promocionales del Instituto vía electrónica serían la falta de luz o la suspensión del servicio de internet.
- Se espera que prevalezca un criterio de comprensión hacia las fallas derivadas de las precarias condiciones bajo las cuales realizan su trabajo de servicio a la comunidad, a través de la radiodifusión comunitaria.

El reconocimiento de las características específicas de las radios comunitarias que el IFE realiza en las reformas a su Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral es necesario que sea retomado, pues abona para el mejor cumplimiento de las pautas y spots; es un acto de justicia y de sensibilización de esta autoridad hacia los medios operados por las comunidades y por ende los sectores más marginados.

#### **SISTEMA DE RADIODIFUSORAS CULTURALES INDIGENISTAS.**

- Las emisoras del Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas (SRCI), tienen estatus de permisionarias, categoría que les otorga la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, por tanto, están regidas por la normatividad correspondiente, así como por la que aplica a los organismos del gobierno federal.
- El proceso particular que llevan a cabo las emisoras del sistema para la transmisión de un promocional es el siguiente:
  - Solicitud vía oficio donde se describe: objetivo, duración y temporalidad de transmisión del spot.
  - La subdirección de las Radiodifusoras Culturales Indigenistas revisa el material de audio, verificando si responde a las características culturales de los pueblos indígenas.
  - Se elabora respuesta al oficio solicitante en caso de aprobarse o de justificación de la no transmisión del spot.
  - En caso afirmativo para la transmisión de los spots, se elabora orden de transmisión para su difusión en las radiodifusoras del sistema.
- El tiempo mínimo posible requerido para que las permisionarias del sistema transmitan un promocional, tomando en cuenta el tiempo que transcurre desde que se recibe, es de **36 horas**.
- La reducción de los plazos para la transmisión de los promocionales contenida en la propuesta de reglamento es plausible.
- En las radiodifusoras del SRCI no existirían restricciones al caso, si y solo sí se cumple en la entrega de los materiales de transmisión en las fechas y tiempos establecidos en la reforma tanto a nivel local como nacional.

- En términos óptimos, las emisoras asociadas requieren que la entrega de los promocionales se haga, mínimamente, con **tres días** previos para su programación, para asegurar su difusión en tiempo y forma.
- Anualmente se llegan a programar entre 80 y 100 órdenes de difusión de diversos programas gubernamentales.
- Se considera que el sistema de notificación por correo electrónico es el medio adecuado para la entrega de órdenes de transmisión y materiales.

## **B. CONCESIONARIOS**

### **TV AZTECA**

#### **A) Consideraciones generales sobre la propuesta de reforma al Reglamento.**

- El proceso de consulta se encuentra viciado de origen, puesto que la DEPPP no elaboró una propuesta de reforma al Reglamento, sino que presentó la versión que fue revocada por el Tribunal.
- La reforma al Reglamento no podrá aplicarse para el proceso electoral federal 2012 y para los distintos procesos electorales locales que ya iniciaron, toda vez que no alcanzará a ser promulgada y publicada con noventa días de anticipación al inicio de los procesos, tal y como lo dispone el artículo 105 de la Constitución Federal.
- Respecto al “Estudio Técnico del Sistema y Procesos del Instituto Federal Electoral relativos al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral” elaborado por la persona moral GIANI, S.C., se señaló lo siguiente:
  - Carece de sustento al afirmar que, desde el punto de vista técnico, las estaciones de radio y televisión de la industria pueden reducir de manera viable y sin costos humanos y materiales adicionales, de 5 a 3 días, su proceso para la transmisión de los materiales pautados por el IFE.
  - El estudio referido concluye que el tiempo de duración del proceso de recepción-transmisión de materiales tiene un tiempo estimado de duración de 42 horas; sin embargo, tal afirmación únicamente fue justificada a partir de la información contemplada en el Plan Comercial 2011 de Televisa y en el procedimiento de “Compra Express Garantizada” de Televisión Azteca, los cuales, según el Tribunal Electoral, deben ser desestimados como la única referencia para establecer los “estándares de la industria”.
- Las facultades y competencia del IFE (artículo 41 de la Constitución y 118 del COFIPE) no tiene alcance sobre la regulación de las concesiones de televisión.
  - En la NOM-03.SCT1-93 se establecen los equipos mínimos que se requieren para la instalación y operación de estaciones de televisión que operan los canales del 2 al 69 y los equipos utilizados para la transmisión de las señales de televisión, pero no se

contempla la obligación de instalar equipos adicionales cuando las necesidades de transmisión de los tiempos del Estado lo requieran.

B) Opinión sobre aspectos particulares de la propuesta de reforma al Reglamento.

- **Artículos 51 y 56.** En cuanto al artículo 51, debe excusarse a concesionarios y permisionarios de la obligación de reprogramar los promocionales que no hayan sido transmitidos cuando se interrumpa la programación por la transmisión de boletines de cualquier autoridad relacionados a la seguridad, defensa nacional u orden público (o por cualquier otra causa ajena a los concesionarios y permisionarios), en todos los casos y no sólo en cuando la interrupción de la programación tengan una duración mayor a una hora. Respecto al artículo 56, resulta inviable que en “unas horas” se proceda a la sustitución de materiales electorales derivados del otorgamiento de medidas cautelares.
- **Artículo 35, párrafo 6.** Es ilegal reducir el plazo previsto para realizar la notificación de la modificación de pautas (de 10 a 5 días en período ordinario, y a 2 días hábiles en proceso electoral; previo al inicio de transmisiones), en tanto que se imponen cargas a permisionarios y concesionarios imposibles de cumplir.
- **Incongruencia de los artículos 39, párrafos 4 y 5, y 41, párrafo 3.** Ambos establecen plazos para la notificación de órdenes de transmisión y materiales; el primero, en un plazo no mayor a tres días hábiles; el segundo, en un plazo no mayor a un día hábil.
- **Artículos 39, párrafos 4 y 5 y 41, párrafo 3.** Reducción de plazos para la notificación de órdenes de transmisión y materiales:
  - La reducción de los plazos desde el inicio de la precampaña y hasta el día de la jornada electoral (de 5 días hábiles previos al inicio de su transmisión a 3, para el caso de la notificación electrónica vía satélite o Internet, y a 2 días hábiles, para el caso de la notificación en domicilio) no considera la viabilidad técnica de los concesionarios y los complejos procesos de transmisión que éstos requieren.
  - No se justifica la distinción de plazos para una notificación practicada por correo electrónico o satelital y la practicada de forma personal.
  - Tampoco se justifica la distinción entre el periodo ordinario y el correspondiente a procesos electorales, no obstante que la sustitución de materiales aumenta exponencialmente durante el último periodo.
  - Se viola la garantía de seguridad jurídica y el principio de certeza al preverse que será en lineamientos que se emitirán con posterioridad, donde se regule la entrega o puesta a disposición de órdenes de transmisión y los respectivos materiales.
- **Artículo 39 y 41. Notificaciones por medios electrónicos.** Resulta ilegal que se establezca como método de notificación de las órdenes de transmisión y materiales el correo electrónico, ya que tal mecanismo no está regulado en cuanto a sus medidas de seguridad y forma de operación.
  - Resulta necesario generar una firma electrónica avanzada u otro esquema de validación, con la finalidad de generar una clave única, encaminada a asociar, de

manera segura y fiable, la identidad de la persona concreta con la que se entendería la notificación.

- El establecer medios de notificación no previstos por el COFIPE constituye una violación al principio de subordinación jerárquica normativa.
- La notificación de las órdenes de transmisión por medios electrónicos (sin las formalidades que permitan tener certeza jurídica de que el obligado tuvo conocimiento fehaciente de un acto de autoridad en una fecha cierta) no genera plena certidumbre y, sin embargo, su incumplimiento puede dar lugar a sanciones.
- Para que una notificación surta efectos plenos y en forma, el conocimiento del acto administrativo debe ser exacto, directo, puntual y no presuntivo, ya que solamente así se da al gobernado la posibilidad real de impugnarlo, de conocer a partir de qué momento la obligación contenida en el mismo le resulta exigible, y de evitar que quede en estado de indefensión frente al Estado (artículos 14, 16 y 17 Constitucionales).
- **Artículos 39, numerales 4 y 5; 41, numeral 3 y 44, numeral 8.** No se advierte en el COFIPE la facultad conferida al IFE para emitir lineamientos como a los que hacen referencia tales disposiciones.
- **Artículos 5, inciso c, fracción XV y 48. Régimen de excepción.** Se pretende establecer un régimen de excepción constitucional al crear nuevas modalidades de sujetos regulados, como son los “permisionarios privados sin fines de lucro”, “permisionarios privados operados por asociaciones sin fines de lucro” y “medios comunitarios”, los cuales no se encuentran contemplados en la Ley Federal de Radio y Televisión.
- **Artículo 31. Catálogo de estaciones.** No se establece la obligación de notificar personalmente a los concesionarios y permisionarios los catálogos de estaciones que se encuentren incluidas en él, lo que les deja en estado de indefensión para el cumplimiento de sus obligaciones.
- **Artículos 33, 34 y 50. Omisiones por caso fortuito o fuerza mayor.** No se establece en ninguna de estas disposiciones que sucederá en caso de que la omisión de transmitir un promocional por parte de un concesionario o permisionario se haya debido a un caso fortuito o de fuerza mayor, lo que, de igual forma, deja en estado de indefensión a los sujetos regulados.

#### TELEVIMEX

- El procedimiento que ha establecido la Junta General Ejecutiva del IFE para modificar el Reglamento de Acceso a Radio y Televisión no corresponde estrictamente con lo establecido por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, en su resolución SUP-RAP-146/2011.
- La Sala Superior consideró que, para efectos de justificar, fundar y motivar las modificaciones al reglamento, el IFE debió emitir un **dictamen de factibilidad** en el que se explicaran detalladamente los escenarios que se esperan para las

próximas elecciones, tomando en consideración las condiciones de sustitución de materiales en los extremos máximos y mínimos.

- Asimismo, señaló que la modificación de los plazos podría sustentarse a partir de **un dictamen que analice y explique la experiencia** del Instituto Federal Electoral en los procesos electorales pasados.
- Contrario a ello, el IFE decidió consultar a la totalidad de concesionarios y permisionarios pero no proporcionó a éstos, en ningún momento, los elementos suficientes que constituyen los aspectos fundamentales que permitirían conocer las dimensiones del trabajo que se espera realicen las referidas estaciones a partir del inicio de las precampañas, el próximo 18 de diciembre.
- Por lo anterior, las empresas mencionadas no cuentan con la información ni con los elementos necesarios para responder de manera cierta y objetiva a la consulta que se requiere.
- Las modificaciones que se proponen en cuanto a la reducción de plazos en la notificación de pautas y en la entrega de órdenes de transmisión y materiales son prácticamente inviables para las estaciones de la concesionaria, lo que genera la imposibilidad de su cumplimiento y la certeza de una carga insostenible por parte de los concesionarios.
- **La reducción del plazo para la notificación de modificaciones de pautas (artículo 35, párrafo 3)**, no permite a las concesionarias contar con el tiempo suficiente para organizar el trabajo programático y las actividades que conlleva un cambio en la pauta; sobre todo, tratándose de proceso electoral, cuando el volumen de transmisiones aumenta considerablemente y la precisión en el pautado de promocionales adquiere especial relevancia.
  - El plazo entre la notificación de la modificación de pauta y el inicio de las transmisiones se reduce de diez a dos días. Estas disposiciones implicarían mayores cargas a las concesionarias, ya que contarían únicamente con la quinta parte del tiempo con el que cuentan actualmente para realizar los ajustes necesarios a fin de asegurar el correcto inicio de las transmisiones.
- **Reducción de plazos para la entrega de órdenes de transmisión y materiales.**
  - Para reducir estos plazos, el IFE no consideró el tiempo que requieren los concesionarios y permisionarios para la transmisión de un mensaje cuya orden de transmisión apenas les ha sido entregada.
  - Esta sustitución de mensajes implica, en un primer lugar, que se identifique el o los múltiples materiales a sustituir, que se suspenda la transmisión de estas versiones y, respecto del material nuevo, que le es entregado no en forma individual sino como parte de un conjunto (con frecuencia muy numeroso) de mensajes que debe difundir el concesionario o permisionario, se registre, clasifique, revise técnicamente, se incorpore a la programación en forma particular a la estación que corresponda y, en ocasiones, se envíe físicamente el medio en el cual se

encuentra consignado o grabado el mensaje a la estación de radio o televisión respectiva.

- No se consideran las diferencias en los requerimientos para el procesamiento de los materiales tratándose de radio o de televisión, los cuales implican procesos de revisión y control de calidad distintos.
- No se distingue tampoco, si se trata de un mensaje que debería difundirse a nivel nacional o a nivel local, no obstante que el procesamiento técnico de uno y otro material es diverso.
- El número de versiones de promocionales que se transmiten durante los procesos electorales ha ido creciendo exponencialmente conforme han transcurrido las elecciones y se prevé que para el 2012 no tendrá comparativo.
  - Será la primera vez que se aplique el modelo de comunicación política a una elección Presidencial de manera concurrente con la de renovación del Poder Legislativo Federal y quince elecciones locales.
  - El artículo 60 del COFIPE señala que en el proceso electoral en que se renueven el Poder Ejecutivo de la Unión y las dos Cámaras de Congreso, cada partido deberá destinar, al menos, un treinta por ciento de los mensajes a la campaña de uno de los poderes, considerando las de senadores y diputados como una misma.
  - El artículo 41 de la propuesta de Reglamento posibilita que se hagan órdenes de transmisión y, en consecuencia, se sustituyan materiales cualquier día de la semana con los materiales que hayan sido entregados a más tardar el día anterior.
  - Se estima que se realizarán alrededor de 28,600 sustituciones de materiales.
  - Las concesionarias no pueden llevar a cabo dichas sustituciones, en los tiempos que propone el reglamento reformado, debido a lo siguiente:
    - El incremento de las sustituciones que demanden los partidos;
    - La necesidad de realizar las acciones de control de calidad en cada caso;
    - La necesidad de tener certeza jurídica de cada sustitución en tiempo y forma;
    - La necesidad de contar con el tiempo suficiente para concluir todos los procedimientos que marcan las políticas de la empresa.
- A fin de sumar esfuerzos conjuntos con la autoridad electoral, y toda vez que mediante las Redes Nacionales los procesos internos resultan más eficientes y expeditos, si se contara con toda la información y certidumbre necesaria (límite a las órdenes de transmisión, **dos por semana**), es posible que, entonces, se pudiera medir la capacidad real de operación y reducir seguramente un día el plazo.
- **Sobre los plazos para responder requerimientos (artículo 54).** No se establece un plazo cierto para que el IFE notifique los supuestos incumplimientos a los pautaados, y para que los concesionarios o permisionarios den respuesta a dichos requerimientos.

- Más aún, se remite la regulación de tales plazos a unos Lineamientos que se elaborarán con posterioridad y que, actualmente, están dentro del paquete de documentación que se encuentra en la página de internet del IFE, relativa a la consulta pública sobre la reforma al Reglamento de Radio y Televisión.
- **Sobre las notificaciones (artículos 39, 41 y 44).** De la propuesta de Reglamento que se presenta, se advierte lo siguiente:
  - Se suprimió la obligación de que todo acto relacionado con la entrega de materiales o pautados, se encuentre sustentado en un acuerdo del Consejo, la Junta, el Comité o, en su caso, de un mandato del Titular de la Dirección Ejecutiva.
  - No se prevé la necesidad de que el catálogo de estaciones sea notificado de manera personal a los concesionarios incluidos en los mismos.
  - Se prevén nuevos mecanismos de notificación, tales como la vía electrónica y satelital, los cuales no brindan la certeza jurídica suficiente.
  - Para que los envíos electrónicos adquieran plena validez, cualquier envío vía electrónica o satelital deberá garantizar:
    - La autenticidad de los usuarios.
    - La integridad del contenido del mensaje de datos (órdenes de transmisión o materiales), y
    - El no repudio, es decir, la innegable autoría y recepción del mensaje.
  - Aunado a ello, cada concesionario cuenta con recursos técnicos distintos y no es responsabilidad de ellos obtener, por sus propios medios, los elementos que les permitan cumplir con la transmisión de los tiempos del Estado.
- Los *“Lineamientos relativos a la entrega de órdenes de transmisión y materiales de radio y televisión vía electrónica y recepción satelital a concesionarios y permisionarios”* que se incluyen con la propuesta de reglamento, no brindan los elementos que se requieren para garantizar la realización de actos jurídicos.
  - Los Lineamientos respectivos deberían contener:
    - Principios generales para el uso de medios electrónicos.
    - Definición de conceptos y órganos responsables.
    - Reglas para la expedición, uso y revocación del certificado digital, que garantice la identidad de los actores que se comunican y, en su caso, la cuenta de correo electrónico que se utilice.
    - Procedimiento detallado para el envío de materiales y órdenes de transmisión.
    - La forma como se conservarán los archivos y los mensajes de datos.
    - El tratamiento que se dará a los casos en que la responsabilidad de la falta de entrega de los materiales oportunamente recaiga en la autoridad electoral.
- **Sobre la emisión de Lineamientos.**

- La propuesta de reglamento delega a otros instrumentos regulaciones que deberían estar incluidas en el propio reglamento.
- Es imperativo que el contenido de dichas normas quede dentro del propio Reglamento, a efecto de dotar de mayor certeza jurídica a los sujetos obligados y evitar la dispersión normativa.
- **Sobre la reposición de materiales (artículos 33, 34 y 50).** Las disposiciones que hacen referencia a la sustitución de materiales, omiten señalar qué sucederá cuando la omisión de la transmisión se derive de casos fortuitos o fuerza mayor.
  - Se deja en estado de indefensión a los concesionarios porque la omisión radica en un hecho externo a la voluntad del obligado y la autoridad responsable puede seguir interpretando que, aún en estos casos, subsiste la obligación de llevar a cabo las transmisiones conforme a la pauta.

#### C. PERMISIONARIOS

##### **RADIOECOLÓGICA LA VOZ DEL MAYAB (XHIPM-FM)**

- Nuestra estación radiofónica "permisionada", no encuentra ningún problema en cumplir con la aplicación práctica de la propuesta del IFE, cuanto y más que la labor que realiza ese Instituto, es de muy alta prioridad nacional y debe ser apoyada por el bien de todos los mexicanos.
- Para el caso de estaciones "permisionadas" como la nuestra, que no contamos con ningún tipo de apoyo institucional para realizar nuestra labor educativa y cultural, dedicar tiempo a la difusión del material enviado por el IFE implica aplicar recursos humanos y materiales que, de por sí, ya nos son escasos y en algunas ocasiones deficientes (personal, equipos de computo, etc).

##### **RADIO UNIVERSIDAD DE TLAXCALA (XHUTX-FM)**

- La permisionaria establece no tener restricción o imposibilidad técnica ni material para cumplir con la propuesta de reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral.
- La radiodifusora se pronuncia a favor de cumplir con la reducción de tres a cinco días hábiles que este medio de comunicación tendrá para transmitir un promocional (spot) de un partido o autoridad electoral como lo marca el artículo 38, párrafo 5, del Reglamento.
- Radio Universidad de Tlaxcala puede cumplir y está de acuerdo con transitar a los mecanismos de entrega de órdenes de transmisión y promocionales vía electrónica (Internet y/o satelital), ya que cuenta con el equipo de computo y servicio adecuado.

□ OPINIONES DE ESPECIALISTAS

**Universidad Nacional Autónoma de México****Dr. Julio Juárez**

- La reforma electoral 2007-2008 estableció un modelo de comunicación política sustentado en la publicidad política a través de la radio y la televisión. No son estos los únicos canales de comunicación durante las campañas y tanto partidos políticos como candidatos cuentan con herramientas y plataformas de comunicación diversas.
- La nueva propuesta de Reglamento pretende eficientar sus procesos particularmente en lo que respecta a los tiempos de entrega de los materiales publicitarios de los partidos políticos a los concesionarios y permisionarios de la radio y la televisión y su difusión en los canales y estaciones correspondientes.
- Quizá este sea uno de los temas más delicados del modelo de comunicación política puesto que es el que remite, directamente, a la función comunicativa de la publicidad política. Entendida ésta como un elemento más del intenso flujo comunicativo de las campañas electorales, la publicidad política –los temas y enunciaciones que propone- esta inscrita en un contexto comunicativo a partir del cual puede ser procesada por la ciudadanía.
- Un modelo de comunicación desfasado de la discusión mediática corre el riesgo de caducar muy pronto ante la mirada del electorado. La creciente presencia de contenidos noticiosos al minuto en las redes da cuenta de un ciclo mediático que no para de generar contenidos. Las noticias han adoptado un ciclo de vida informativo particularmente breve. Cuando un spot entra al ciclo noticioso lo hace en esa lógica. Los medios buscarán las reacciones de manera inmediata. Los equipos de campaña harán lo posible por controlar los daños del ataque inmediatamente. Entre más interrumpido sea el flujo de información político-electoral, la discusión perderá significado y utilidad informativa para el receptor del mensaje, en este caso el electorado.
- Es claro que las modificaciones al reglamento de radio y televisión consideran la importancia de un modelo ágil que permita hilvanar discusiones mediáticas con narrativas publicitarias producidas por los partidos políticos y sus candidatos.
- En resumen, el modelo de comunicación política definido por los partidos políticos en el Congreso de la Unión, le quitó al spot la capacidad de interactuar con los contenidos de los medios caracterizados por ciclos noticiosos cada vez más cortos. Mediante la prohibición a contratar y adquirir tiempo aire a los partidos políticos y a particulares buscó, esto hay que reconocerlo y subrayarlo, impedir que el dinero jugará un papel condicionante para acceder a la radio y la televisión. Es dentro de esta lógica que el autor interpreta la propuesta reglamentaria de la autoridad electoral respecto a acortar el tiempo que transcurre entre la producción de un mensaje y su transmisión en un medio masivo de comunicación.
- Es importante precisar que el dictamen técnico que el IFE solicitó a un despacho especializado en donde se sustenta la viabilidad técnica del nuevo Reglamento no haya sido acompañado por uno que respaldase la versión de los concesionarios de la radio y la

televisión en cuanto a la imposibilidad de cumplir con los nuevos plazos de transmisión de publicidad política. Es comprensible que una modificación al Reglamento implique cambios en el modelo de programación y transmisión publicitaria de los concesionarios. La pregunta, sin embargo, es si estos cambios pueden realmente realizarse o, en caso contrario, cuáles son las razones exclusivamente técnicas para que no sea así.

- El modelo de comunicación política establecido en la legislación electoral debe procurar el interés público de la ciudadanía frente a la divulgación de propuestas y puntos de vista por parte de los partidos políticos que buscan obtener la simpatía del electorado durante las campañas electorales. Esa debe ser la preocupación central de los actores e instituciones involucrados en el diseño y la ejecución del modelo de comunicación.

### **Instituto Politécnico Nacional**

#### **Ing. Rodolfo de la Rosa Rábago**

- La modificación contenida en el párrafo 5, capítulo II, del artículo 39 de la propuesta de reforma al Reglamento, significa reducir el periodo entre la recepción y transmisión de los “spots” por parte de los permisionarios o concesionarios, de la siguiente manera:
- De cinco días a tres días hábiles, cuando el permisionario o concesionario decida recibir el material vía electrónica, y
- De cinco días a dos días, cuando el permisionario o concesionario solicite recibir el material en su domicilio.
- El hecho de que se notifiquen las pautas con 20 días de anticipación implica que los horarios en que se transmitirán los “spots” quedan reservados, por lo que sólo se requiere recibir los contenidos específicos que serán transmitidos en cada uno de dichos horarios.
- Se estiman suficientes los dos o tres días que la propuesta de reforma otorga a los permisionarios o concesionarios para programar y transmitir los contenidos enviados por el IFE, pues, como ya se dijo, las pautas han sido definidas con suficiente antelación, además de que la mayoría de los permisionarios, que en muchos de los casos cuentan con recursos más limitados que los concesionarios, han aceptado dicha disposición, lo que significa que es factible de llevarse a cabo.
- Para el caso de entrega de contenidos por vía electrónica, debe definirse la manera en que se garantizará que los materiales sean recibidos por el permisionario o concesionario en tiempo y forma y sin alteración alguna.
- Se debe determinar, además, el tratamiento que se dará a los concesionarios que operan “exclusivamente como repetidores” y que no tienen ni tecnología ni esquemas de inserción comercial en su área de cobertura, con mayor razón cuando su localidad esté en proceso de elecciones, pues estarían impedidos para realizar cualquier tipo de modificación a la programación.

## AMEDI

**Recomendaciones técnico-jurídicas.**

- El reglamento debe ser receptivo de los principios constitucionales y, en su elaboración, el Consejo General del IFE debe asumirse como instancia constitucional regulatoria de la radio y televisión en materia electoral.
  - El IFE, en su carácter de organismo constitucional autónomo, no sólo es el organizador de los procesos electorales sino, incluso, el único conducto para que cualquier sujeto de derecho electoral pueda tener acceso, adquirir o disponer de espacios en la radio y televisión cuando estén destinados a la materia político electoral.
  - El IFE debe llevar a cabo la tarea de reformar sus reglamentos, en plena observancia y cumplimiento de su autonomía e independencia, incluso, frente a otras autoridades, argumentos de presión -supuestamente de carácter técnico- u otras referencias normativas.
- **El IFE debe salvaguardar el sentido de la reforma electoral de 2007 y, para normar las elecciones bajo el criterio de objetividad, incluido lo referido a los promocionales electorales y el uso de los tiempos de Estado, el reglamento debe ser ajustado.**
- Se propone modificar el artículo 39 (en los términos del propio ejercicio realizado por el IFE) para que los medios de comunicación obligados por la norma en cuestión, una vez que reciban el material, tengan la obligación de ponerlo al aire en 3 días hábiles (sí aceptan recibirlo por internet o satélite -las llamadas vías remotas-), y en 2 días hábiles cuando lo reciban en propia mano, en su domicilio, a efecto de permitir campañas dinámicas pero tomando a su vez las medidas que sean necesarias para garantizar una reacción institucional oportuna que, sin censura previa, contenga la difusión de promocionales denigratorios que engañen deliberadamente a los electores.
  - Existen parámetros objetivos para establecer una modificación que sea y funcione en beneficio de la calidad y la dinámica del debate electoral. Esto supondrá que los partidos políticos podrán tener mayores elementos para participar en la deliberación pública.
  - En tanto el IFE establece y envía la pauta con semanas de antelación a las estaciones de radio y televisión para integrarse a los sistemas automatizados con los que cuentan, el cambio de las versiones de dicho pautado no representa ninguna imposibilidad técnica para el cumplimiento de los tiempos establecidos en el reglamento de radio y televisión en materia electoral.
  - Tomando en cuenta que la mayor parte de concesionarios y permisionarios de la radiodifusión cuentan con sistemas automatizados para implementar las pautas de transmisión, la reducción en los plazos para el cambio de versiones es una obligación razonable para su cumplimiento
- La documentación del proceso electoral del 2006 sobre el pautado en la radio y la televisión, muestra claramente que el cambio de versiones de los promocionales de los

partidos políticos se hizo de manera mucho más dinámica que la planteada en el reglamento en comento.

- Un ejemplo: el viernes 7 de abril los televidentes de todo el país conocieron un spot producido por el PRD, en donde la escritora Elena Poniatowska defendía a Andrés Manuel López Obrador. La propaganda del PAN había acusado al candidato de la Coalición por el Bien de Todos de tener supuestos nexos con el presidente Chávez de Venezuela, entre otras cosas.
- No pasaron ni siquiera 48 horas cuando, el domingo 9 de abril, ya estaba en las pantallas un nuevo spot de Acción Nacional. Los publicistas de ese partido mostraban la imagen de la escritora Poniatowska y luego, mientras se la escuchaba hablar de logros de López Obrador, se veían escenas de antiguos colaboradores de ese candidato presidencial en presuntos actos de corrupción.
- Se concluye que: es necesario y posible reducir los plazos de transmisión de las versiones de los spots, en razón de garantizar un libre intercambio de ideas y de debate de las propuestas de los partidos políticos y candidatos a fin de que la sociedad mexicana pueda ejercer de manera informada y razonada su voto en el proceso.
- **Debido a la reforma constitucional del 10 de junio de 2011, el reglamento debe reconocer la importancia de las radios comunitarias, tal como se hace en el Derecho Internacional de los Derechos Humanos.**
- Una de las características que distingue a la radiodifusión comunitaria es su reconocimiento por parte de las instancias encargadas de la interpretación hermenéutica del contenido de los Tratados Internacionales de Derechos Humanos, como una muestra del avance democrático de las sociedades y del nivel de cumplimiento de los Estados con el contenido y sentido del *corpus iuris* internacional de los Derechos Humanos, en especial, con las libertades de información y de expresión.
- Dado que las radios comunitarias existen como figura jurídica reconocida en el derecho internacional, se propone que el reglamento en cuestión reconozca su importancia
- **Deber constitucional y legal del trato diferenciado a las radios comunitarias en el Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral**
- El reconocimiento de las características especiales de las emisoras comunitarias implica generar condiciones para que este tipo de emisoras permisionarias puedan dar cumplimiento adecuado a los pautados del IFE, ya que se trata de emisoras que tienen una situación comprobable de no pago a sus colaboradores y de no contar con ningún subsidio presupuestal regular que, en cambio, sí tienen otro tipo de emisoras permisionarias.

## D. OPINIONES INDEPENDIENTES

## CENTRO DE ESTUDIOS Y SERVICIOS CONSTITUCIONALES Y ELECTORALES, S.C.

## Mtro. Pablo C. Lezama Barreda

- El desacuerdo que hoy existe entre los industriales de la radio y la televisión y los integrantes del Consejo General del IFE, deriva del intento de la autoridad de llevar a cabo dos reformas al Reglamento de Acceso a la Radio y Televisión: a) la reducción de los plazos en que deben entregarse los materiales a los concesionarios y permisionarios previo a la fecha de su transmisión durante las campañas y precampañas; y b) la creación de la figura de las emisoras permisionarias privadas sin fines de lucro, entre las que se incluyen a las comunitarias.
- **Reducción del tiempo de entrega de materiales.**
- Entre los argumentos manifestados en la parte considerativa del acuerdo del Consejo General del IFE por el que se pretendió reformar el Reglamento en cuestión, hay un gran ausente: el razonamiento válido que justifique la reducción del plazo para la entrega de materiales para su transmisión.
- La ausencia de tal argumento también existe en la mayoría de las discusiones que tienen lugar en los medios de comunicación y, con mayor gravedad, en las que tienen lugar dentro del IFE.
- Tal parece que quienes están a favor de la reforma aceptan que más mensajes equivalen a más democracia pero no explican la manera en que esto sucede. Suponen que los partidos políticos argumentarán y contra-argumentarán sus propuestas en el espacio de los spots – cuya duración es de 20 ó 30 segundos-.
- Contar con esta explicación es un derecho de todos los mexicanos y darla es una obligación de los integrantes del Consejo General del IFE, quienes han sido incapaces de demostrar su viabilidad técnica.
- De un análisis de la resolución de la Sala Superior del TEPJF, se demuestra que:
  - La Sala superior desestimó diversos argumentos sostenidos por el IFE, en relación con la justificación de la viabilidad operativa de la reducción de los plazos otorgados a concesionarios y permisionarios para la transmisión de promocionales, entre los que destacan: la implementación de tecnología en el propio IFE (SIATE); la agilidad, dinamismo, eficiencia y economía que se generaría; la experiencia del IFE en la administración de los tiempos del Estado; el promedio de los niveles de cumplimiento de los sujetos obligados; la celeridad en la suspensión de la difusión de promocionales sujetos a medidas cautelares; y el análisis de los planes comerciales de Televisión Azteca y Televisa.
  - En atención al principio de certeza electoral, las normas del reglamento deben exigir conductas de realización posible para todos los sujetos obligados.

- El IFE tendrá que explicar detalladamente los posibles escenarios durante las próximas precampañas y campañas en consideración de las condiciones de sustitución de materiales en los extremos máximos y mínimos.
- **Creación de la figura de las emisoras permisionarias privadas sin fines de lucro entre las que se incluyen a las llamadas comunitarias.**
- La previsión en la propuesta de reglamento de esta nueva figura jurídica es contraria a la Ley Federal de Radio y Televisión.
  - Todos los permisos se otorgan sin fines de lucro y, es esta condición, la diferencia esencial con los concesionarios.
  - El término “medios comunitarios” no existe en la Ley Federal Radio y Televisión.
  - La ley de la materia únicamente ofrece dos formas para el uso del espectro radioeléctrico: la concesión o el permiso.
  - De acuerdo con el mismo ordenamiento, los permisos sólo tienen las siguientes modalidades: oficiales, culturales, de experimentación, para escuelas radiofónicas y de entidades y organismos públicos.
- La inclusión de esta figura compete al Poder Legislativo Federal por ser el facultado para reformar la Ley Federal de Radio y Televisión.
  - Cualquier subtipo de estaciones sociales, tales como las llamadas “comunitarias”, deberían servir a comunidades geográficamente definidas y contar con un régimen jurídico especial que incluya características técnicas distintas.
  - La propuesta de reforma al reglamento pretende generar un régimen de excepción constitucional para este tipo de permisionarios.

#### XIV. A MANERA DE CONCLUSIÓN: LA EXPERIENCIA ACUMULADA Y EL ESCENARIO DEL PROCESO ELECTORAL FEDERAL 2011 - 2012

De la resolución del TEPJF que da origen a este dictamen de factibilidad, se desprende que la autoridad jurisdiccional electoral a nivel federal sugirió que la justificación de ajustes reglamentario **“...es posible mediante la emisión de un dictamen de factibilidad en el que se explique detalladamente los escenarios que se esperan para las próximas elecciones tomando en consideración las condiciones de sustitución de materiales en los extremos máximos y mínimos”**. Asimismo, se indicó que para lo anterior, **“...el diagnóstico tendría que tomar en cuenta elementos como el número de promocionales que se avencinan para el próximo proceso electoral federal, el número de cargos a elegir, la participación de siete partidos políticos nacionales y partidos políticos con registro local, las complejidades del bloqueo, entre otros temas relevantes”**. En este contexto, es este apartado se da cuenta de dichos elementos.

Primero, durante el **Proceso Electoral Federal 2011 – 2012 se elegirán 2,101 cargos**, como se muestra en la siguiente tabla. Esa cifra no representan ninguna complejidad para la administración de los

tiempos del Estado en radio y televisión en materia electoral, pues destaca que durante el **Proceso Electoral Federal intermedio (2009) y las 11 elecciones locales coincidentes con la federal, la competencia política fue por 1,504**, mientras que durante las elecciones locales celebradas el **primer semestre de 2010, la competencia por cargos de elección ascendió a 2,051 sin incluir los 391 presidentes de comunidad** que se eligieron en Tlaxcala durante ese periodo.

Entidad	Presidente	Gobernador	Senadores	Diputados MR	Diputados RP	Ayuntamientos	Total
Federal	1	--	128	300	200	--	<b>629</b>
Campeche	--	--	--	21	14	11	<b>46</b>
Colima	--	--	--	16	9	10	<b>35</b>
Chiapas	--	--	--	24	16	118	<b>158</b>
Distrito Federal	--	1	--	40	26	16	<b>83</b>
Guanajuato	--	1	--	22	14	46	<b>83</b>
Guerrero	--	--	--	28	18	81	<b>127</b>
Jalisco	--	1	--	20	19	125	<b>165</b>
México	--	--	--	45	30	125	<b>200</b>
Morelos	--	1	--	18	12	33	<b>64</b>
Nuevo León	--	--	--	26	16	51	<b>93</b>
Querétaro	--	--	--	15	10	18	<b>43</b>
San Luis Potosí	--	--	--	15	12	58	<b>85</b>
Sonora	--	--	--	21	12	72	<b>105</b>
Tabasco	--	1	--	21	14	17	<b>53</b>
Yucatán	--	1	--	15	10	106	<b>132</b>
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>128</b>	<b>647</b>	<b>432</b>	<b>887</b>	<b>2,101</b>

Segundo, en lo que respecta al número de partidos políticos que se competirán por cargos de representación el próximo año, detallados en la siguiente tabla, es importante señalar que en el **Proceso Electoral Federal 2011 – 2012 participarán 7 partidos políticos con registro nacional y 7 con registro local**, es decir, un escenario comparable en la experiencia del IFE pues durante el **Proceso Electoral Federal intermedio (2009) y las 11 elecciones locales coincidentes con la federal, el promedio de partidos políticos nacionales fue de 8 y se incluyeron 6 partidos locales en la competencia** y durante las elecciones locales celebradas el **primer semestre de 2010, la participación de partidos políticos**

**nacionales fue 7 y 12 locales.** Por lo tanto, esta variable no tiene mayor incidencia ni implicación en las propuestas de ajuste reglamentario.

Entidad	N° de partidos locales	Nombre de los partidos locales
Campeche	0	
Colima	1	Asociación Democrática Colimense (ADC)
Chiapas	1	Partido Orgullo Chiapas (POC)
Distrito Federal	0	
Guanajuato	0	
Guerrero	0	
Jalisco	0	
México	0	
Morelos	1	Partido Socialdemócrata (PSD)
Nuevo León	2	Partido Cruzada Ciudadana (PCC) Partido Demócrata (PD)
Querétaro	0	
San Luis Potosí	1	Partido Conciencia Popular (PCP)
Sonora	0	
Tabasco	0	
Yucatán	1	Partido Socialdemócrata del estado de Yucatán (PSD)

Tercero, la siguiente tabla indica el **número de promocionales pautados por emisora durante el Proceso Electoral Federal 2008 – 2009, tomando como base únicamente la duración de las etapas del proceso federal:**

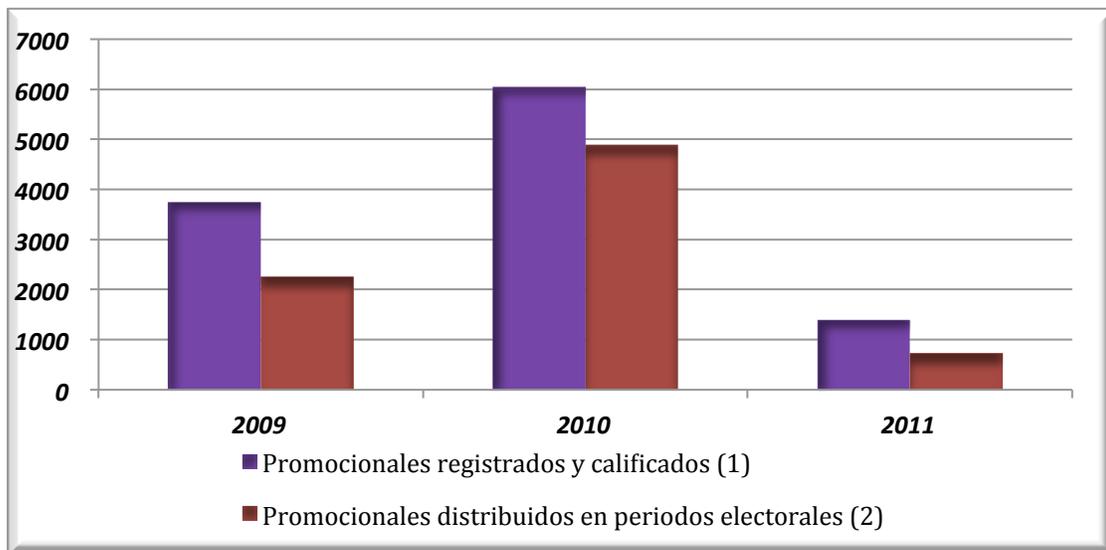
Etapa	N° de promocionales por emisora
<b>Precampaña</b>	3,840
<b>“Intercampaña”</b>	4,992
<b>Campaña</b>	5,760
<b>Reflexión o veda</b>	384
Total	<b>14,976</b>

Por su parte, como ya se indicó en apartados anteriores, durante las elecciones locales celebradas el primer semestre de 2010, en promedio, la distribución de espacios en la pauta para este periodo y en este conjunto de 15 elecciones simultáneas, fue de 12,480 promocionales.

En esta misma tesitura, de cara al Proceso Electoral Federal 2011 – 2012 la pauta contendrá la siguiente distribución:

Etapa	N° de promocionales por emisora
Precampaña	5,760
“Intercampaña”	4,128
Campaña	8,640
Reflexión o veda	384
Total	18,912

Adicional a estos importantes elementos en la distribución de espacios en la pauta por emisoras para cada año, destaca el número de promocionales de partidos políticos y autoridades electorales que han sido recibidos en el IFE, calificados técnicamente y distribuidos para procesos electorales. La siguiente gráfica ilustra lo anterior:



En lo fundamental, con estas series de datos se puede advertir lo siguiente:

Año	Número de promocionales pautados por emisora	Número de promocionales registrados y calificados <sup>(1)</sup>	Número de promocionales distribuidos en periodos electorales <sup>(2)</sup>
2009	14,976	3751	2256
2010	12,480	6046	4890
2011	13,728 <sup>(3)</sup>	1391	742

**Nota:** (1) El número corresponde a número de versiones registradas por el IFE cada año, incluye procesos electorales y periodo ordinario. (2) El número corresponde exclusivamente al número de versiones entregadas a concesionarios y permisionarios sólo en pauta electoral. En ambos casos se incluye la suma de material de radio y televisión. (3) Incluye Michoacán.

De esta última tabla, se puede afirmar que:

1. **No necesariamente a mayor número de promocionales en la pauta corresponde mayor número de versiones de promocionales** entregados a concesionarios y permisionarios de radio y televisión.
2. En la experiencia del IFE, **la mayor distribución de promocionales a medios de comunicación ha ocurrido durante elecciones no coincidentes.**
3. Dado que el escenario del Proceso Electoral Federal 2011 – 2012 contempla características similares al Proceso Electoral Federal 2008 – 2009, **se anticipa una tendencia que no supere el número máximo de promocionales electorales entregados a los medios de comunicación, máxime que existen dos elementos que apuntan a una disminución de versiones:**
  - a. El artículo 60, párrafo 1 del Cofipe señala que “...en el proceso electoral en que se renueven el Poder Ejecutivo de la Unión y las dos Cámaras del Congreso, cada partido deberá destinar, al menos, un treinta por ciento de los mensajes a la campaña de uno de los poderes, considerando las de senadores y diputados como una misma”. Por lo anterior, **es posible anticipar que la distribución de la pauta presentará mayores espacios para la elección presidencial y, tomando como referente la elección del Estado de México en donde sólo se compitió por un cargo (gobernador, la elección con menos versiones de promocionales pautados con 43), se anticipan menos promocionales que en otros momentos.**
  - b. Durante las 15 elecciones que se desarrollaron de manera simultánea el primer semestre de 2010, se compitió por 2,051 cargos de elección que generaron 4,890 versiones de promocionales y promediaron 8 versiones de promocionales a sustituir por cada una de las 248 órdenes de transmisión elaboradas en 19 elecciones locales entre 2010 y 2011. **Sobre esta base y, tomando en cuenta que durante el próximo**

año se estarán distribuyendo 56 órdenes de transmisión a nivel federal, la tendencia indicaría un máximo de 448 versiones diferentes para esa elección (todo el proceso, no sólo campaña como revela el análisis de órdenes de transmisión), incluyendo versiones como límite máximo para la elección presidencial y legislativa.

- c. Dado que Baja California (2010) registró el máximo número de promocionales a sustituir en una emisora (339), la **tendencia máxima apunta a que en un conjunto de 15 elecciones coincidentes se podría alcanzar 5,048 versiones de promocionales en conjunto.**

4. No obstante estas tendencias máximas, como solicita el TEPJF, es más importante aún reconocer los promedios. Al respecto, se puede anticipar que:

- a. El promedio de materiales, tomando en cuenta que del análisis de órdenes de transmisión resultaron 137 sustituciones promedio, **en el conjunto de 15 elecciones locales coincidentes, se podrían estimar 2,055 versiones de promocionales.**

De los datos presentados, se desprende que durante el **Proceso Electoral Federal 2011 – 2012, el volumen de promocionales a distribuir por tipo de elección mantendrá cuando más los límites máximos con los que el IFE ha administrado los tiempos del Estado en los últimos 3 años.**

Ahora bien, del análisis de los resultados del proceso de consulta a concesionarios y permisionarios, se desprende que:

- El IFE consultó a 1886 concesionarios y permisionarios que representan a 2319 emisoras de todo el país.
- Se recibió respuesta de 493 concesionarios y permisionarios:

Consulta	Opción	Cantidad	% de respuesta
4. ¿Se trata de un concesionario o permisionario?	Concesionario	423	85.80
	Permisionario	68	13.79
	No sabe	2	0.41



- De los 493 concesionarios y permisionarios que respondieron, no todos se pronunciaron sobre el cuestionario.
- Además, en varios de los cuestionarios no se pronunciaron respecto a algunas preguntas. Por ello, los datos estadísticos que se muestran a continuación, están basados únicamente en los pronunciamientos explícitos por pregunta y, por ende, el universo total puede variar de un gráfico a otro.

Aquí se muestran los datos más significativos para propósito de este dictamen de factibilidad, teniendo en cuenta que los concesionarios y permisionarios fueron consultados sobre la base de la siguiente propuesta de reforma reglamentaria:

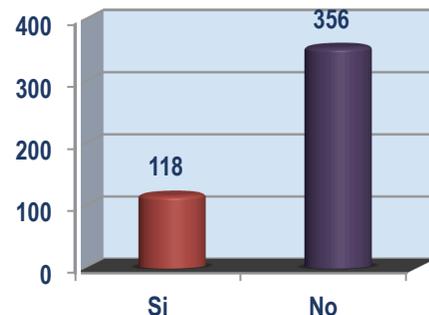
“Desde el inicio de la precampaña y hasta el día de la jornada electoral, los concesionarios y permisionarios podrán recibir las órdenes de transmisión y los materiales de radio y televisión vía electrónica, recepción satelital o en su domicilio. **El periodo en que las órdenes de transmisión y los materiales serán puestos a su disposición o entregados vía electrónica o satelital será de 3 días hábiles previos al inicio de su transmisión. La entrega en el domicilio del concesionario o permisionario se realizará al menos 2 días hábiles previos al inicio de su transmisión.**”

Los horarios de entrega o puesta a disposición se establecerán en los Lineamientos que al efecto se emitan. La entrega vía electrónica y de recepción satelital de órdenes de transmisión y materiales de radio y televisión será realizada a través de los medios que el Instituto establezca y en los términos que se determinen en los Lineamientos que al efecto se emitan”.

Al respecto, destacan los siguientes datos agregados:

1. El 75% de los concesionarios y permisionarios que emitieron una respuesta a la pregunta 8 del cuestionario de consulta señalan que los tiempos para la transmisión de promocionales no son posibles, tal como se indica en la siguiente tabla:

Consulta	Opción	Cantidad	% de respuesta
8. ¿Los tiempos de transmisión de materiales a que se refiere la propuesta que se pone a su consideración son plausibles?	Si	118	24.90
	No	356	75.10



2. A pesar de la respuesta anterior, resulta fundamental reconocer que de los concesionarios y permisionarios que sí contestaron puntualmente las respuestas del cuestionario, el 80.81% de los concesionarios y permisionarios que respondieron, manifestaron poder transmitir un promocional en menos de tres días, como se muestra enseguida:

Consulta	Opción	Cantidad	% de respuesta
6. ¿Cuál es el tiempo mínimo posible en la concesionaria/permisionaria a su cargo para transmitir un promocional, tomando en cuenta el tiempo que transcurre desde que se recibe el promocional, ya sea de carácter privado o de instituciones del Estado mexicano?	Menos de un día	42	24.42
	Un día	42	24.42
	Dos días	37	21.51
	Tres días	18	10.46
	Mayor a tres días	33	19.19

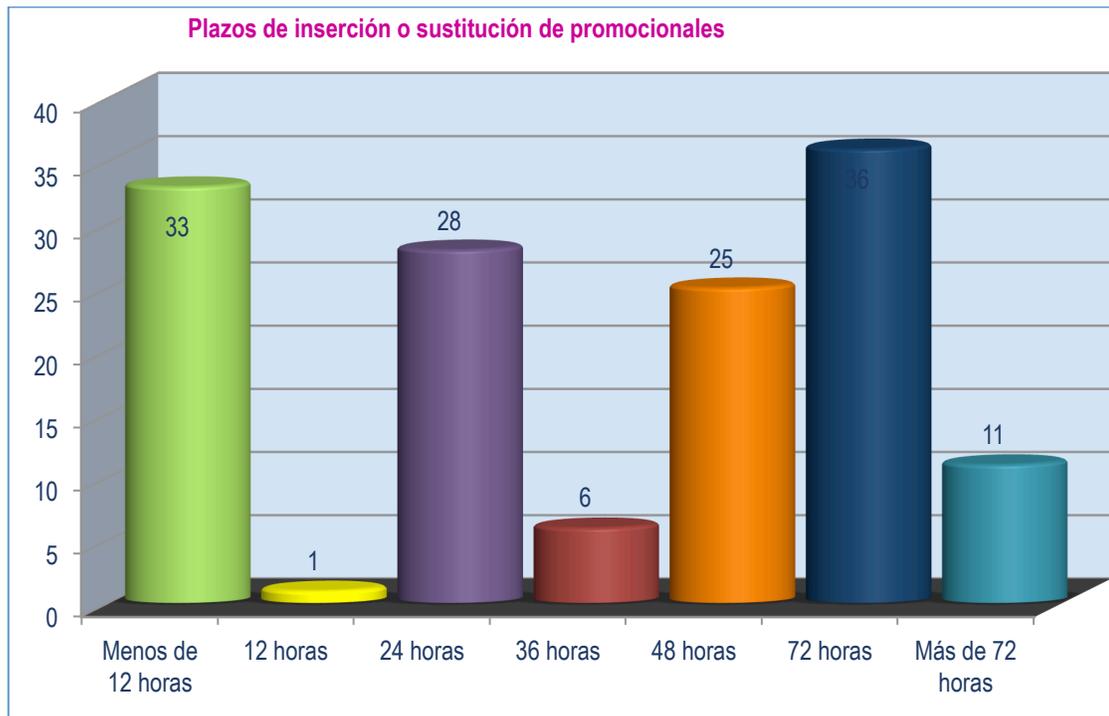
Es decir, existe una abierta contradicción con respecto a la pregunta anterior relativa al plazo propuesto en la reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión, pues en su operación los medios de comunicación reconocen que transmiten los promocionales, independientemente de que sean privados u de instituciones públicas, en un plazo similar a la propuesta reglamentaria.

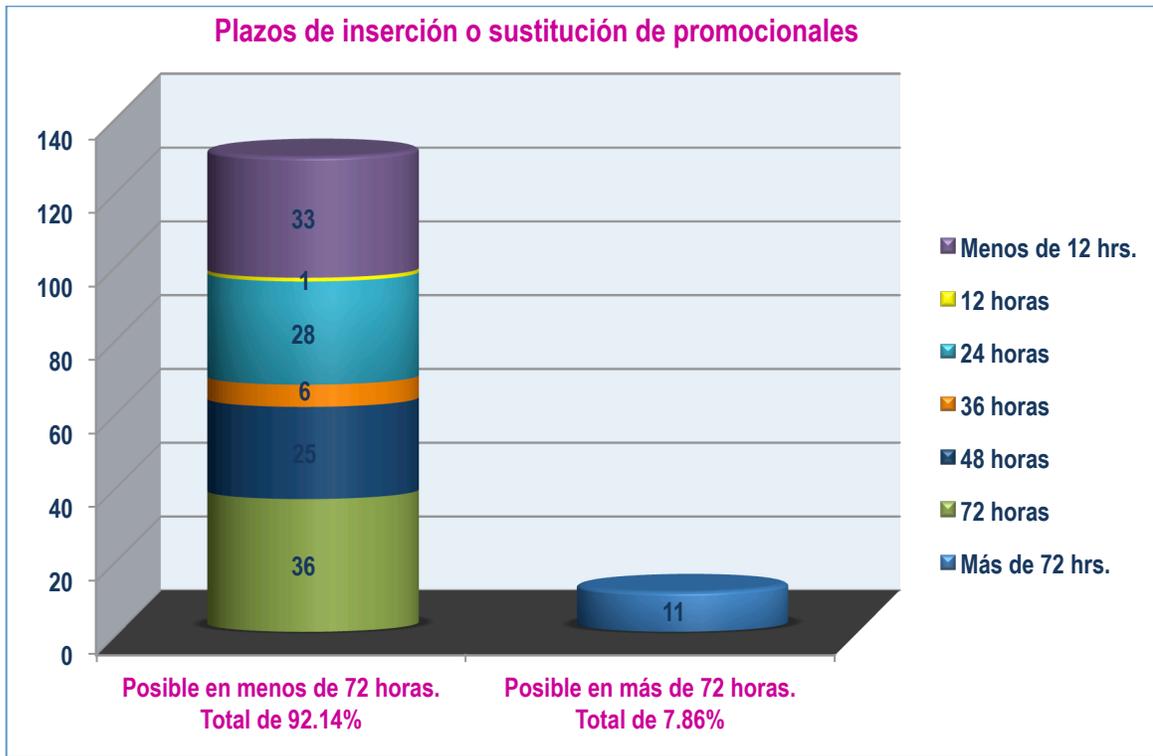


3. Aunado a lo anterior, la siguiente tabla ilustra que el **92.14%** de los concesionarios y permisionarios que respondieron manifiestan que pueden insertar un promocional en 72 horas o menos. Nuevamente, un plazo similar a la propuesta reglamentaria referida.

Consulta	Opción	Cantidad	% de respuesta
10. Informe, con base en los planes comerciales o mecanismos formales de ventas de la concesionaria/permisionaria a su cargo, cuáles son los plazos de inserción o sustitución de promocionales.	Menos de 12 horas	33	23.57
	12 horas	1	0.71
	24 horas	28	20.00
	36 horas	6	4.29
	48 horas	25	17.86
	72 horas	36	25.71
	Más de 72 horas	11	7.86

En consecuencia, es posible afirmar que la reducción de plazo a 3 días es posible, no obstante la diversidad de procesos operativos y de dispositivos tecnológicos usados por los concesionarios y permisionarios del país, que van de la ingesta en minidisos (tecnología de tres generaciones anteriores) hasta la alta definición y operación de distintas emisoras a escala nacional, como se reflejó en la consulta.





4. Más aún, a la pregunta expresa de “...cuál es el volumen máximo de promocionales distintos que la concesionaria/permisionaria a su cargo transmite en un día típico, incluyendo aquellos de carácter privado y de instituciones del Estado mexicano”, **resulta revelador que en promedio, una concesionaria o permisionaria transmite 219 promocionales (privados e institucionales del Estado mexicano) por día**, como se puede ver con precisión en la siguiente tabla. Los máximos alcanzados a esta pregunta llegaron a 800 promocionales, cifra muy superior a los 96 impactos que contiene una pauta electoral y, evidentemente mucho mayor al promedio de versiones de promocionales transmitidos en el conjunto de elecciones analizadas capítulos atrás (137).

Consulta	Cifras reportadas	
11. Indique cuál es el volumen máximo de promocionales distintos que la concesionaria/permisionaria a su cargo transmite en un día típico, incluyendo aquellos de carácter privado y de instituciones del Estado mexicano.	Promedio	219

Se ha argumentado en que la propuesta de reforma reglamentaria es necesaria:

- a. Porque la experiencia de 51 elecciones muestra que es necesario corregir y ajustar varios procedimientos para una correcta, eficiente y más ágil administración de los tiempos del estado.

- b. Porque existe una dispersión de criterios del TEPJF, Consejo General y Comité de Radio y TV que es necesario reflejar en un cuerpo reglamentario único y coherente.
- c. Porque es necesario pasar de un esquema que privilegia la sanción a otro que favorece la prevención y la cooperación.
- d. Porque los ciudadanos merecen un tipo de campaña que les ofrezca información oportuna para razonar su voto.
- e. Porque las campañas electorales requieren una mayor agilidad y flexibilidad, de manera que un promocional pueda ser transmitido en la misma semana en que se solicita.

**En este contexto, el dictamen de factibilidad, tal como lo mandató el TEPJF concentra elementos que permiten al IFE realizar una motivación que justifique razonablemente la pertinencia de modificar los plazos de transmisión de los promocionales en radio y televisión, pues se respalda en un documento objetivo y pertinente que sirve de soporte para justificar la implementación de la modificación reglamentaria impugnada.**

**Además de que el diagnóstico incluye evidencia objetiva que refleja cuál ha sido la experiencia del IFE en las elecciones que ha llevado a cabo bajo en nuevo modelo de comunicación político electoral en radio y televisión, el presente documento constituye un dictamen de factibilidad en el que se explica detalladamente los escenarios que se esperan para las próximas elecciones tomando en consideración las condiciones de sustitución de materiales en los extremos máximos y mínimos. En síntesis, este dictamen concluye que la reducción de plazos para realizar la sustitución de materiales (de 5 a 3 tres días) es posible y, virtud de la consulta pública a los concesionarios y permisionarios de la radio y la televisión, puede afirmarse también que estos plazos mantienen una relación favorable con las respuestas de dichos medios de comunicación.**

**No obstante, existe un porcentaje significativo de concesionarios y permisionarios que indican que los plazos propuestos no son posibles en la operación por diversas circunstancias como se refiere en el apartado correspondiente. Existen casos concretos cuya acumulación de materiales notificados, producto de entregas en domicilio distinto al de la localización de las estaciones de concesionarios y/o permisionarios que efectivamente transmiten, implica una administración de los mismos de una cantidad significativamente mayor al de una concesionaria y/o permisionaria en particular. Casos concretos implican que mientras el promedio del que se hizo referencia en estas conclusiones (137 sustituciones promedio), existen casos en los que, por ejemplo, el primer semestre de 2010 recibieron casi 2,000 materiales. De lo anterior, debe preverse un plazo mayor a la regla general con al menos 1 día adicional.**