



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

PRESENTACIÓN

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

EL NÚMERO DE CARGOS DE ELECCIÓN BAJO EL MODELO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA DESDE 2008

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

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

TIEMPOS DE APROBACIÓN DE PAUTA POR TIPO DE ELECCIÓN DESDE 2008

DISTRIBUCIÓN DE PROMOCIONALES POR PAUTA Y TIPO DE ELECCIÓN DESDE 2008

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

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

NÚMERO DE ÓRDENES DE TRANSMISIÓN POR TIPO DE ELECCIÓN DURANTE 2010 Y 2011

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

EL CASO DE MEDIDAS CAUTELARES

LOS “BLOQUEOS” EN LA TRANSMISIÓN DE PROMOCIONALES

RESULTADOS DE LA CONSULTA PÚBLICA A CONCESIONARIOS Y PERMISIONARIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN

A MANERA DE CONCLUSIÓN: LA EXPERIENCIA ACUMULADA Y EL ESCENARIO DEL PROCESO ELECTORAL FEDERAL 2011 – 2012

PRESENTACIÓN

El 27 de junio de 2011, el Consejo General del Instituto Federal Electoral (IFE) aprobó diversas reformas al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral. Con motivo de ese Acuerdo, identificado con la clave 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 TEPJF resolvió los recursos de apelación radicados en el expediente SUP-RAP-0146-2011 y acumulados, relativos a la aprobación de la reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral.

De la resolución, se desprenden los siguientes motivos de inconformidad:

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 agrupen 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 estos medios de comunicación. En ejercicio de esta atribución, **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
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

N°	Tipo de elección	Año	Entidad	Precampaña	Intercampaña	Campaña	Veda	Jornada Electoral
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
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

N°	Tipo de elección	Año	Entidad	Precampaña	Intercampaña	Campaña	Veda	Jornada Electoral
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 Diputados 7 al 21 de abril Concejales. 22 de abril al 1 de mayo	2 al 6 de abril	2 de mayo al 30 de junio	1 al 4 de julio	4 de julio
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

N°	Tipo de elección	Año	Entidad	Precampaña	Intercampaña	Campaña	Veda	Jornada Electoral
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
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
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

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

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 similar de cargos que los que serán elegidos**

en el proceso electoral federal que ya se encuentra en curso, pues durante los procesos electivos estatales transcurridos en el 2010 se disputaron 2,051 cargos, mientras que para este proceso federal y las elecciones locales coincidentes, el número de cargos asciende a 2,101, lo que implica una diferencia de 50 que en términos porcentuales, apenas alcanza el 2.37% del total de cargos, diferencia que no resulta significativa.

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
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

N°	Tipo	Año	Entidad	Radio	Televisión	Total
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
Total				2,987	1,080	4,067

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 emisoras de radio y televisión (los combos de transición AM – FM, cuentan por una señal) 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 obligó a la modificación de la pauta** en el segmento correspondiente al 30% igualitario, de conformidad con el artículo 98, párrafo 5 del código de la materia. La siguiente tabla da cuenta precisa del número de partidos y coaliciones por elección:

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) Partido Encuentro Social (PSD)	0	Alianza por Baja California (PAN-PNA-PES) Alianza por un Gobierno Responsable (PRI-PVEM) Por la Reconstrucción de Baja California (PT-CONV)	9
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

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
8	PEX	2010	Coahuila	6	0		2	Unidos por la Paz y el Progreso (PAN-PRD-PT- CONV)" Por la transformación de Oaxaca (PRI-PVEM)	8
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
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

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
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 (PRS-CONV) Por el Nayarit que Todos Queremos (PRI-PNA)	12
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 transformación de Oaxaca (PRI-PVEM)	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
34	PEX	2011	Oaxaca	6	0		2	Unidos por la Paz y el Progreso (PAN-PRD-PT- CONV)" Por la transformación 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 por Sinaloa (PAN-PRD-CONV)	9
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

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
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 Adelante (PRI-PVEM-PNA)	10
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
Total				366	29		36		431

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, en los procesos electorales locales que se llevaron a cabo en el 2008, el IFE garantizó el acceso a la radio y a la televisión a un máximo de 8 partidos políticos nacionales y un mínimo de 6. Por lo que respecta a los partidos con registro ante los institutos o consejos electorales estatales, el máximo de partidos locales ascendió a 2 y el mínimo fue 0. En relación con las coaliciones totales, en esos procesos electivos, se asignaron tiempos en radio y televisión a un máximo de 3 coaliciones y a un mínimo de 0.

Durante el proceso electoral federal de 2009 y las 11 elecciones locales coincidentes, el Instituto asignó tiempos en radio y televisión a un máximo de 8 partidos políticos

nacionales, 2 partidos locales y 1 coalición, y a un mínimo de 6 partidos nacionales, sin partidos locales ni coaliciones totales registradas.

Por lo que respecta a los procesos comiciales transcurridos en el 2010, el IFE garantizó la prerrogativa de acceso a radio y televisión a un máximo de 7 partidos políticos nacionales, 5 partidos locales y 2 coaliciones, y a un mínimo de 6 partidos nacionales, sin partidos con registro local ni coaliciones totales. Como se advierte, en un caso, en específico el proceso electoral de Tlaxcala, el Instituto asignó tiempos en radio y televisión a un total de 12 partidos políticos nacionales y locales (7 nacionales y 5 locales).

Finalmente, durante los procesos electorales que ya concluyeron en este año, el Instituto asignó espacios en estos medios de comunicación a un máximo de 7 partidos políticos nacionales, 3 partidos con registro local y hasta 3 coaliciones, y a un mínimo de 6 partidos nacionales, sin partidos locales ni coaliciones totales registradas.

De cara al Proceso Electoral Federal 2011 – 2012 y las 15 elecciones locales coincidentes, se espera la participación de 7 partidos políticos nacionales y de un máximo de 4 partidos con registro estatal. Por lo que los tiempos del Estado en las emisoras de radio y televisión en algunos casos, serán distribuidos conforme a las reglas previstas en el código de la materia, entre 11 partidos políticos nacionales y locales.

A continuación se inserta una tabla que resume estas comparaciones:

PROCESOS ELECTORALES	PARTIDOS POLÍTICOS NACIONALES			PARTIDOS POLÍTICOS LOCALES			COALICIONES		
	Máximo	Mínimo	Promedio	Máximo	Mínimo	Promedio	Máximo	Mínimo	Promedio
2008	8	6	7.25	2	0	1	3	0	0.75
2009	8	6	7.6	2	0	0.33	1	0	0.27
2010	7	6	6.8	5	0	0.73	2	0	0.78
2011	7	6	6.9	3	0	0.5	3	0	1.3

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 nacionales y locales que los que previsiblemente contendrán en el proceso electoral federal 2011 – 2012 y en las 15 elecciones coincidentes.

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
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

N°	Tipo	Año	Entidad	Precampaña	Campaña
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		
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, y para que los distintos órganos del Instituto sesionen con motivo de la aprobación de los catálogos y la orden de 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 o las disoluciones de coaliciones totales** obligan a modificar pautas, en cumplimiento al artículo 98, párrafo 5 del código de la materia, en algunos casos, el plazo ha impedido que los pautados inicien su vigencia en correspondencia con una etapa electiva. El caso más emblemático se recoge en el *Acuerdo del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal*

Electoral por el que se modifica el “Acuerdo del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral por el que se modifica el ‘Acuerdo del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral por el que se aprueban el modelo de distribución y las pautas para la transmisión en radio y televisión de los mensajes de los partidos políticos durante la precampaña y la campaña del proceso electoral ordinario dos mil once en el estado de Nayarit’ identificado con el número ACRT/006/2011, con motivo del registro de coaliciones totales ante el Instituto Estatal Electoral de Nayarit”, identificado con la clave ACRT/007/2011, con motivo del retiro del Partido Acción Nacional de la coalición denominada “Nayarit, Paz y Trabajo”, identificado con la clave ACRT/013/2011).

- b) Cuando el **Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) ordena acatar una resolución** y el plazo reglamentario pone en riesgo el oportuno acceso a la radio y a la televisión por parte de los partidos políticos, durante los procesos electorales (v.gr. resolución SUP-RAP-100/2010 sobre el proceso electoral extraordinario en Ixcamilpa de Guerrero, Puebla, y la ejecutoria SUP-RAP-37-2011 y acumulados sobre la aprobación del catálogo y las pautas para el proceso electoral que tuvo lugar en el Estado de México hace unos meses). Inclusive, el propio TEPJF ha ordenado la no aplicación de este plazo para salvaguardar la prerrogativa de los partidos políticos en estos medios de comunicación (sentencia recaída al juicio de revisión constitucional SUP-JRC-29/2009 y al recurso de revisión SUP-RAP- 135/2009, acumulados, relativa a la distribución de tiempos en radio y televisión durante el proceso electoral local llevado a cabo en Sonora en el 2009), y
- c) En lo que respecta a las elecciones extraordinarias, el plazo ha resultado excesivo considerando que resulta necesaria la concurrencia de autoridades electorales locales y de diversos órganos del IFE, razón por la cual el Consejo General del Instituto ha ejercido su facultad de atracción, con base en el artículo 76 párrafo 1, inciso a) del código en la materia, para aprobar las pautas que ordinariamente deberían emitir el Comité de Radio y Televisión y la Junta General Ejecutiva, en sus respectivos ámbitos de competencia. En estos casos que debieran ser excepcionales, el Consejo General ha estimado que de no ejercitar tal facultad, se pondría en riesgo el oportuno acceso al tiempo del Estado en radio y televisión. Por ejemplo, los procesos extraordinarios celebrados en Lamadrid y Juárez, Coahuila (CG102/2010); San José Estancia

Grande, Oaxaca (CG303/2010); Acuamanala 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).

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; debido al registro o disolución de coaliciones totales; 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 y en algunos casos, también institutos o consejos electorales locales, 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, de acuerdo con el Reglamento vigente y con la propuesta que se analiza, 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 y aprobada, tanto por el Comité de Radio y Televisión como por la Junta General Ejecutiva, desde 2008. Es importante precisar que se trata de los espacios disponibles en la pauta, no de versiones de promocionales.

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
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
42	PEL©	2009	Sonora	132	96	12,672

N°	Tipo	Año	Entidad	Días de proceso electoral	Promocionales pautados por día en cada emisora	Promocionales pautados en el periodo (en cada emisora)
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
Total				6,075	96	583,200

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** (proceso electoral local con jornada coincidente con la federal de San Luis Potosí, 2009) **y el más corto, sin considerar las elecciones extraordinarias, corresponde a 63 días** (proceso electoral local no concurrente con el federal de Hidalgo, 2008). En **promedio, los comicios de la tabla promedian 130.5 días de duración.**
2. El IFE ha aprobado pautas con una **distribución máxima de promocionales para partidos políticos y autoridades electorales de 21,888 y con un mínimo de 6,048, en los casos de San Luis Potosí en 2009 e Hidalgo en 2008, respectivamente.** En promedio, en el conjunto de elecciones federales y locales, las pautas han contado con una **distribución de 12,528 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 la mínima 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.**

4. 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**.
5. Otra comparación relevante indica que durante el **Proceso Electoral Federal intermedio de 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**.
6. De los datos presentados, se desprende que durante el **Proceso Electoral Federal intermedio de 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**.
7. 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 **2,256 versiones de promocionales de los partidos políticos y autoridades electorales**, mientras que durante los 15 **procesos locales del primer semestre de 2010 se entregaron 4,890 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**

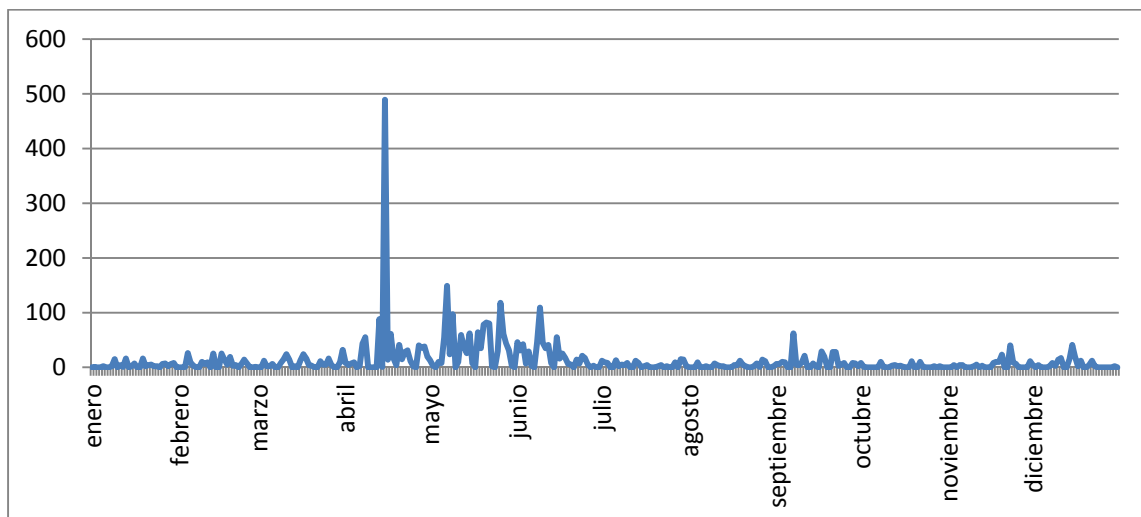
poco más de 12 millones de espacios pautados correspondieron 4,890 versiones distintas de promocionales.

Así, resulta evidente que el número de espacios en las pautas no necesariamente 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, esto es, el máximo de materiales recibidos por año, así como la tendencia fuera de un proceso comicial (federal o local).

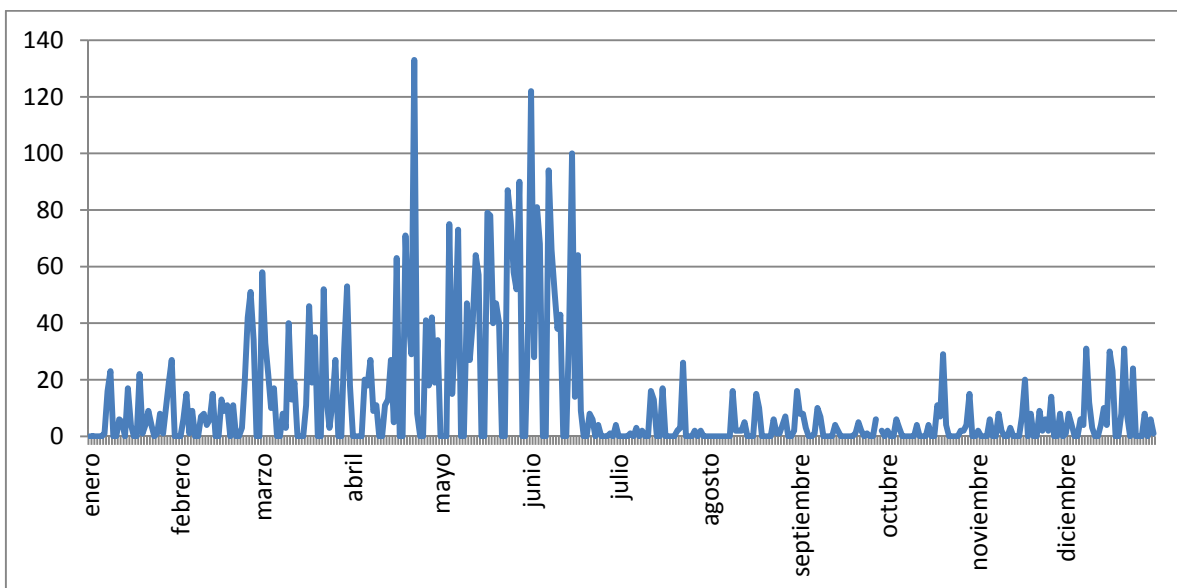
Promocionales recibidos y calificados técnicamente durante 2009



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 la recepción de 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 para la recepción, verificación técnica y emisión del dictamen respectivo).

Promocionales recibidos y calificados técnicamente durante 2010

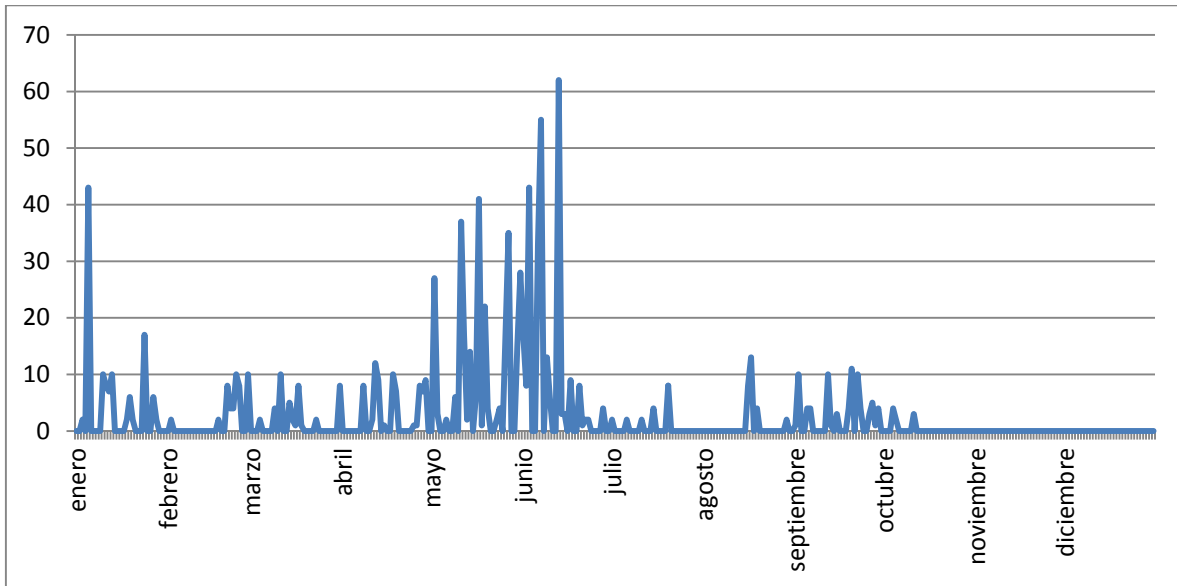


A diferencia de la gráfica anterior que reflejó la operación técnica del IFE para atender un Proceso Electoral Federal intermedio y 11 elecciones coincidentes, esta gráfica revela dos momentos fundamentales: a) primer semestre con la administración de tiempos del Estado para 15 elecciones locales simultáneas, 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 al 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 para su recepción, verificación técnica y emisión del dictamen respectivo).

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, y 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 campañas (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 al de la etapa de campaña (nunca se registró un “pico” mayor a 15 materiales por día).** Los “picos” de enero corresponden 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, incluyendo la verificación técnica y la emisión del dictamen correspondiente).

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 atiende 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 de forma inmediata, 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

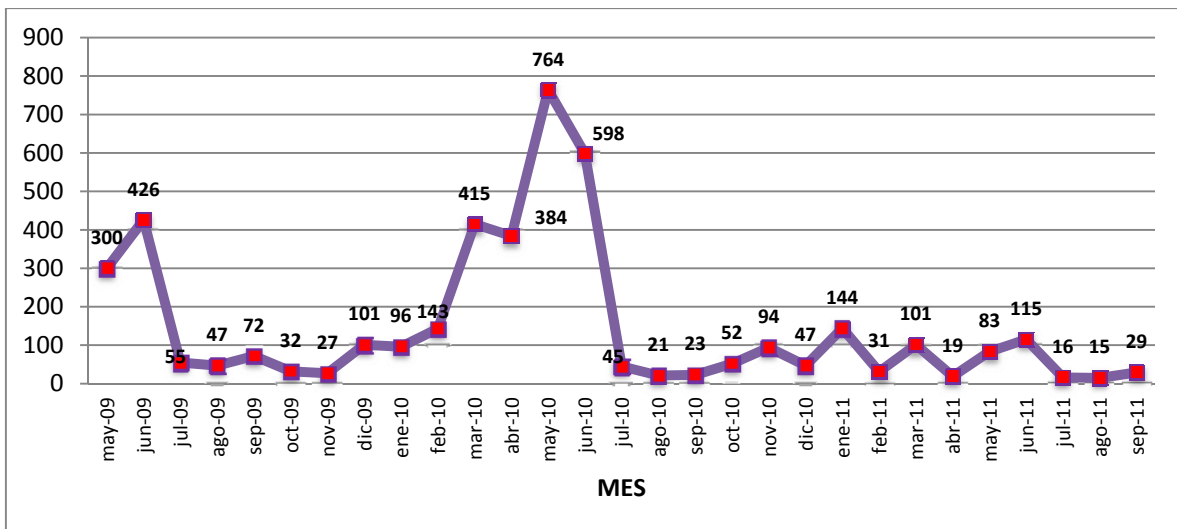
Fecha	No. de Oficio	No. de materiales
07/12/2007	JC/520/2007	(2 versiones)
22/07/2008	JC/364/2009	(3 versiones)
31/07/2008	JC/436/2008	(1 versión)
13/11/2008	JC/920/2008	(3 versiones)
13/11/2008	JC/921/2008	(4 versiones)
21/11/2008	JC/939/2008	(4 versiones)
23/01/2009	AEL/063/2009	(2 versiones)
18/02/2009	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)

Cabe señalar que en estos casos, el volumen de materiales que ordinariamente se notifica a estos tres concesionarios es considerable dada la cantidad de emisoras que operan las mismas personas morales. No obstante, en cuanto se ha informado al IFE de estas inconsistencias, los materiales se reponen de forma inmediata sin que en ningún caso se haya comprometido la entrada al aire de los promocionales de los partidos políticos y de las autoridades electorales.

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

Una de las modalidades de entrega que ha incrementado considerablemente la eficiencia de la distribución de materiales del IFE al interior del país, ha sido el envío satelital de los materiales de televisión de los partidos políticos y de las autoridades electorales. 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



La gráfica muestra el envío de materiales por satélite y recepción al momento de los mismos en 85 puntos del país para su transmisión durante el Proceso Electoral Federal intermedio de 2009 y sus 11 elecciones coincidentes, 15 elecciones locales simultáneas transcurridas en el primer semestre 2010, 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 al 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 en un mes).

Cabe precisar que en todos los casos, aún en aquellos identificados como “picos” en las gráficas presentadas, el IFE ha recibido y verificado técnicamente la totalidad de los materiales entregados en un mismo día, y emitido los dictámenes respectivos, dentro del plazo previsto en el Reglamento vigente, esto es, dentro de las 36 horas posteriores a su recepción.

IX. EL 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 fue objeto de diversas mejoras 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 las instrucciones precisas para la difusión 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, de conformidad con el propio Reglamento de la materia;

- c. Existen tiempos y plazos determinados por el Comité de Radio y Televisión, en cada Acuerdo de aprobación de pautas, para la entrega de materiales y 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, incluyendo horarios de atención y especificaciones técnicas (duración y calidad) de los materiales (v.gr. ACRT/066/2009 y ACRT/040/2010).

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:

N°	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
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

N°	Tipo	Año	Entidad	Precampaña	Intercampaña	Campaña	Reflexión	Total
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
Total				287	116	523	53	979

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 con motivo del proceso electivo que celebró la entidad en 2010, 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 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). Lo anterior permitirá que los partidos políticos y las autoridades electorales realicen dos cambios de sus materiales

cada semana, con lo que se brindará una mayor agilidad, dinamismo y eficiencia que permitirá que las autoridades electorales y en particular, los partidos políticos, estén en posibilidad de difundir una mayor variedad de mensajes durante los procesos electorales locales y federales.

Es importante precisar que la sola notificación de órdenes de transmisión y la determinación del número semanal de estos instrumentos no le depara perjuicio alguno a los concesionarios y permisionarios, máxime que tal y como se ha hecho para los procesos electorales celebrados a partir de 2010, el Comité de Radio y Televisión ha aprobado calendarios para la entrega de materiales y la notificación de las órdenes de transmisión (v.gr. ACRT/066/2009 y ACRT/040/2010, que establecen los modelos de calendarios aplicables a los procesos electorales de 2010 y de 2011, respectivamente), los cuales se notifican con 20 días de anticipación al inicio del proceso electivo de que se trate, permitiendo que los concesionarios y permisionarios conozcan las fechas precisas en que la autoridad electoral entregará los materiales y las órdenes de transmisión.

La precisión del número de órdenes de transmisión que se generarán cada semana durante los procesos electorales no es más que la garantía a los partidos políticos y a las autoridades electorales del dinamismo que se busca imprimir al modelo de comunicación política mediante la reforma reglamentaria que se analiza.

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

Tomando en consideración que, tal como se indicó en el apartados previos, 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 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 TEPJF, 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.

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

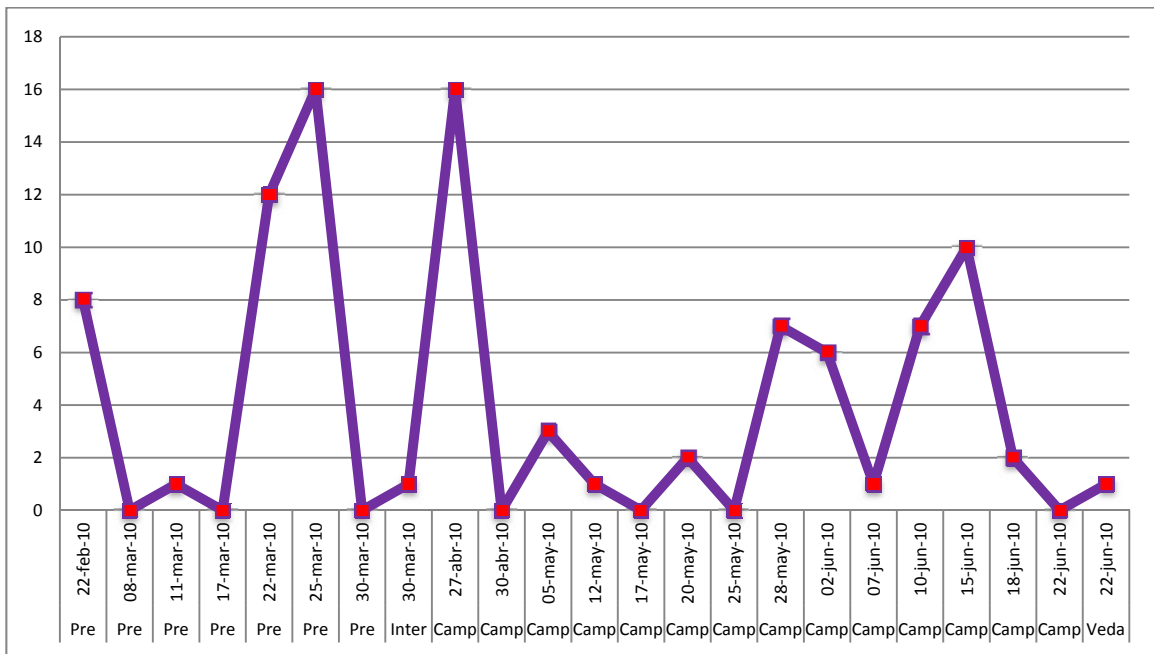
- a. 132 órdenes de transmisión de precampaña;
- b. 48 órdenes de transmisión de “intercampaña”;
- c. 248 órdenes de transmisión de campaña, y
- d. 19 órdenes de transmisión del periodo de reflexión o veda.

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

AGUASCALIENTES (2010)

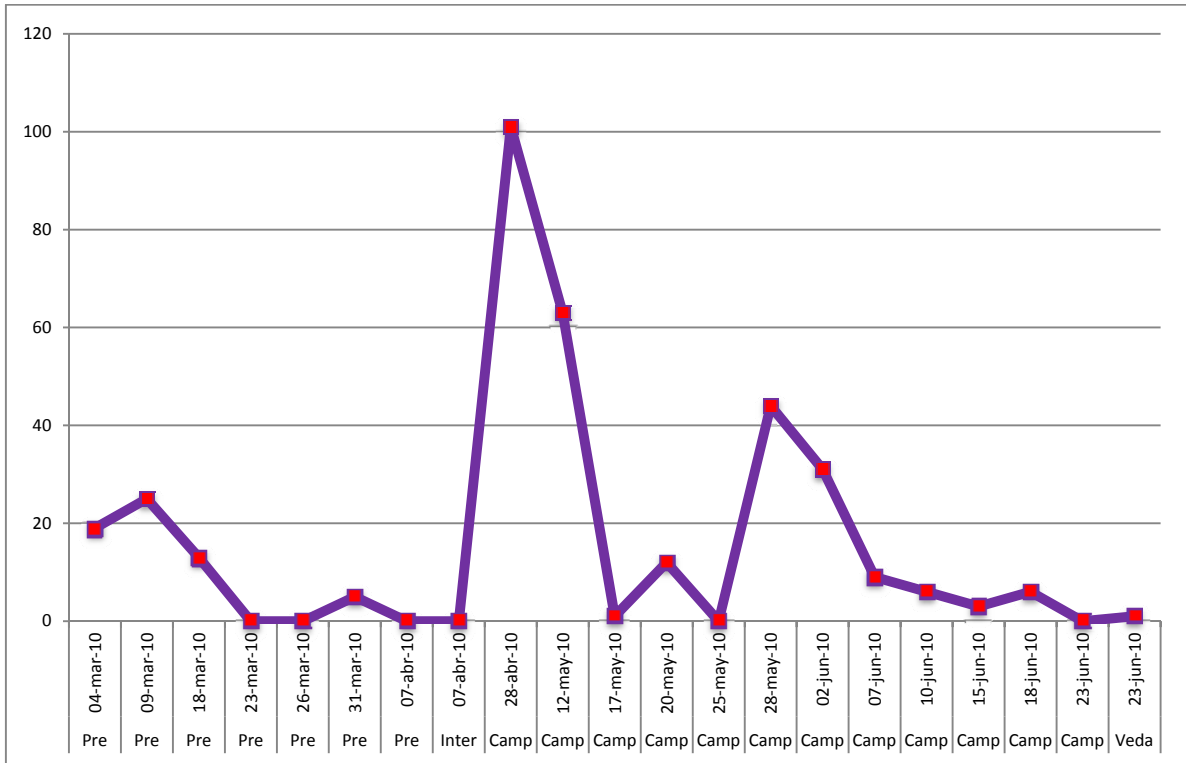
Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Precampaña	22-feb-10	8
Precampaña	08-mar-10	0
Precampaña	11-mar-10	1
Precampaña	17-mar-10	0
Precampaña	22-mar-10	12
Precampaña	25-mar-10	16
Precampaña	30-mar-10	0
Intercampaña	30-mar-10	1
Campaña	27-abr-10	16
Campaña	30-abr-10	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

Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
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		94



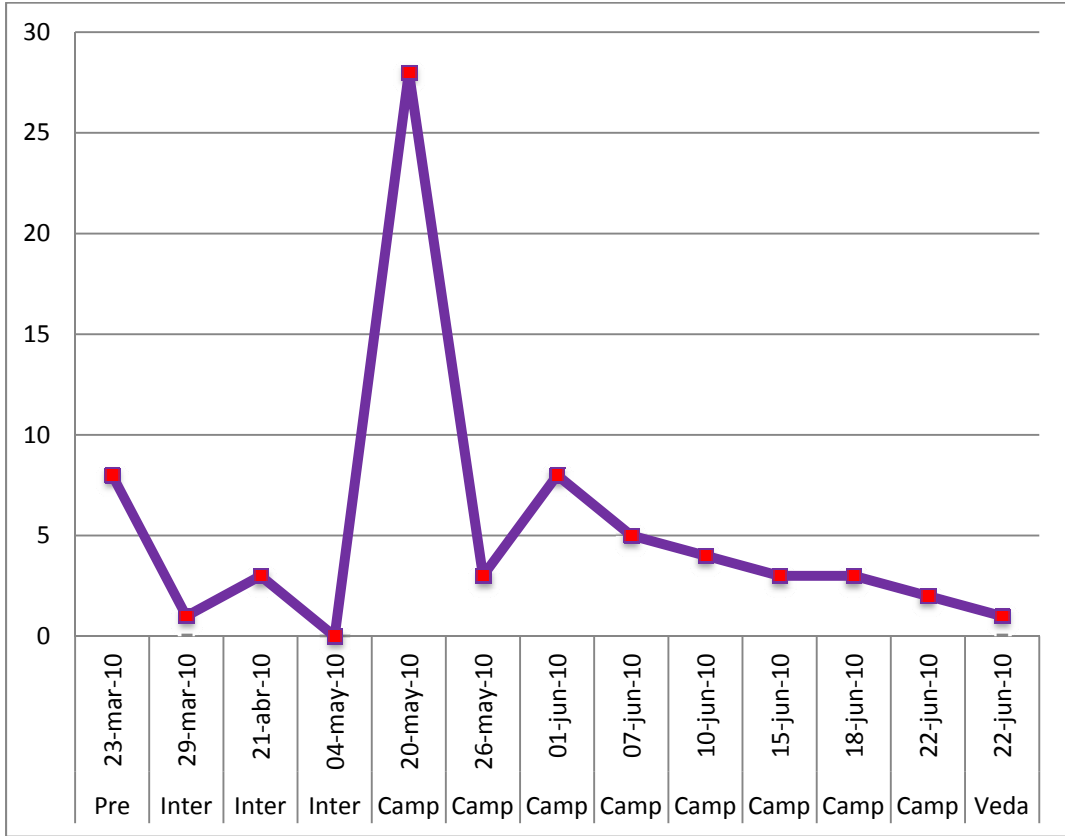
BAJA CALIFORNIA (2010)

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
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		339



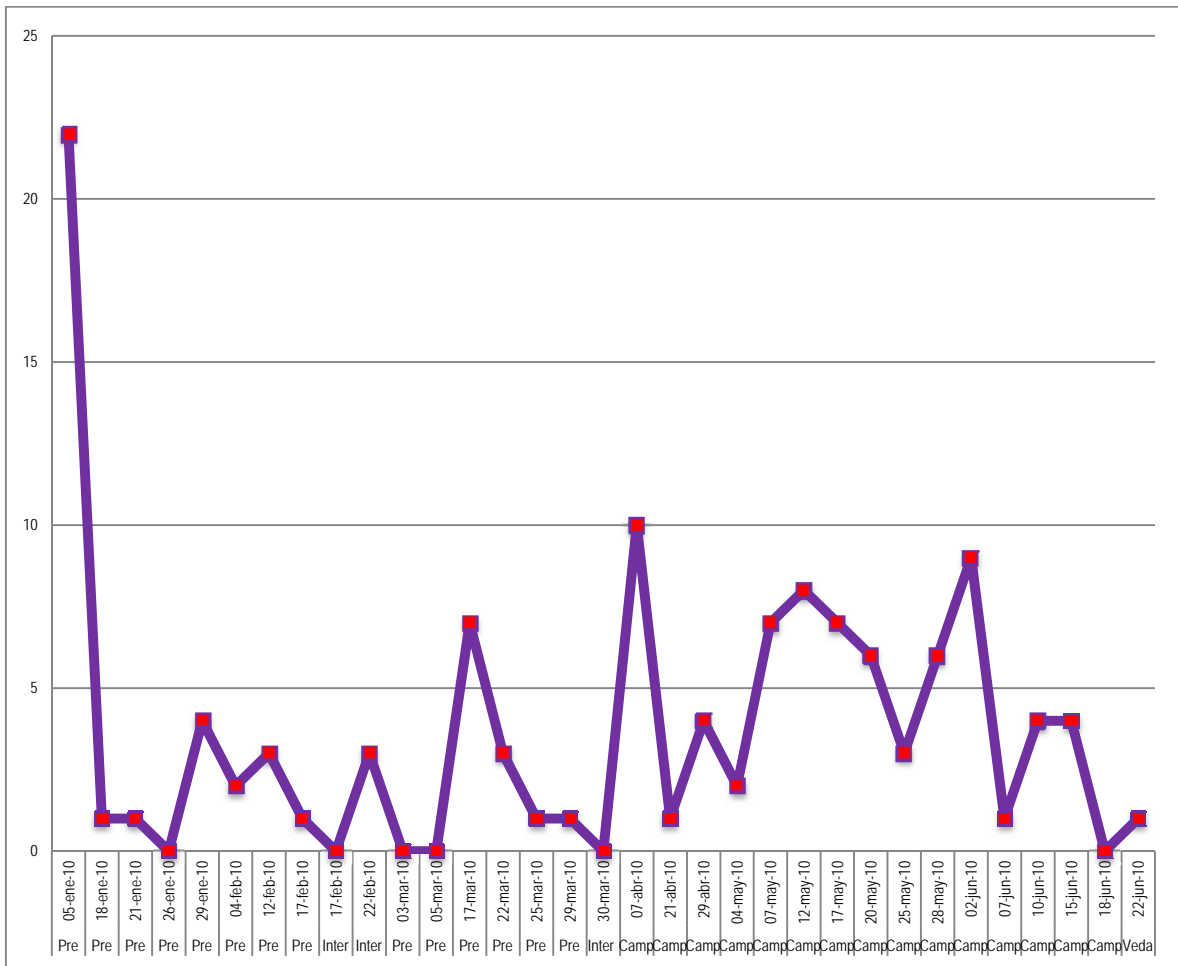
CHIAPAS (2010)

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



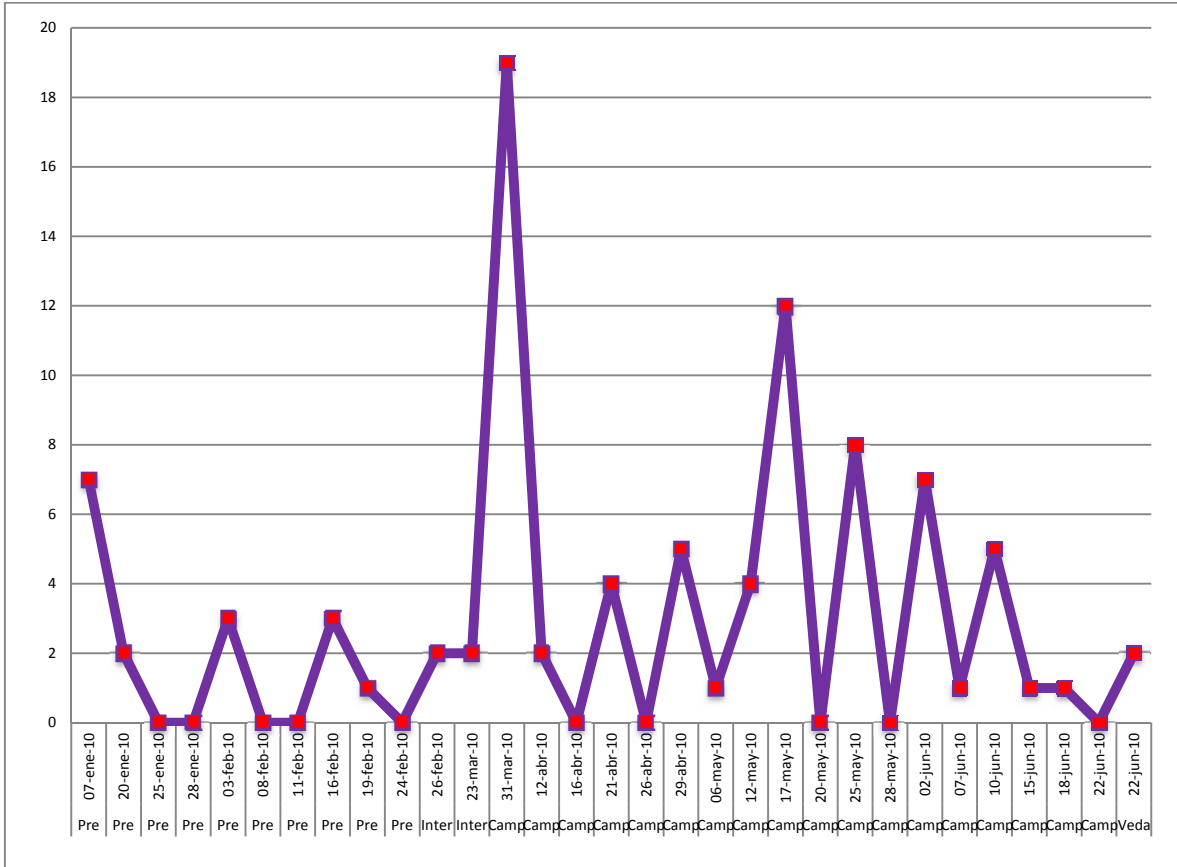
CHIHUAHUA (2010)

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
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
Totales		122



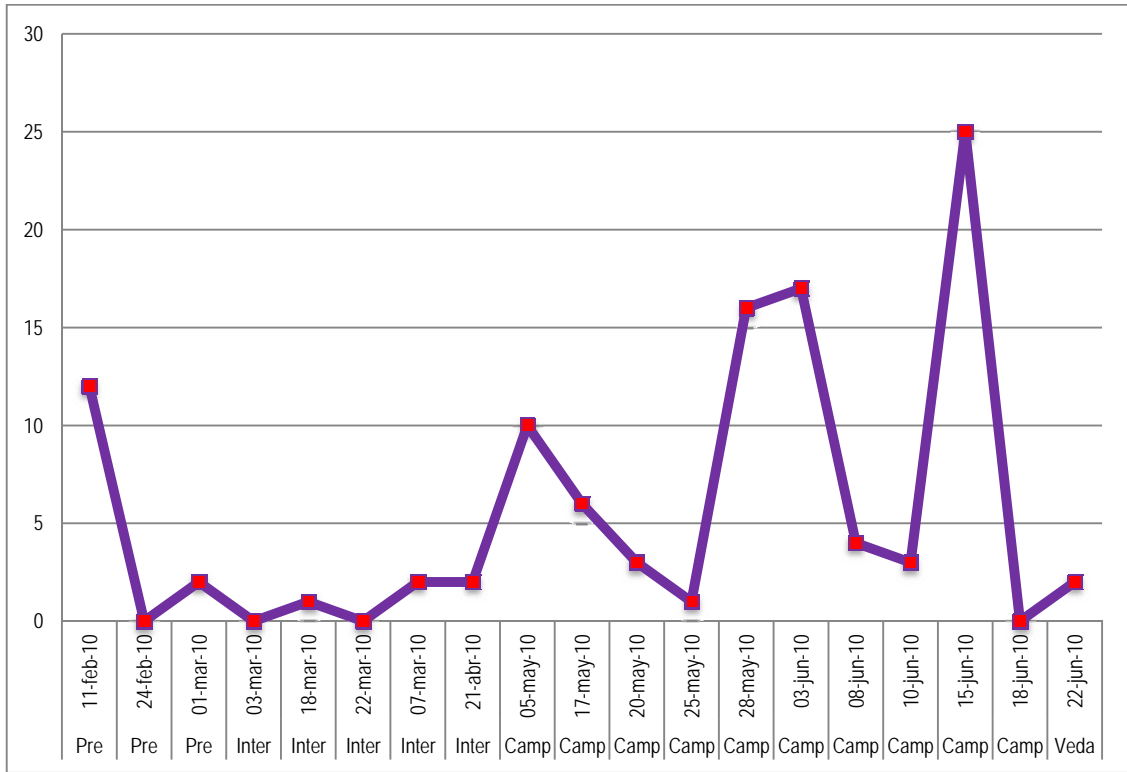
DURANGO (2010)

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
Campaña	18-jun-10	1
Campaña	22-jun-10	0
Veda	22-jun-10	2
Totales		92



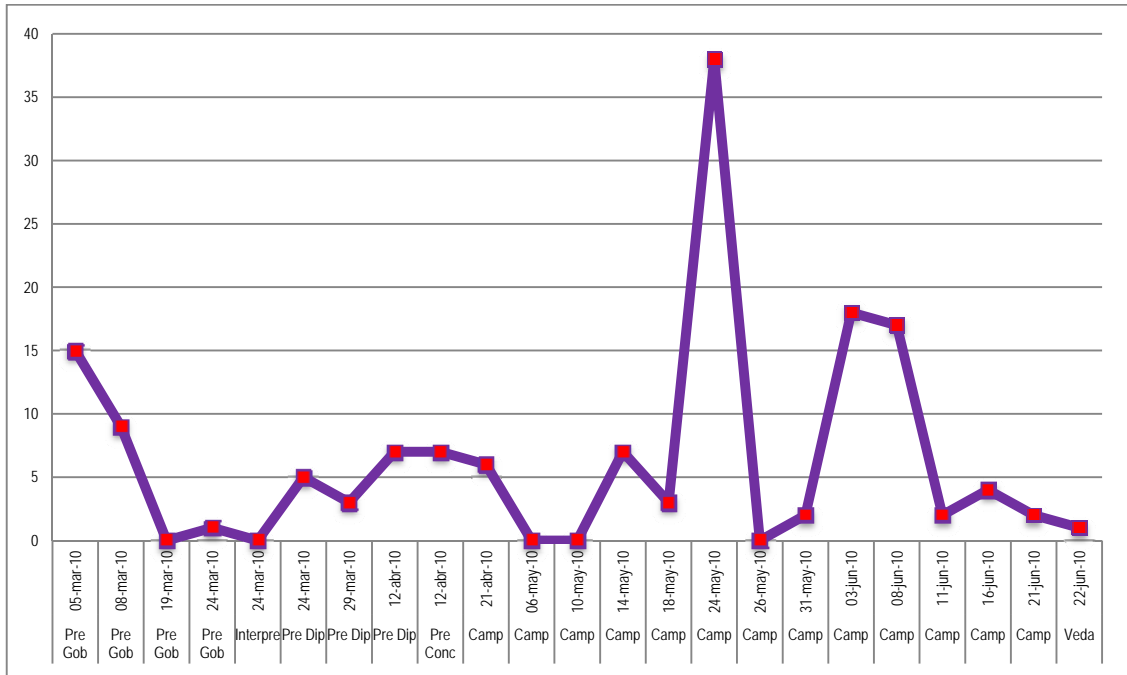
HIDALGO (2010)

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
Totales		106



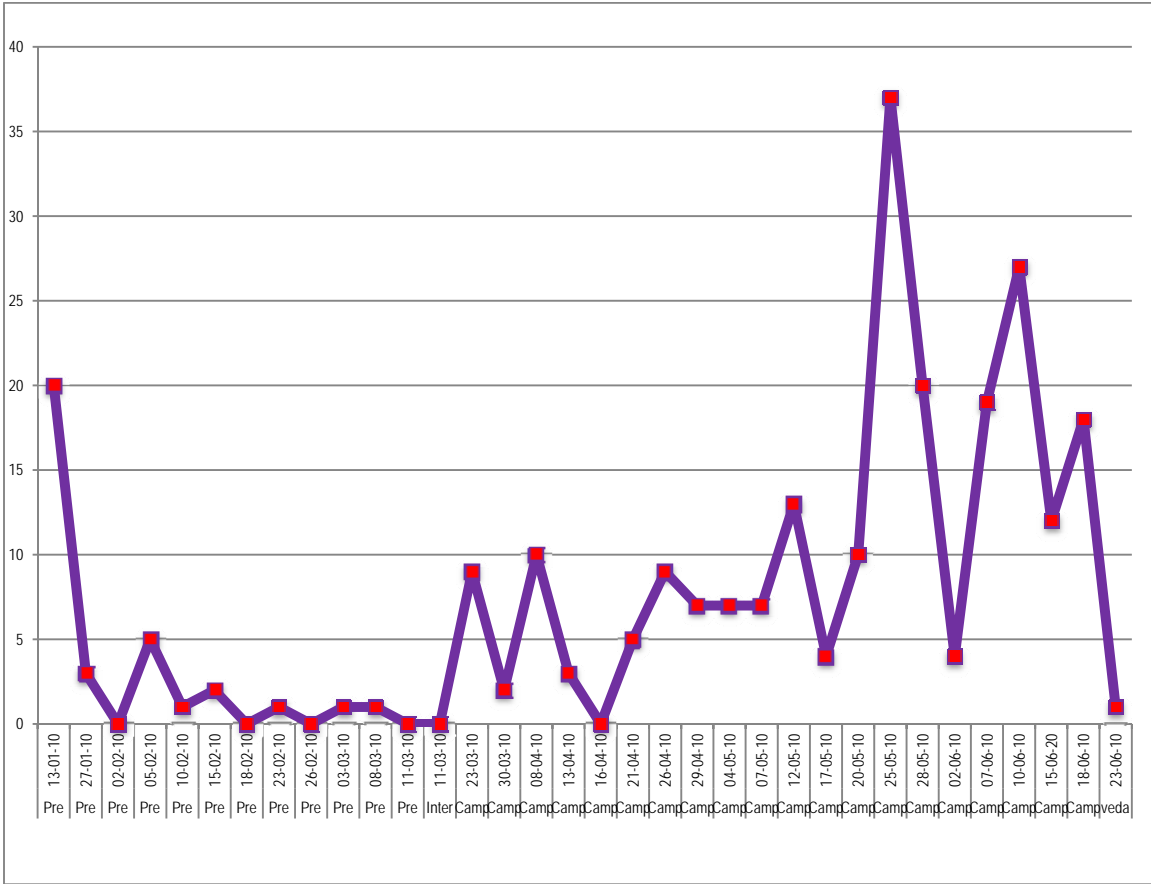
OAXACA (2010)

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
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		147



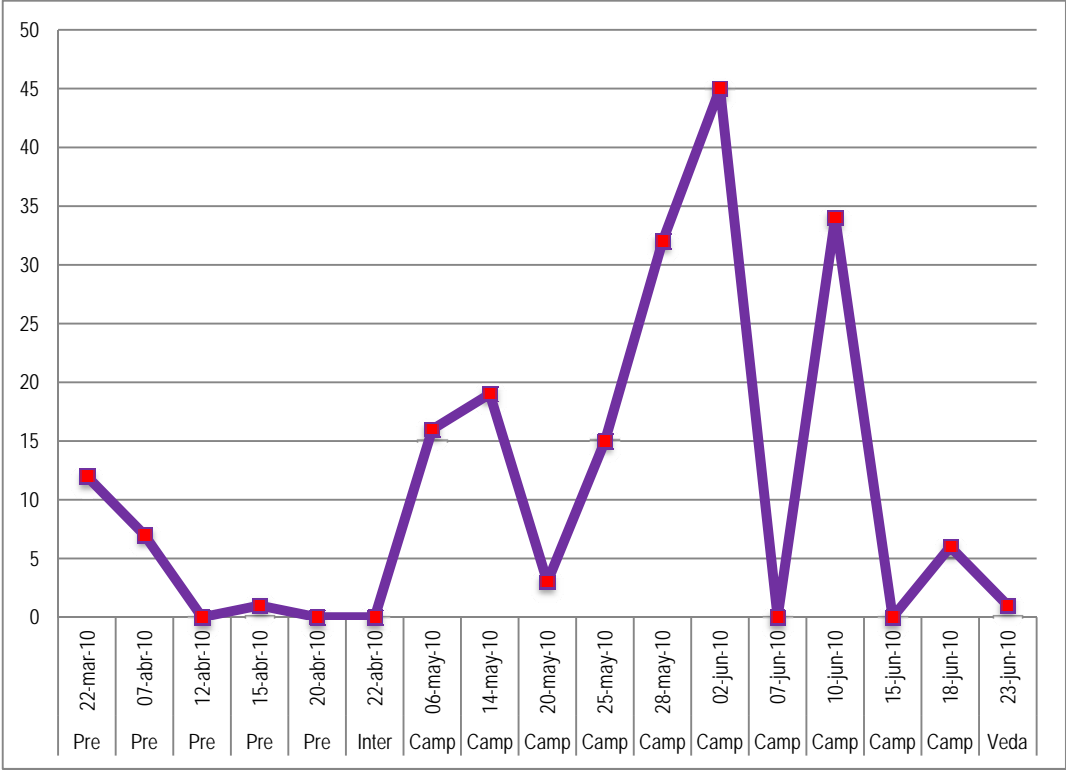
PUEBLA (2010)

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
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		258



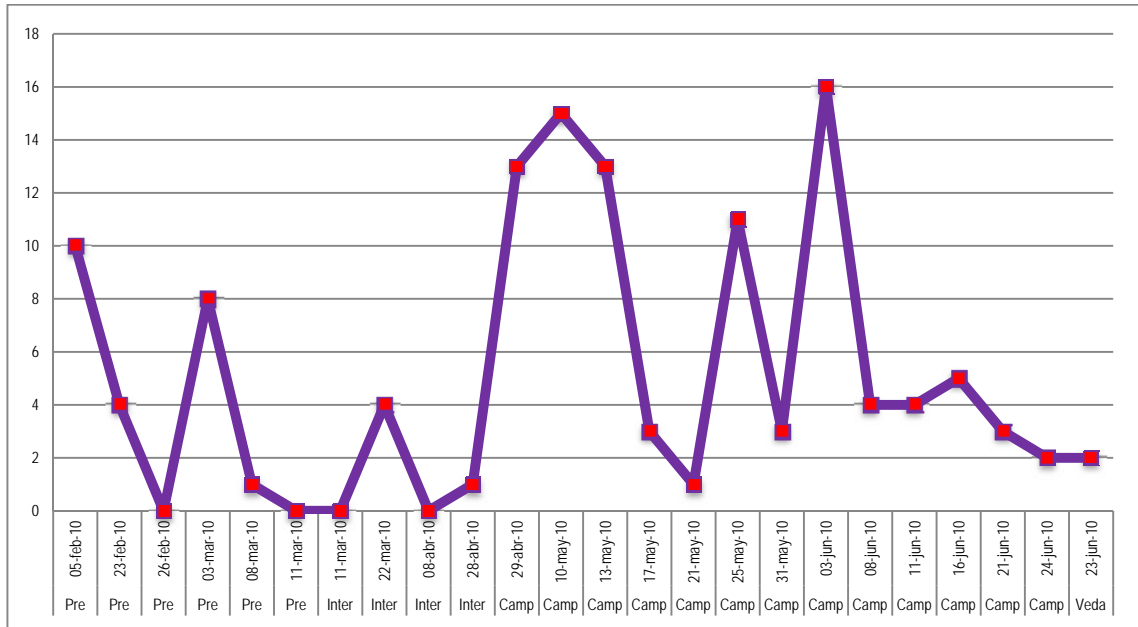
SINALOA (2010)

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
Totales		191



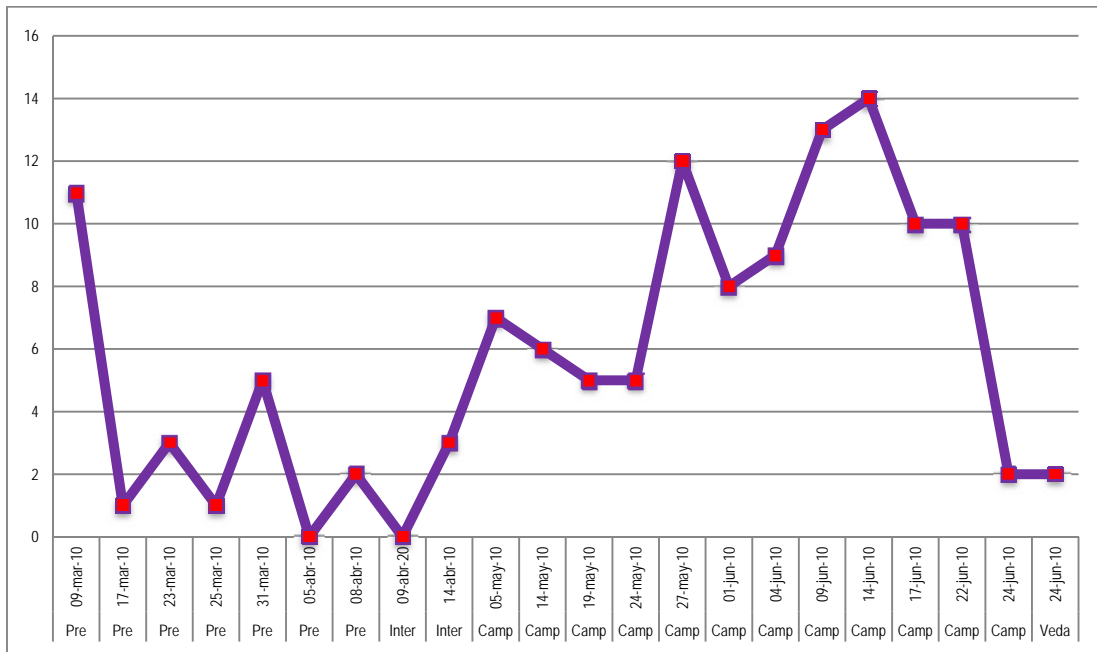
TAMAULIPAS (2010)

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
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
Totales		123



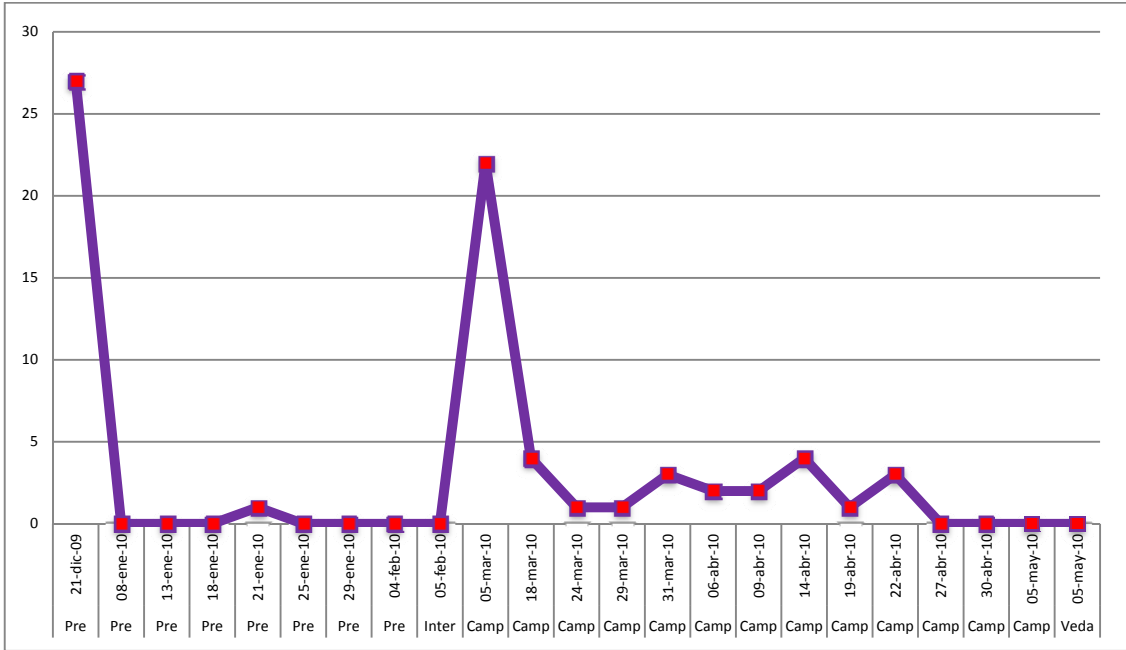
VERACRUZ (2010)

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		129



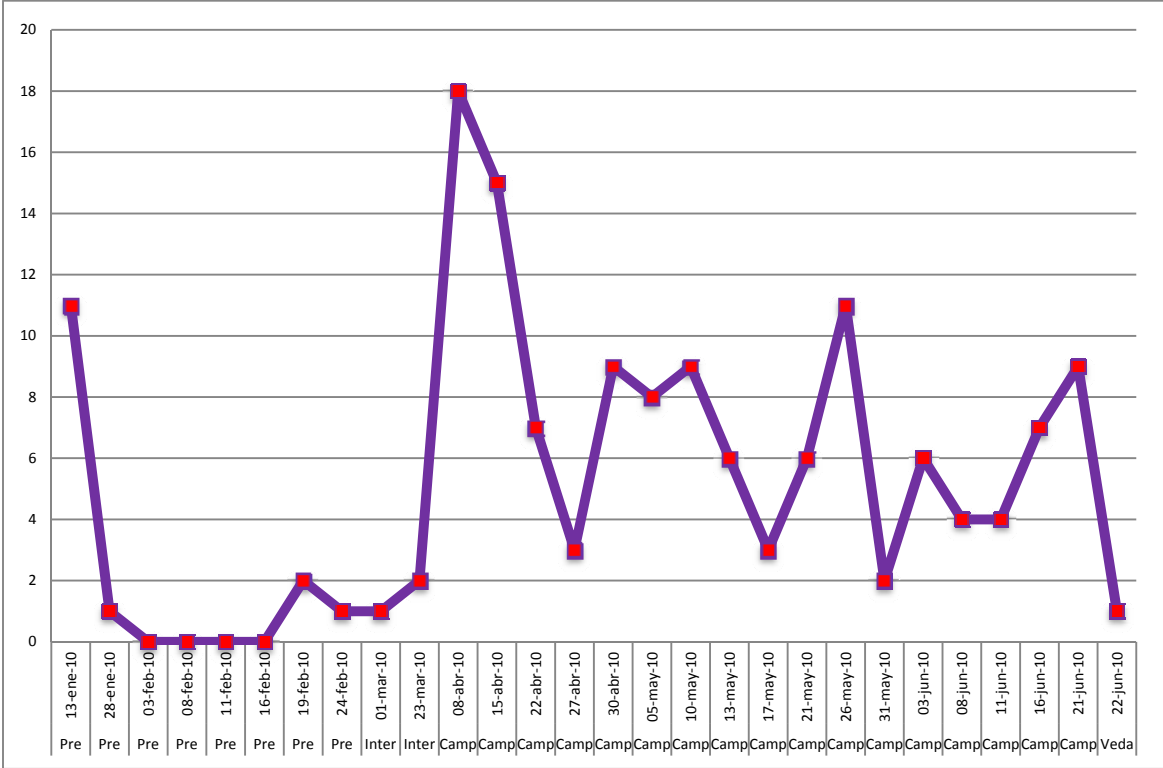
YUCATÁN (2010)

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
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
Totales		71



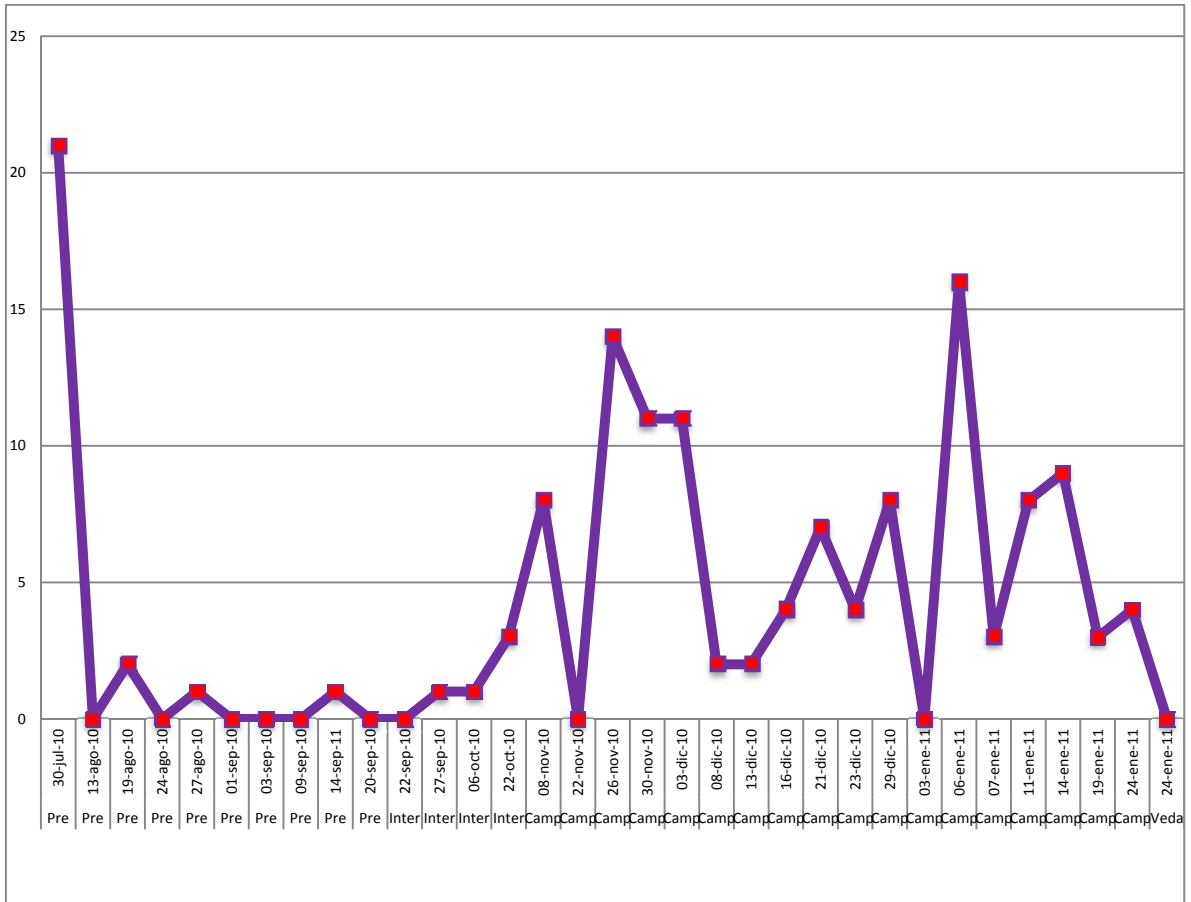
ZACATECAS (2010)

Periodo	Fecha de notificación de orden de transmisión	Número de promocionales
Precampaña	13-ene-10	11
Precampaña	28-ene-10	1
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		146



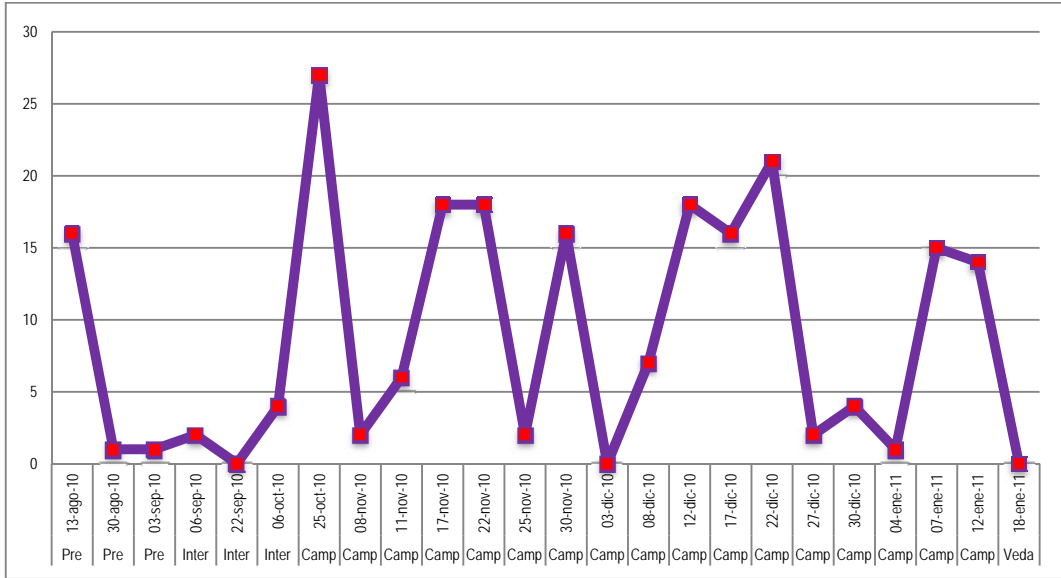
BAJA CALIFORNIA SUR (2011)

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
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
Totales		144



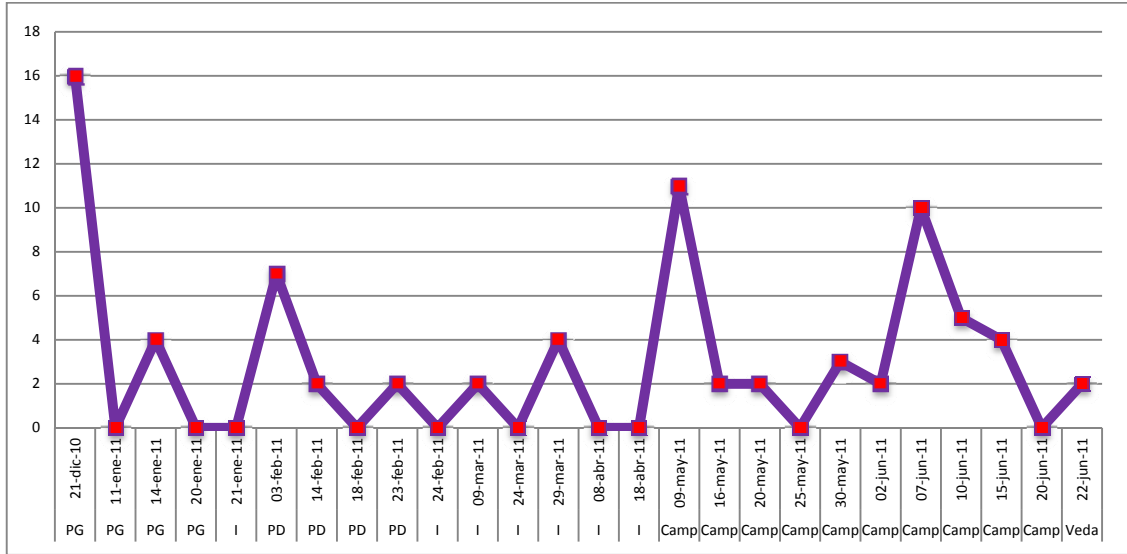
GUERRERO (2011)

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
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
Totales		211



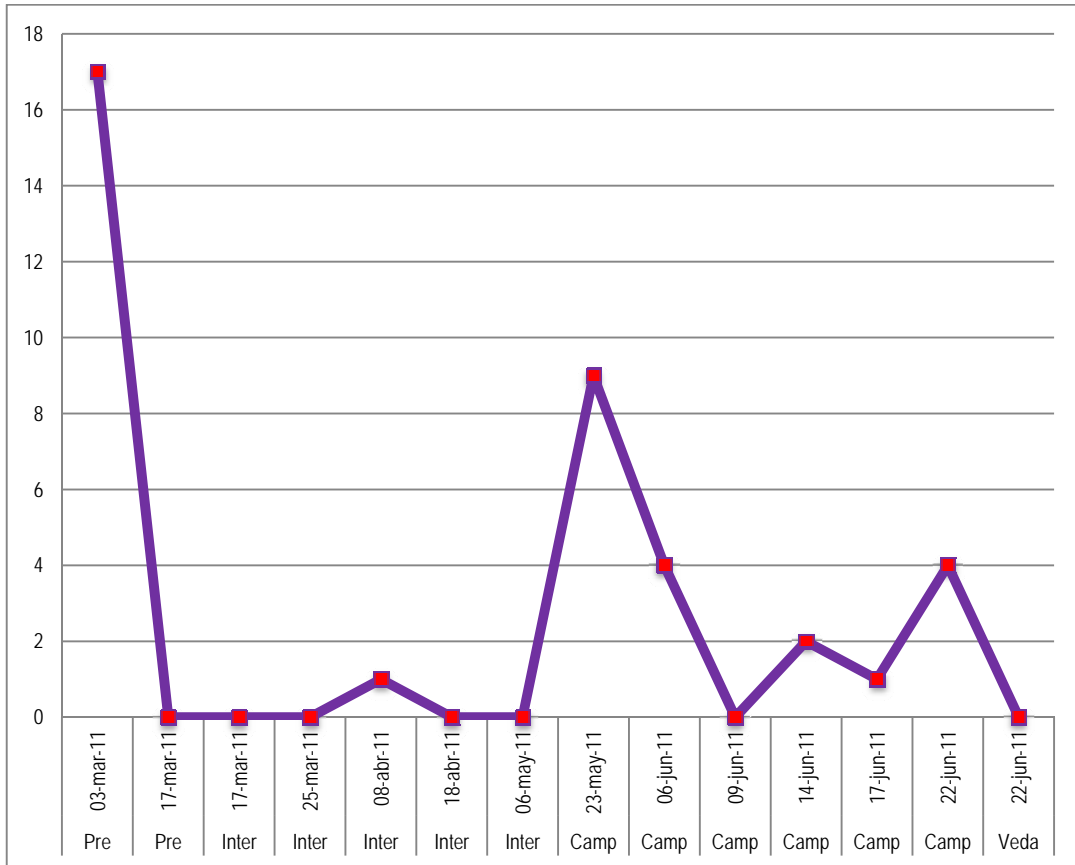
COAHUILA (2011)

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
Totales		78



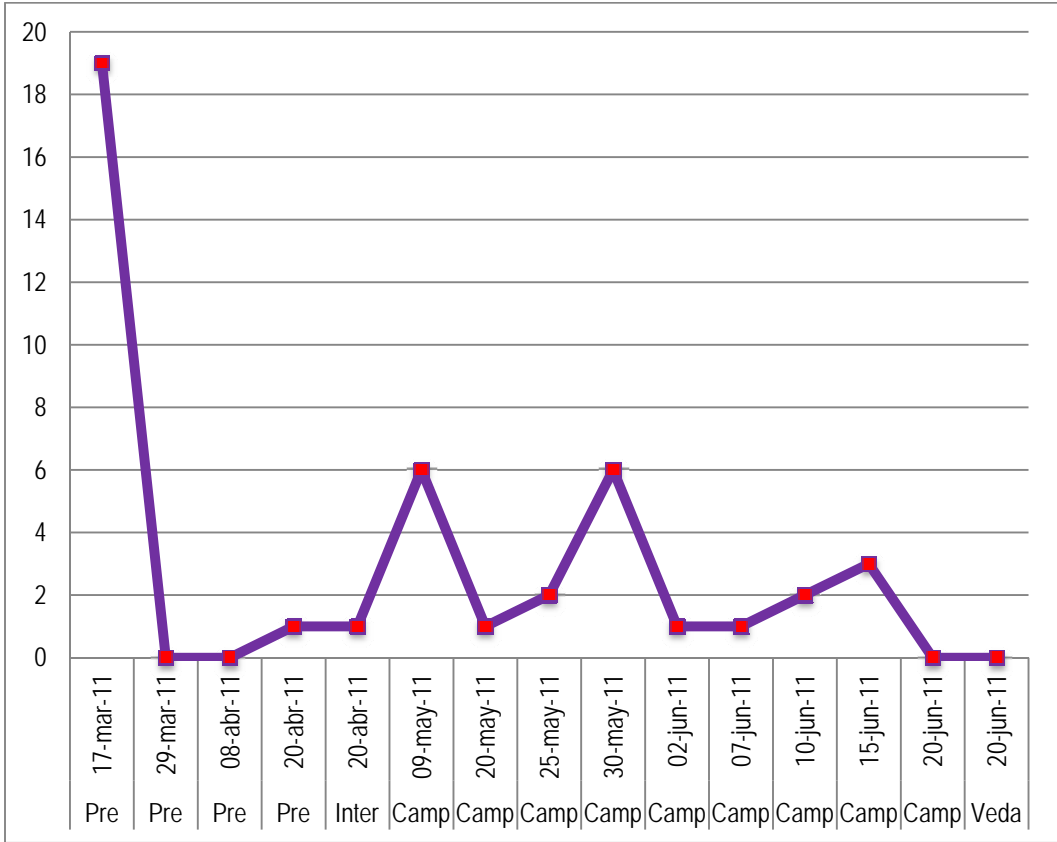
HIDALGO (2011)

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
Totales		46



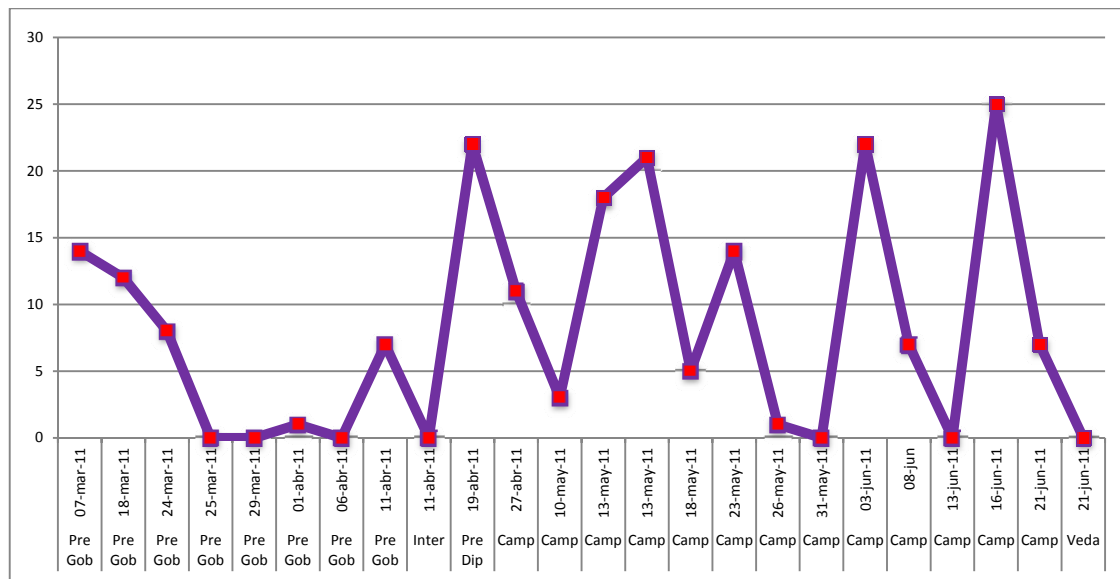
MÉXICO (2011)

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
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
Totales		43



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:

Nº	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
14	PEL	2010	Puebla	165	37	258
15	PEL	2010	Sinaloa	97	45	191

N°	Tipo	Año	Entidad	Días de proceso electoral	Máximo de materiales por OT	Total de materiales en el periodo
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 procesos electorales locales celebrados entre 2010 y 2011.

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 permisionarios de la radio y la televisión y, a éstos últimos, anticipar adecuada y oportunamente, los mecanismos necesarios para la transmisión oportuna de los promocionales 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 no toda orden de transmisión 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	0.97	8.04	0.94
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 durante las campañas electorales.**
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 sólo casos extraordinarios y aislados implican a sustituciones mayores a 20 materiales por orden de transmisión (7.2%), 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.

Si se tiene en cuenta que de los concesionarios y permisionarios que respondieron el cuestionario que sirvió de base para la consulta ordenada por el TEPJF, informaron que el volumen máximo de promocionales distintos que las emisoras transmiten en un día típico (incluyendo los de carácter privado y los oficiales notificados por las autoridades competentes) es en promedio 219, aún en los casos extraordinarios en los que las sustituciones de materiales pautados por el IFE ascienda a 20 promocionales, esto apenas significaría el 9.13% del total de spots que transmiten en promedio en un día ordinario.

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 los 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 código¹.

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 presuntas irregularidades en la propaganda difundida en estos medios, el Instituto, a través de la Secretaría Ejecutiva y de la Comisión de Quejas y Denuncias, es la autoridad competente para resolver la procedencia de la tutela cautelar en materia electoral.

En la experiencia de 2010, particularmente durante el periodo en que se desarrollaron simultáneamente 15 elecciones locales, el IFE tramitó 57 expedientes en los que se solicitaron medidas cautelares, los cuales se sintetizan a continuación (corte al 5 de julio):

TOTAL DE QUEJAS PRESENTADAS ANTE LA SECRETARÍA EJECUTIVA: 100	
Total de quejas por las que se solicitan medidas cautelares	57
Total de quejas que solicitan medidas cautelares y que resultan procedentes	20
TOTAL DE SOLICITUDES DE MEDIDAS CAUTELARES: 57	
Procedentes: 20	
NO Procedentes: 37	

TOTAL DE SOLICITUDES DE MEDIDAS CAUTELARES DE LAS QUE CONOCE EL IFE: 57	
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	

¹ 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”.

PROCEDIMIENTOS ESPECIALES SANCIONADORES SOLICITANDO MEDIDAS CAUTELARES, POR ENTIDAD FEDERATIVA (DE LOS QUE EL IFE CONOCIÓ COMO PES O POR CUADERNILLO)						
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
Total	30	7	10	10	40	17
Total	37		20			
Total de asuntos			57			

En las siguientes tablas, se presenta el detalle de las medidas precautorias solicitadas y tramitadas por el IFE, en cumplimiento a la instrucción, precisando 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

4	09-06-2010, 22:57	<p>Remitente: PRI Quejoso: PRI y Autoridad Electoral</p> <p>Denunciado: Presidente de la República, C. Felipe Calderón Fournier</p> <p>Entidad: En las 15 entidades donde se desarrollaban elecciones locales, además del proceso electoral extraordinario en Coahuila.</p>	<p>CONTRA EL C. FCH, TITULAR DEL GOBIERNO FEDERAL SPOTS "HOSPITALES TEMIXCO" y "MADRE SOLTERA".</p>	<p>SCG/PE/PR/ICG/065/2010 y su acumulado SCG/PE/ICG/066/2010</p>	<p>Oficio SCG/1437/2010 10/06/10 15:45 hrs.</p>	<p>El día 10 de junio de 2010 a las 22:22 hrs., por oficio DEPPP/STC/T74563/2010</p>	<p>El día 10 de junio de 2010 a las 23:25 hrs., por oficio SCG/1438/2010</p>	<p>10/06/10 23:35 hrs.</p>	<p>El día 11 de junio de 2010 a las 9:05 hrs., por oficio CEN/AB/IM/0412010</p>	<p>11/06/2010 10:19 hrs.</p>	<p>El día 11 de junio a las 14:32 hrs., por oficio SCG/1453/2010</p>	11 de junio de 2010, 18:00 hrs.	48 horas.
5	11-06-2010, 19:58	<p>Remitente: Representante Propietario del Partido Nueva Alianza. Quejoso: Nueva Alianza</p> <p>Denunciado: Coalición "Veracruz para adelante" y su candidato C. Javier Duarte de Ochoa</p> <p>Entidad: Veracruz</p>	<p>CONTRA JAVIER DUARTE CANDIDATO POR EL PRI AL GOBIERNO DE VERACRUZ. DISPLAY EN RADIO.</p>	<p>SCG/PE/IN/ACG/069/2010</p>	<p>Oficio SCG/1462/2010 12/06/10, 13:31 hrs.</p>	<p>El día 14 de junio de 2010 a las 16:56 hrs., por oficio DEPPP/STC/T74597/2010</p>	<p>El día 14 de junio de 2010 a las 19:00 horas por oficio SCG/1473/2010</p>	<p>14/06/10 19:00 hrs.</p>	<p>El día 15 de junio de 2010 a las 01:30 horas por oficio STCQ/D/019/2010</p>	<p>15/06/2010 14:10 hrs.</p>	<p>El día 15 de junio de 2010 a las 15:07 hrs., por oficio SCG/1487/2010</p>	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	<p>Remitente: Secretario Ejecutivo del Instituto Electoral Veracruzano. Quejoso: Instituto Electoral Veracruzano</p> <p>Denunciado: Coalición "Veracruz para adelante" y su candidato C. Javier Duarte de Ochoa</p> <p>Entidad: Veracruz</p>	<p>CONTRA COALICIÓN VERACRUZ PARA ADELANTE Y SU CANDIDATO. SPOT "TENENCIA YUNES".</p>	<p>SCG/PE/IEV/JL/VER/070/2010</p>	<p>Oficio SCG/1464/2010 14/06/10, 13:34 hrs.</p>	<p>El día 14 de junio a las 16:57 por oficio DEPPP/STC/T74573/2010</p>	<p>El día 14 de junio de 2010 a las 17:27 hrs., por oficio SCG/1471/2010</p>	<p>14/06/10 19:00 hrs.</p>	<p>El día 15 de junio de 2010 a las 01:30 horas por oficio STCQ/D/019/2010</p>	<p>15/06/2010 13:13 hrs.</p>	<p>El día 15 de junio de 2010 a las 15:07 hrs., por oficio SCG/1478/2010</p>	16 de junio de 2010, 11:00 hrs.	24 horas.
7	17-06-2010, 17:09	<p>Remitente: Representante Propietario del PRI Quejoso: PRI</p> <p>Denunciado: PAN y coalición "Compromiso por Puebla" Entidad: Puebla.</p>	<p>CONTRA EL PAN Y LA COALICIÓN COMPROMISO POR PUEBLA. SPOT "TELÉFONO-KAMEL NACIF" Y AUDIOS.</p>	<p>SCG/PE/PR/ICG/073/2010</p>	<p>Oficio SCG/1520/2010 17/06/10 22:49 hrs.</p>	<p>El día 17 de junio a las 22:33 hrs., por oficio DEPPP/STC/T74614/2010</p>	<p>El día 17 de junio de 2010 a las 23:16 hrs., por oficio SCG/1523/2010</p>	<p>17/06/10 23:30 hrs.</p>	<p>El día 18 de junio de 2010 a las 09:50 hrs., por oficio STCQ/D/021/2010</p>	<p>18/06/2010 11:21 hrs.</p>	<p>El día 18 de junio de 2010 a las 11:50 hrs.</p>	18 de junio de 2010, 18:00 hrs.	24 horas.

8	18-06-2010, 15:34	Remite: 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? PANG".	SCG/PE/PAN/CG/ 075/2010	Oficio SCG/1637/2010 18/06/10; 21:21 hrs.	El día 18 de junio de 2010 a las 23:11 hrs., por oficio DEPPP/STCRT/4753/201 0	El día 18 de junio de 2010 a las 23:42 por oficio SCG/1642/2010	19/06/10 0:30 hrs.	El día 19 de junio de 2010 a las 03:06 horas por oficio STCQ/ D/022/2010	19/06/2010 10:14 hrs.	El día 21 de junio de 2010 a las 13:20 hrs. por oficio SCG/1645/2010	21 de junio de 2010, 18:00 hrs.	12 horas.
9	22-06-2010, 18:18	Remite: 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/4780/2010; 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/D/023/2010	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.
10	22-06-2010, 15:35 hrs, (con alcance presentado el 24-06-2010, 09:08 hrs)	Remite: 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/STCRT/4778/2010	El día 22 de junio de 2010, 23:40 hrs; por oficio SCG/1626/2010,	La CQ/D negó las cautelares en primera instancia en virtud que no estaban al aire	El día 24 de junio de 2010, a las 18:45 hrs. Oficio: STCQ/D/026/2010 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.
	22-06-2010, 22:41, (con alcance presentado el 24-06-2010, 09:29 hrs)	Remite: Nueva Alianza Quejoso: Nueva Alianza, Denunciado: Coalición "Alianza Puebla Avanza" Entidad: Puebla	CONTRA LA COALICIÓN ALIANZA PUEBLA AVANZA. SPOT "DETENTE".	SCG/PE/NA/CG/08 9/2010	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/STCRT/4809/2010	El día 24 de junio de 2010, 13:00 hrs. por oficio SCG/1643/2010	Comisión para resolver ambos casos acumulados.					
	24-06-2010, 14:51 hrs	Remite: Convergencia Quejoso: Convergencia Denunciado: Coalición "Alianza Puebla Avanza" Entidad: Puebla	CONTRA LA COALICIÓN ALIANZA PUEBLA AVANZA. SPOT "DETENTE".	SCG/PE/CON/CG/D 91/2010	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/D/027/2010 (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 COMISION DE QUEJAS Y DENUNCIAS	FECHA Y HORA DE LA COMISION DE QUEJAS Y DENUNCIAS	FECHA Y HORA EN LA QUE LA SECRETARÍA TÉCNICA DE LA COYD 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/O 1/2010	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 mil diez a las 12:52 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	29 de enero a las 18:00 hrs.	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 hrs, por oficio DEPPP/STCRT/1616/2010.	El día 02 de marzo de 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/493/2010	04 de marzo de 2010, a las 14:00 hrs.	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	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 PRI 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 hrs, por oficio DEPPP/STCRT/2120/2010	El día 19 de marzo de mil diez a las 17:55 hrs, por oficio SCG/608/2010	20/03/2010, a las 10:00	Se tuvo por recibido por auto de fecha 20 de marzo de 2010.	El día 20 de marzo de 2010 a las 13:50 y hrs, por oficio SCG/621/2010	22 de marzo de 2010 a las 15:00 hrs. (sábado de 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 19:30 19:30 hrs DEPPP/STCRT/2230/2010	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 mil diez a las 20:20 hrs, por oficio SCG/614/2010	20/03/2010, a las 10:00	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/EPCD/CG/15/2010	Oficio SCG/1244/2010 01/06/10 23:00 hrs.	El día 01 de junio de dos mil diez a las 23:50 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 STCQyQ/015/2010	El día 02 de junio de 2010 a las 16:20 hrs, por oficio SCG/1265/2010	El día 03 de junio de 2010 a las 11:00 hrs.	24 horas.
7	01/06/2010 17:11 hrs	Remitente: Representante Propietario 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 dos 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 STCQyQ/016/2010	El día 03 de junio de 2010 a las 13:00 hrs, por oficio SCG/1278/2010	El día 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-PVEM) 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 dos 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/1293/2010	El día 08 de junio de 2010 a las 12:00 hrs.	48 horas.
9	08/06/2010 15:49 hrs	Remitente: Representante Propietario 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-PRD-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 dos 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 STCQyQ/018/2010	El día 10 de junio de 2010 a las 15:45 hrs, por oficio SCG/1426/2010	El día 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-PRD-CONVERGENCIA) SPOTS CON EMBLEMA ILEGAL; 4 PROMOCIONALES EN TV.	SCG/CAMC/EEH/CG/20/2010	Oficio SCG/1708/2010 26/06/10 22:00 hrs.	El día 27 de junio de dos 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 STCQyQ/031/2010	El día 28 de junio de 2010 a las 11:15 hrs, por oficio SCG/1719/2010	El día 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 es el periodo en el que la Comisión de Quejas determinó la procedencia de las solicitudes de medidas cautelares.**
- c. **15 horas 19 minutos en promedio fue el lapso en el cual los concesionarios y permisionarios de la radio y la televisión fueron notificados sobre la orden de suspensión de la transmisión de los promocionales objeto de la medida precautoria.**
- d. **33 horas 28 minutos en promedio fue el plazo en el que los promocionales objeto de medida cautelar salieron del aire.**

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

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” entendida como la obligación de insertar contenidos localmente en las señales retransmitidas con el objeto de cumplir las pautas ordenadas por e IFE, 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
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
Yucatán	46	10	56	0	2	1
Zacatecas	27	15	42	0	2	7
TOTAL	1,883	741	2,624	23	84	118

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

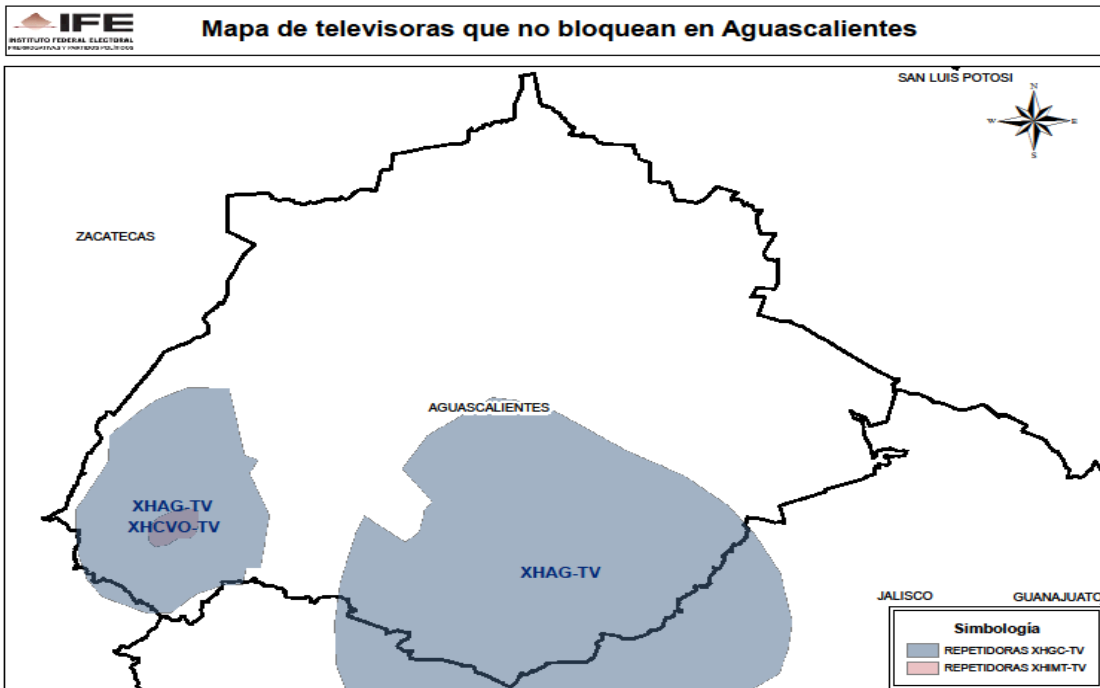
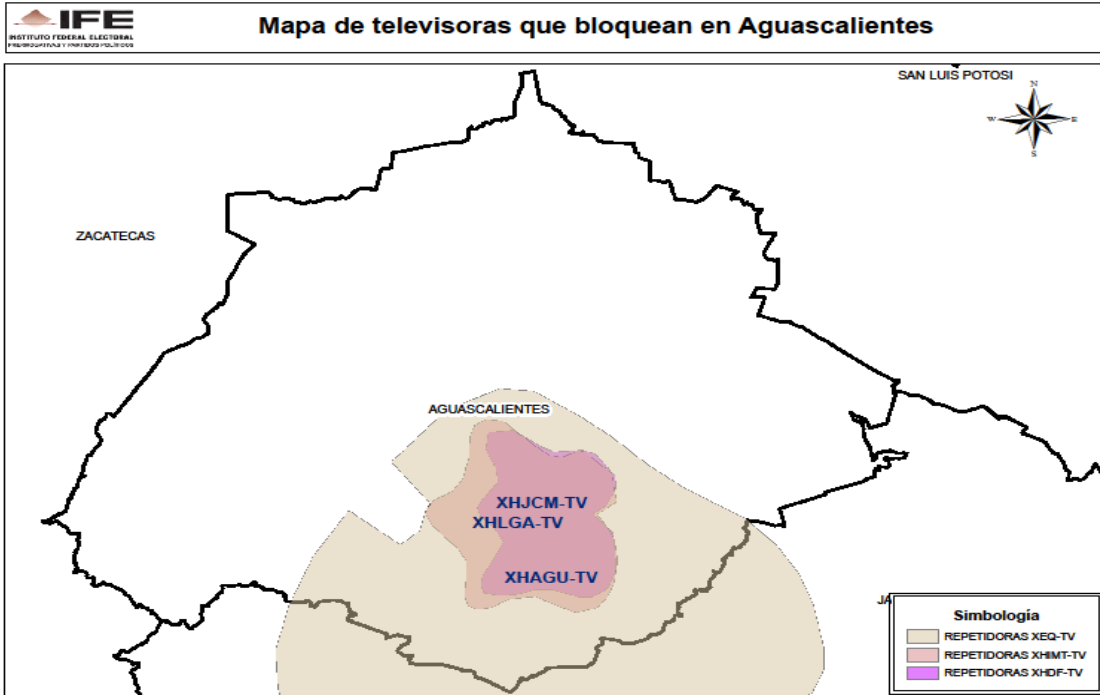
Nayarit	37	10	47	0	2	0
Nuevo León	69	35	104	0	2	0
Oaxaca	90	76	166	0	7	4
Puebla	46	9	55	0	4	0
Querétaro	23	5	28	0	2	0
Quintana Roo	31	16	47	0	4	1
San Luis Potosí	48	19	67	0	5	2
Sinaloa	83	16	99	0	6	0
Sonora	120	89	209	0	6	3
Tabasco	42	13	55	0	2	1
Tamaulipas	92	37	129	0	9	3
Tlaxcala	6	5	11	0	0	0
Veracruz	163	27	190	0	6	1
Yucatán	46	10	56	0	4	0
Zacatecas	27	15	42	0	4	0
TOTAL	1,883	741	2,624	3	135	41

DIMENSIÓN DEL “BLOQUEO” EN CANAL 11 Y OPMA

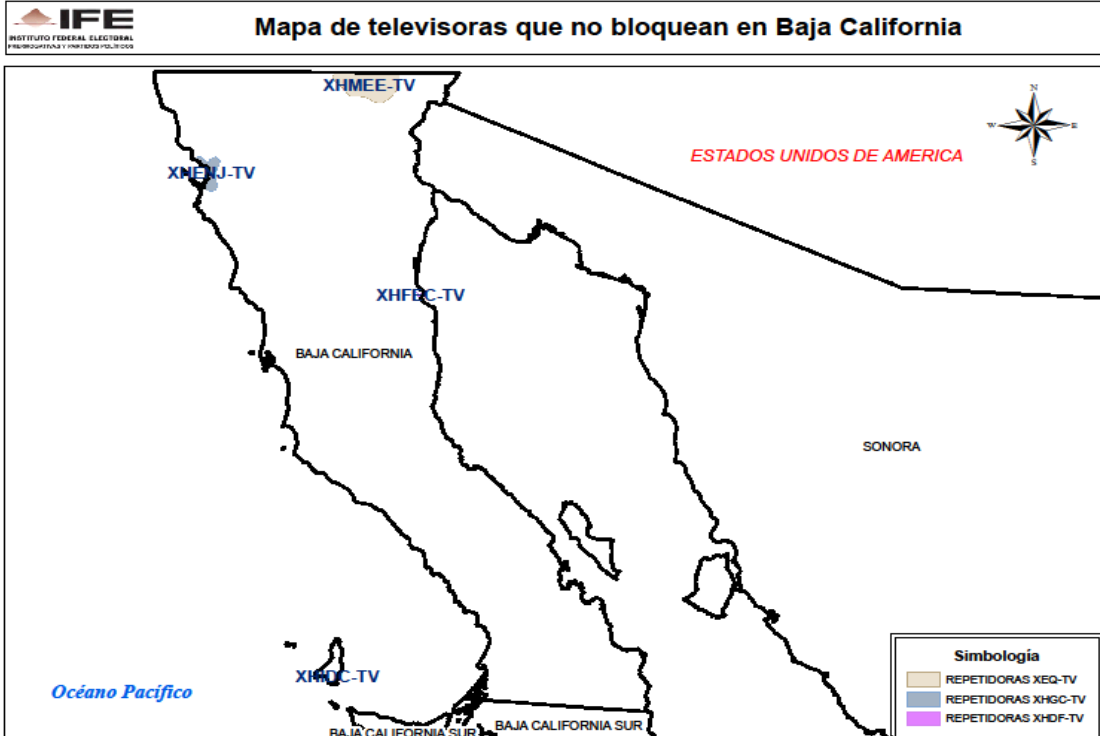
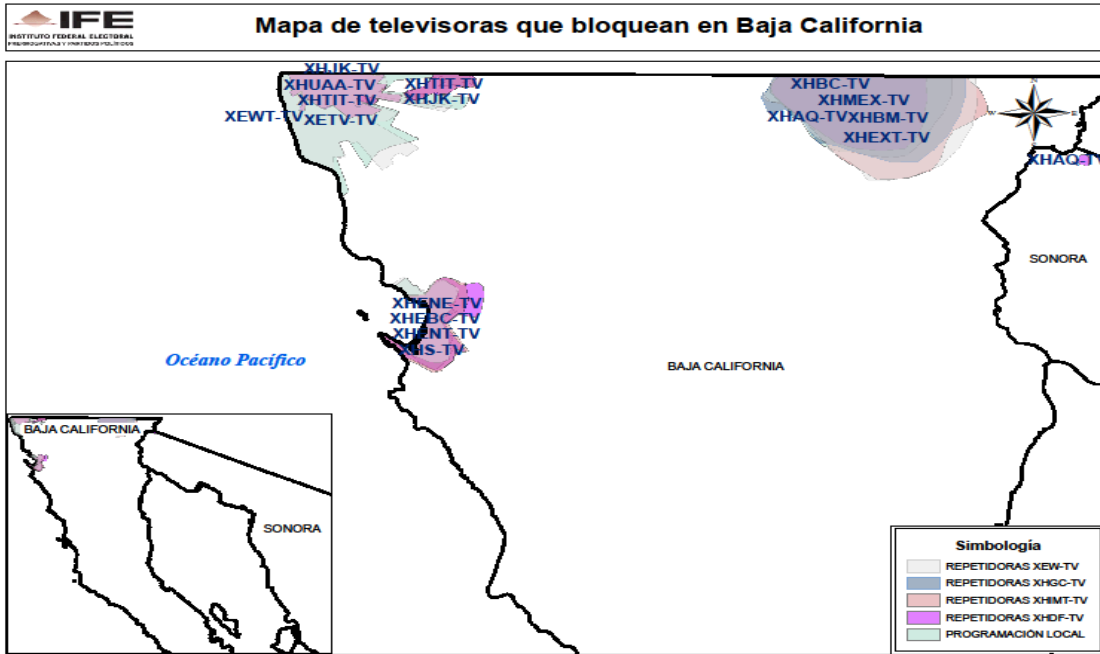
Entidad	Emisoras de Radio	Emisoras de TV	Total de emisoras	Instituto Politécnico Nacional			Organismo Promotor de Medios Audiovisuales		
				Local	Bloquea	No bloquea	Local	Bloquea	No bloquea
Aguascalientes	29	6	35	0	0	0	0	0	0
Baja California	70	27	97	0	0	1	0	0	0
Baja California Sur	35	19	54	0	0	0	0	0	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
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
TOTAL	1,883	741	2,624	1	0	12	0	0	12

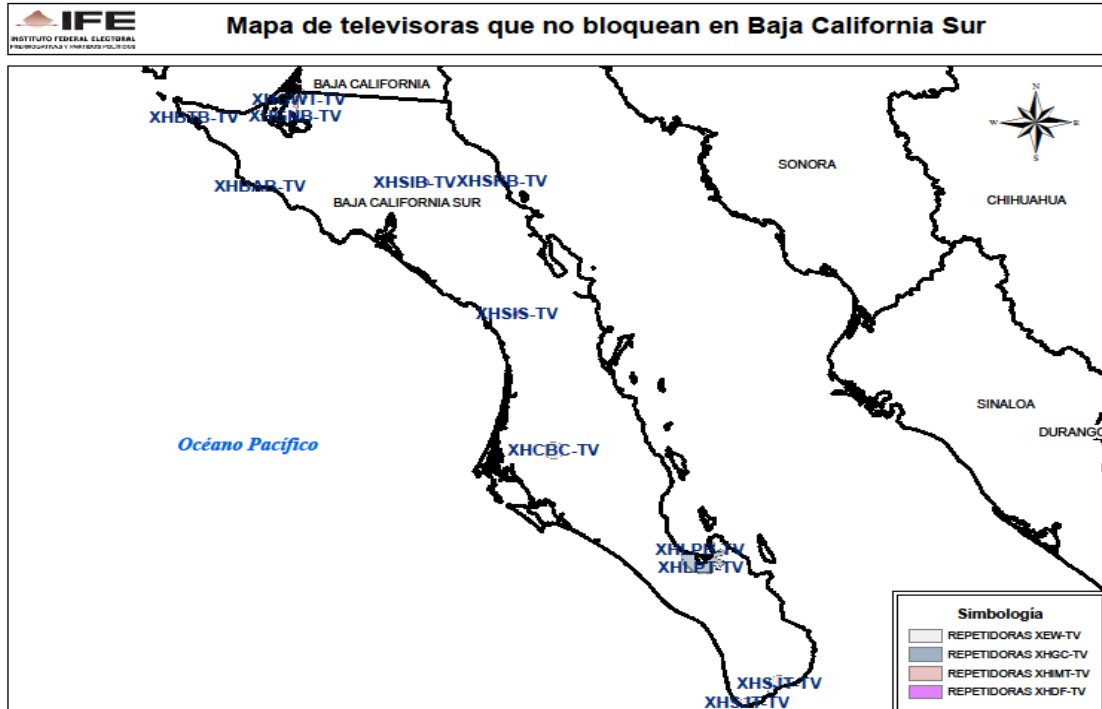
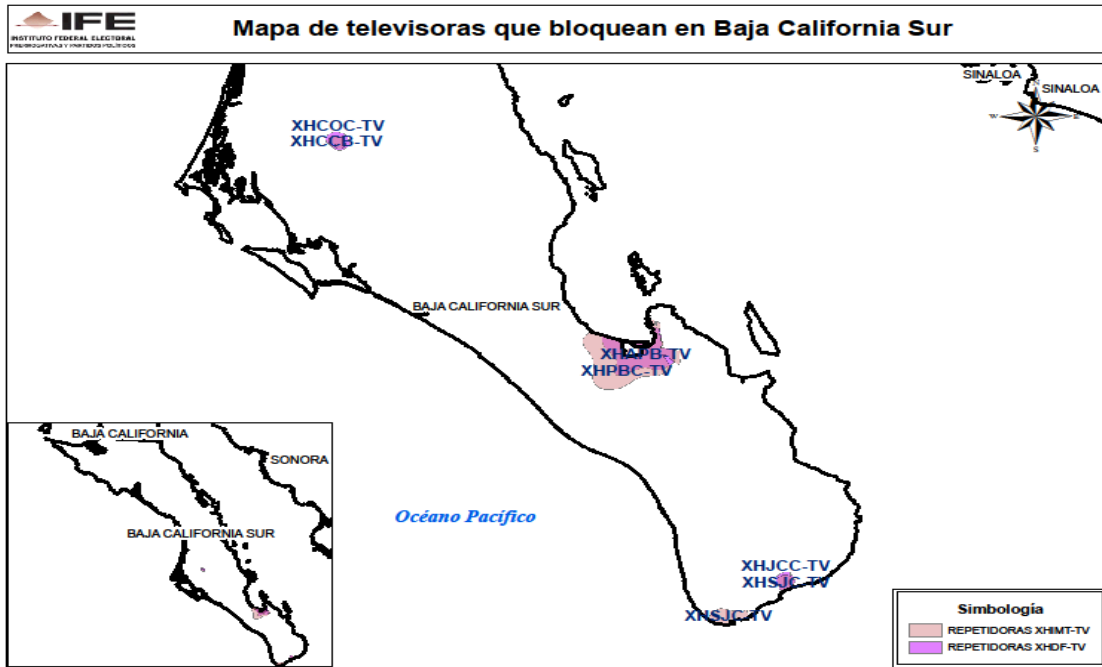
AGUASCALIENTES



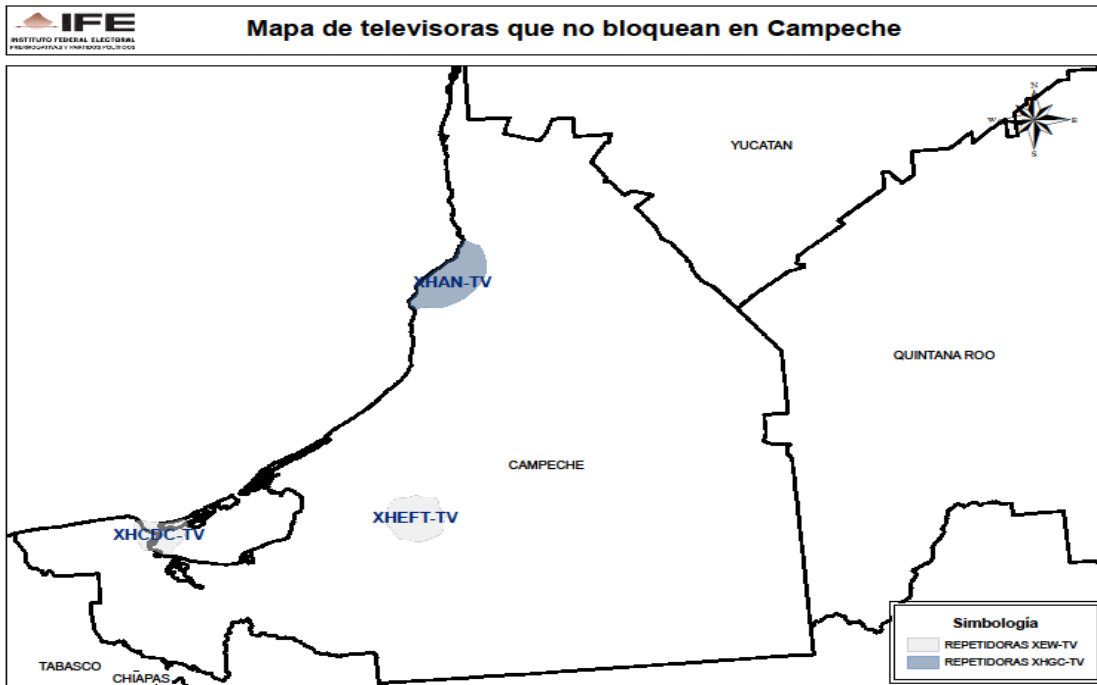
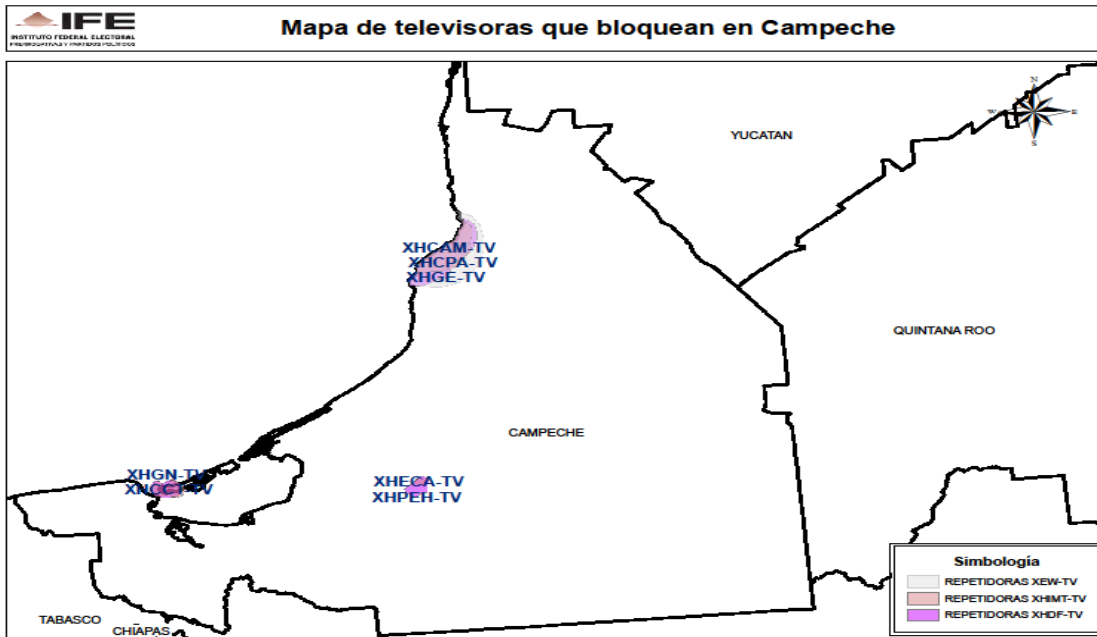
BAJA CALIFORNIA



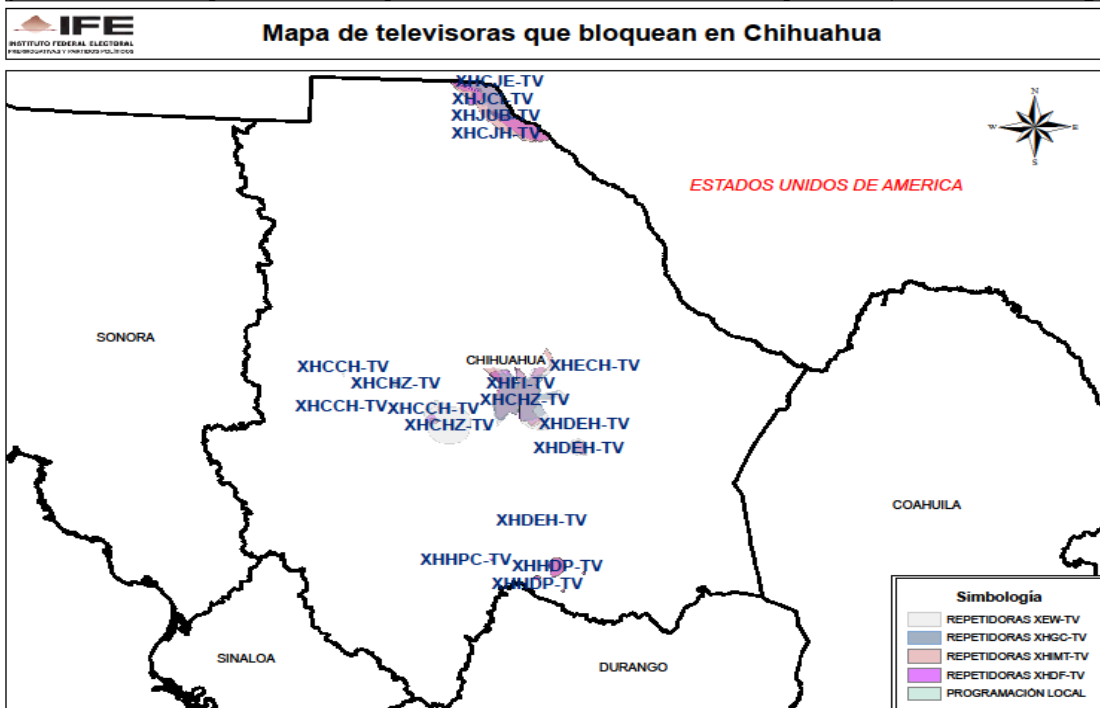
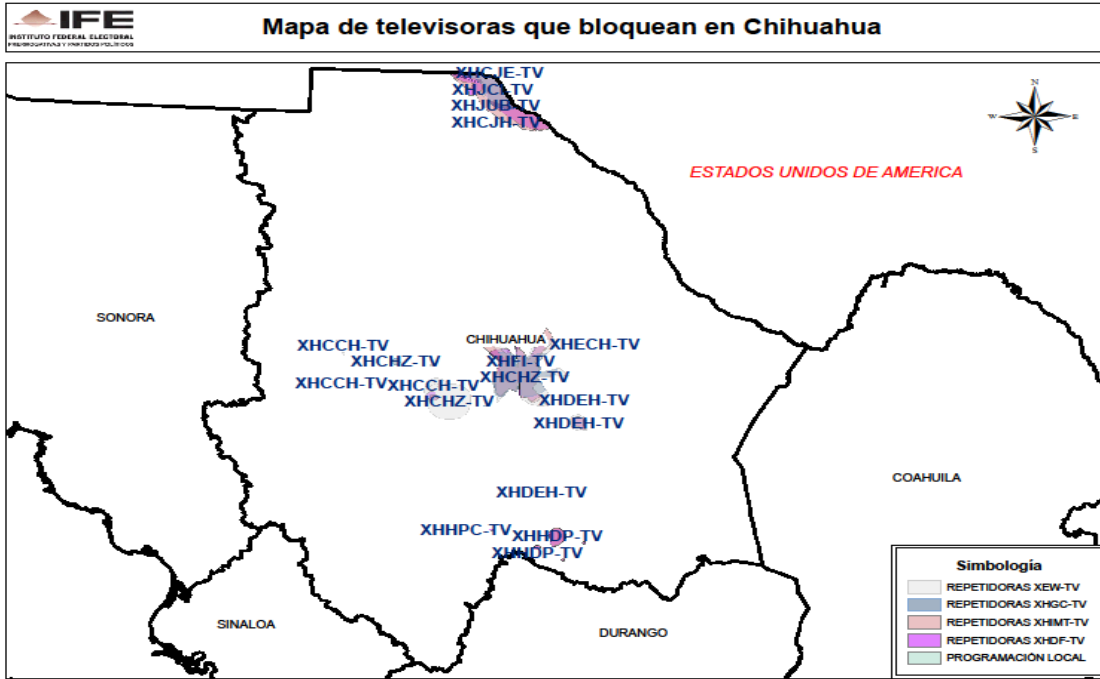
BAJA CALIFORNIA SUR



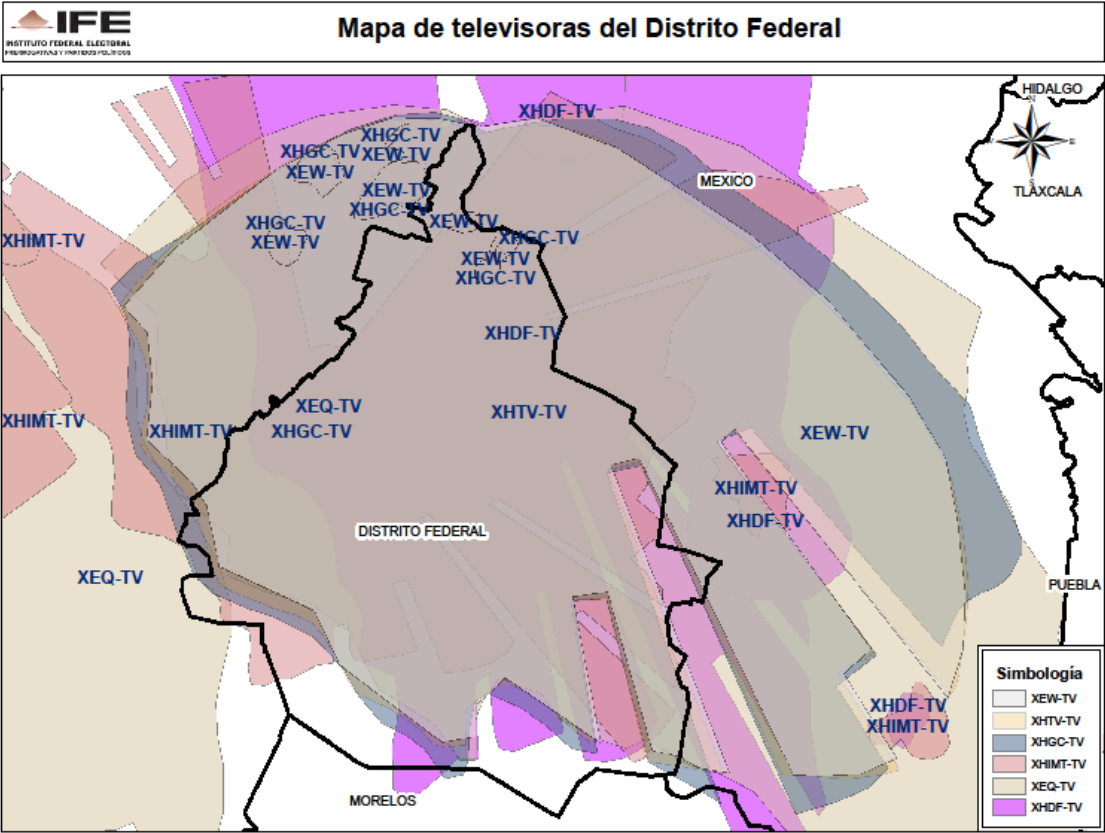
CAMPECHE



CHIHUAHUA



DISTRITO FEDERAL

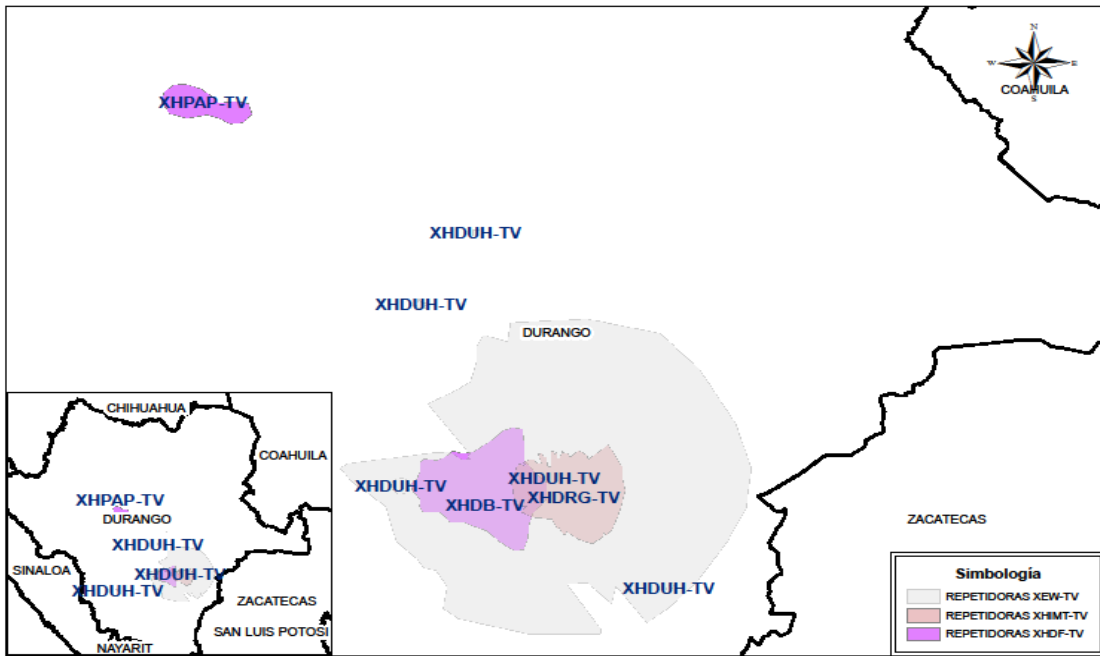


Nota: En esta entidad federativa, todas las emisoras constituyen señales de origen, razón por la cual únicamente aparece un mapa.

DURANGO

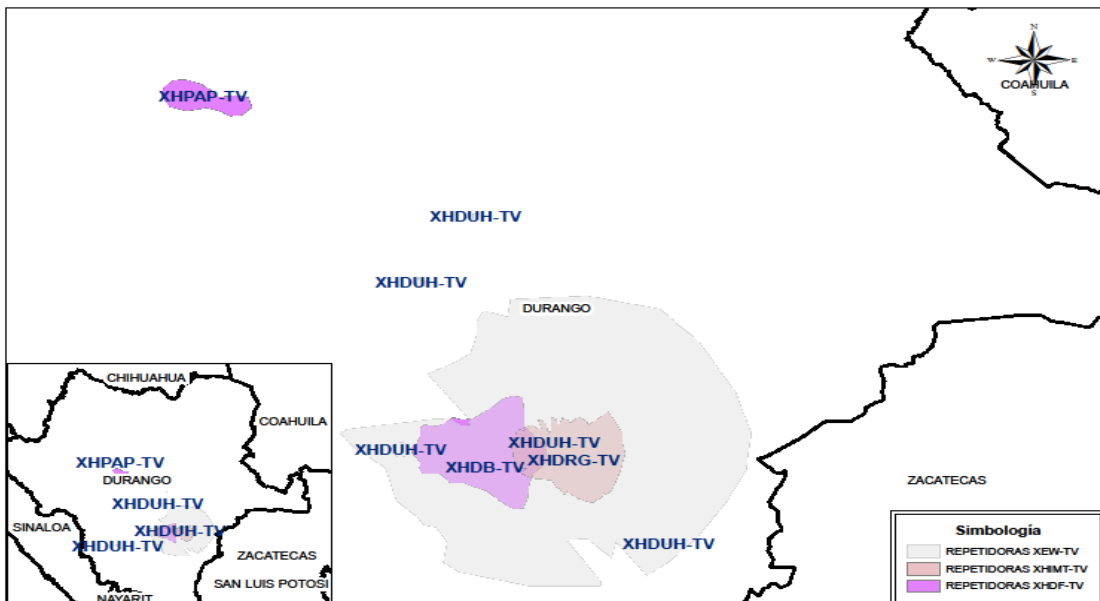
IFE
INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL
PROCESOS ELECTORALES Y PARTICIPACION POLITICA

Mapa de televisoras que bloquean en Durango

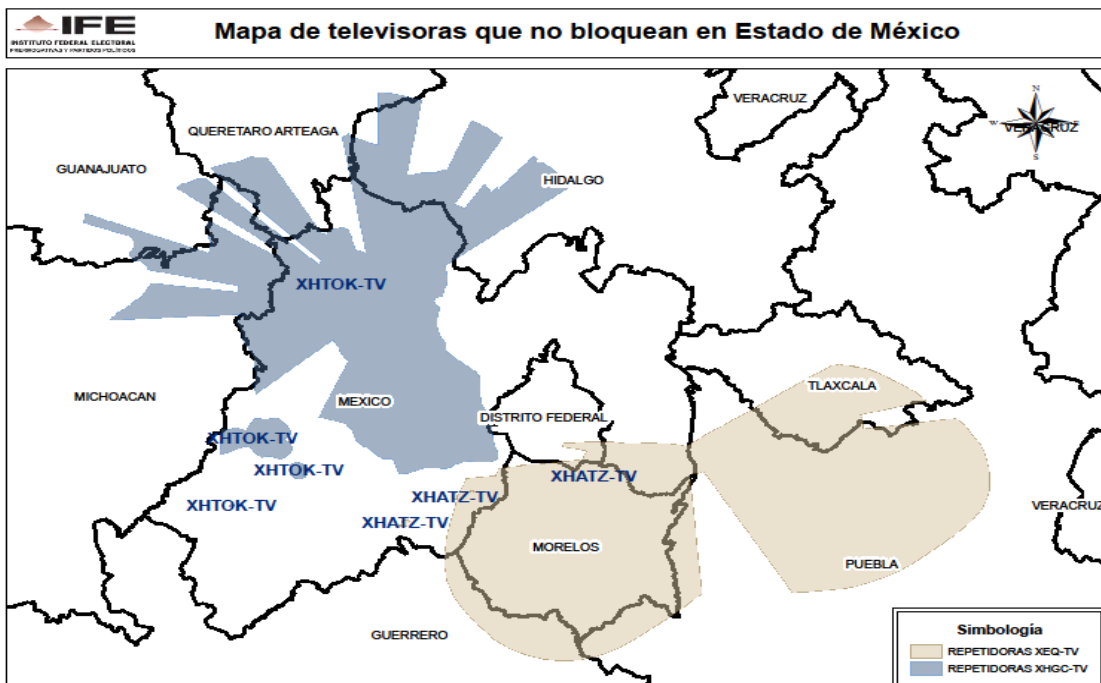
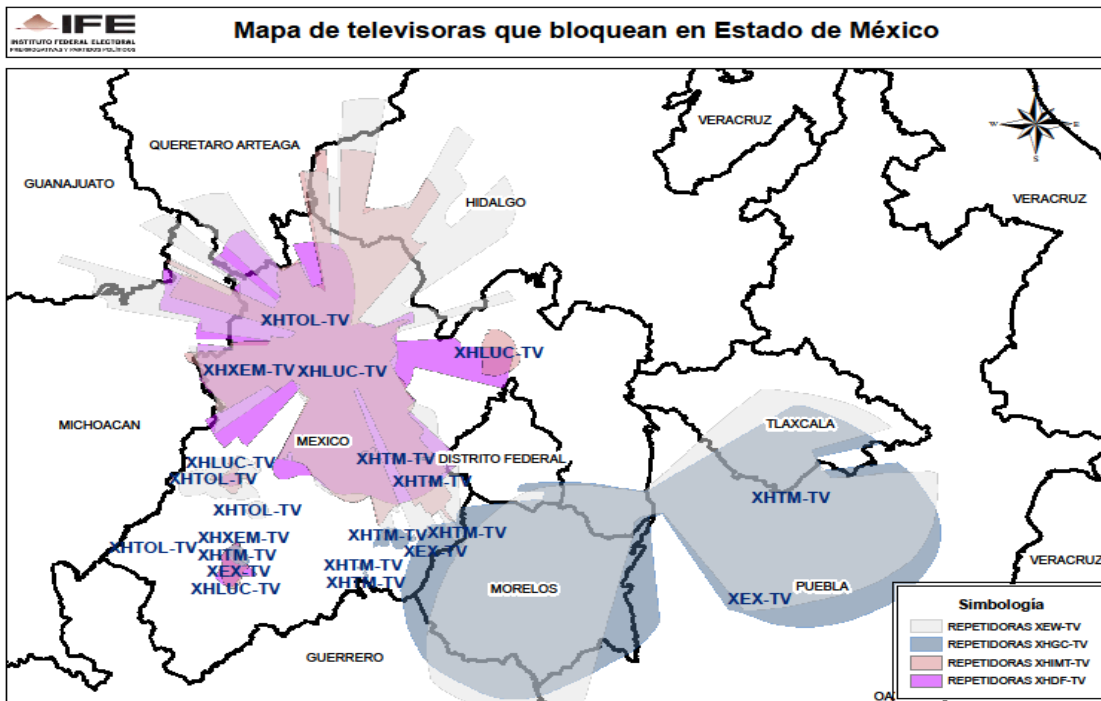


IFE
INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL
PROCESOS ELECTORALES Y PARTICIPACION POLITICA

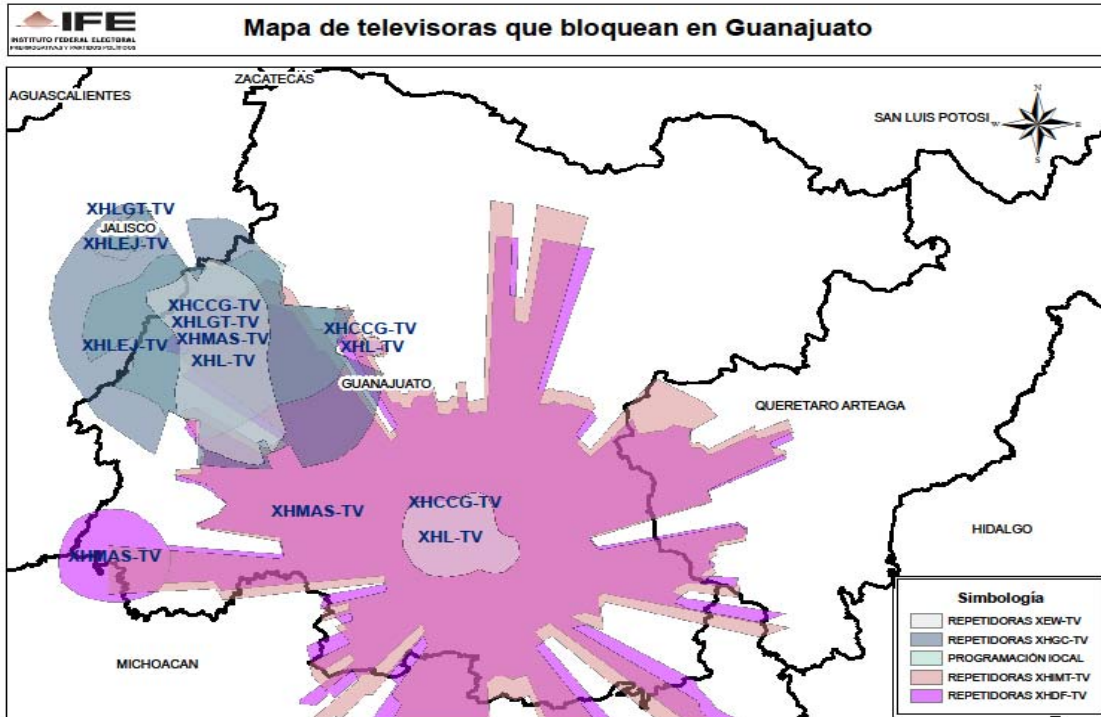
Mapa de televisoras que bloquean en Durango



ESTADO DE MÉXICO

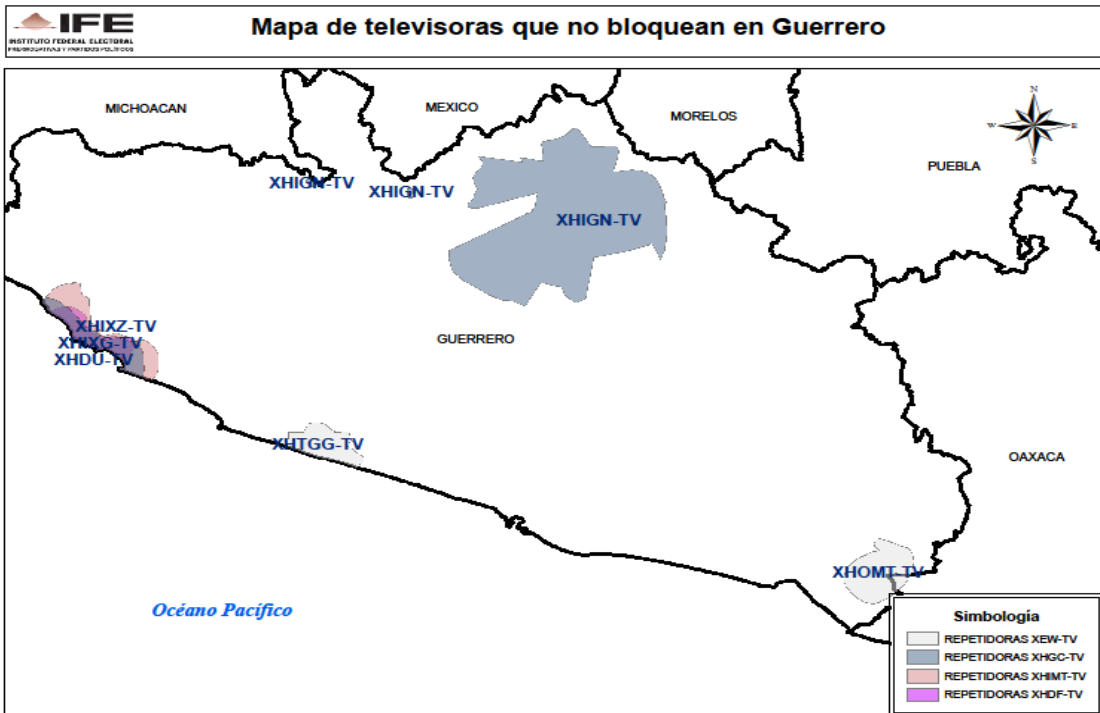
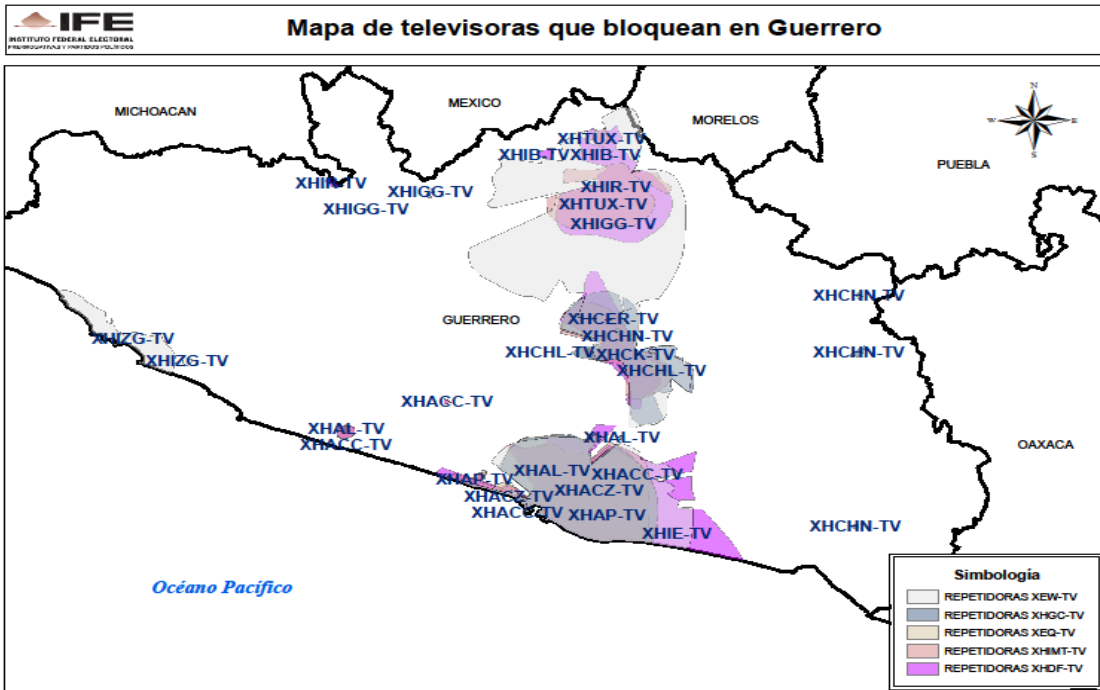


GUANAJUATO



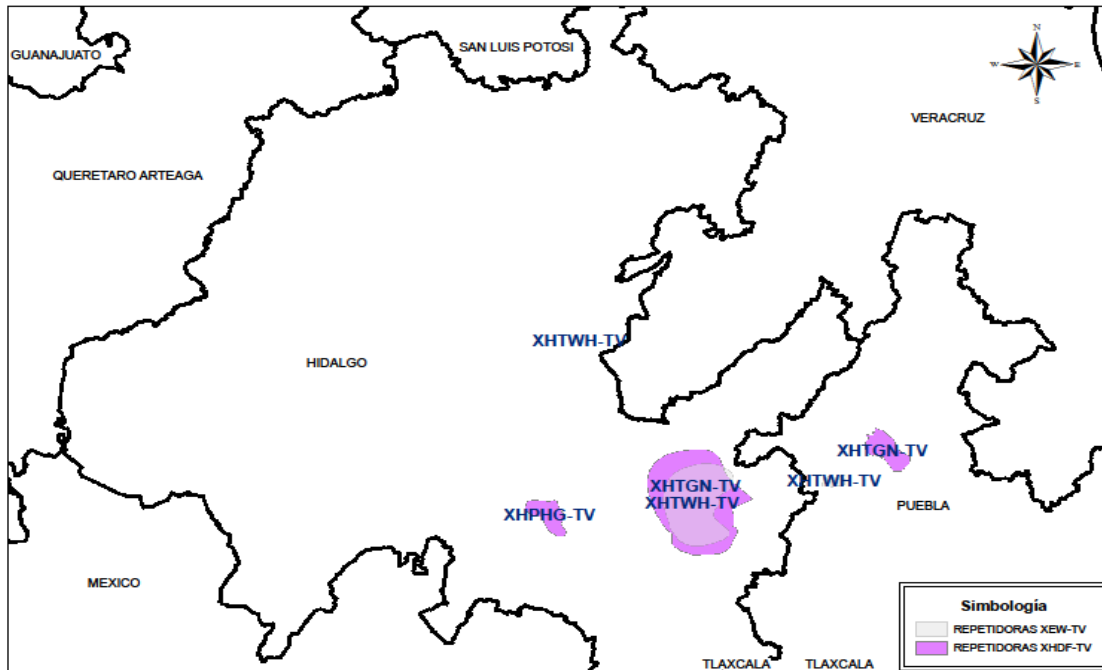
Nota: En esta entidad federativa, todas las emisoras “bloquean”, razón por la cual únicamente aparece un mapa.

GUERRERO

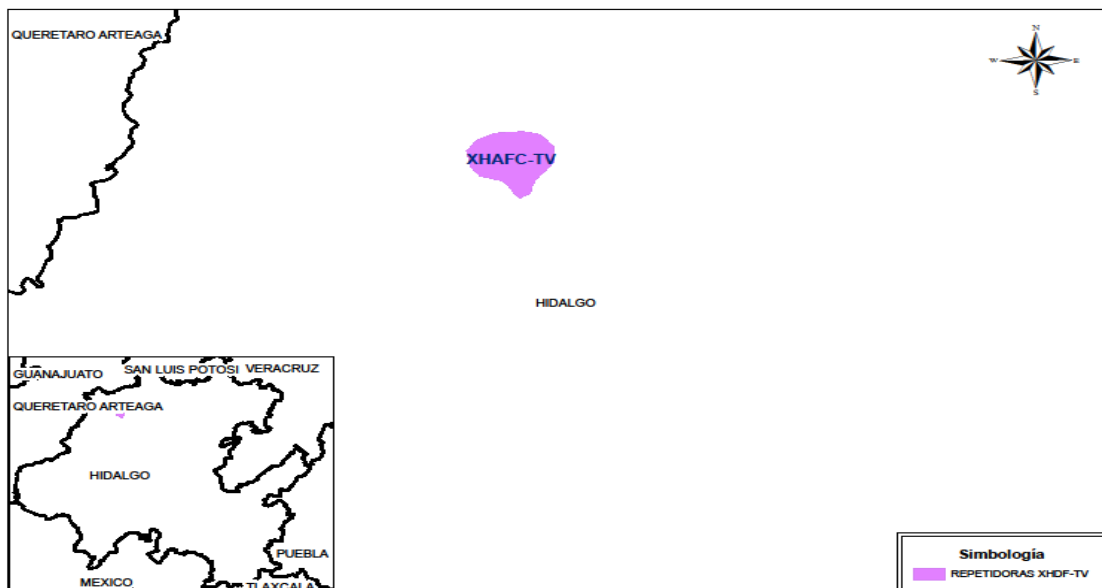


HIDALGO

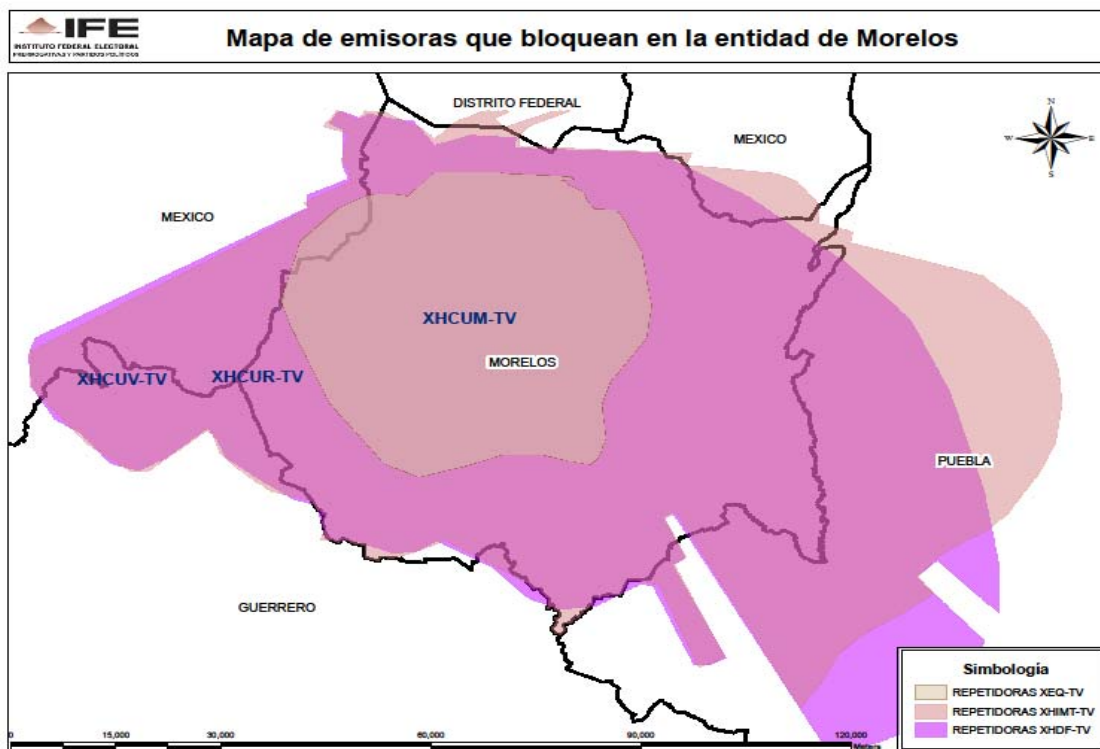
IFE INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL
Mapa de televisoras que bloquean en Hidalgo



IFE INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL
Mapa de televisoras que no bloquean Hidalgo

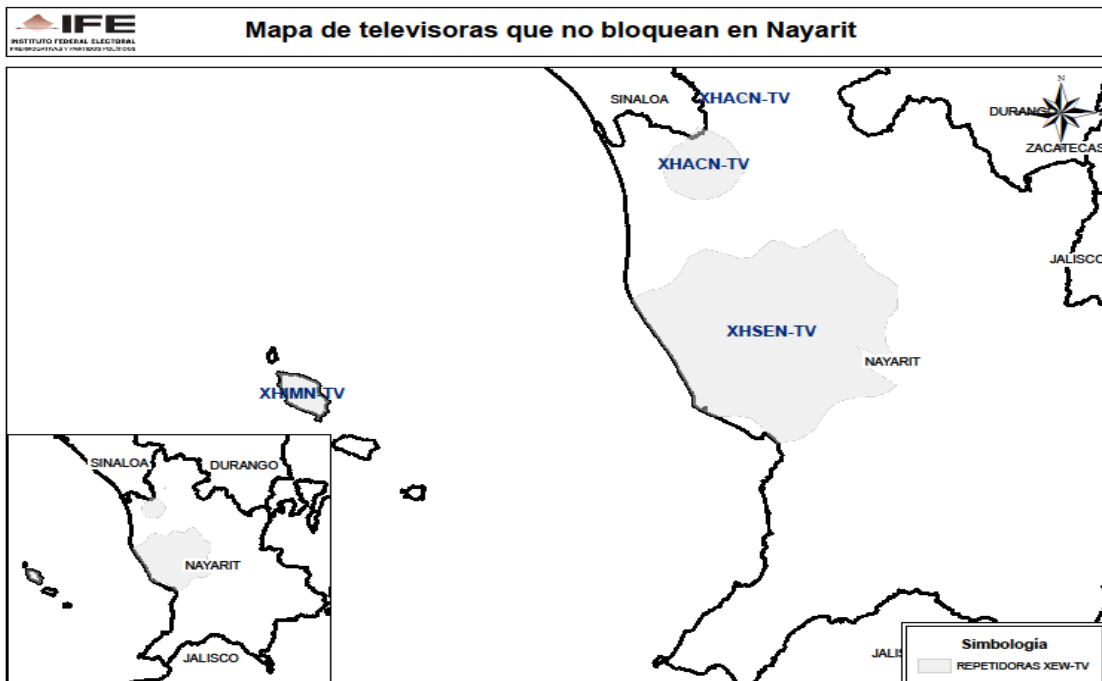
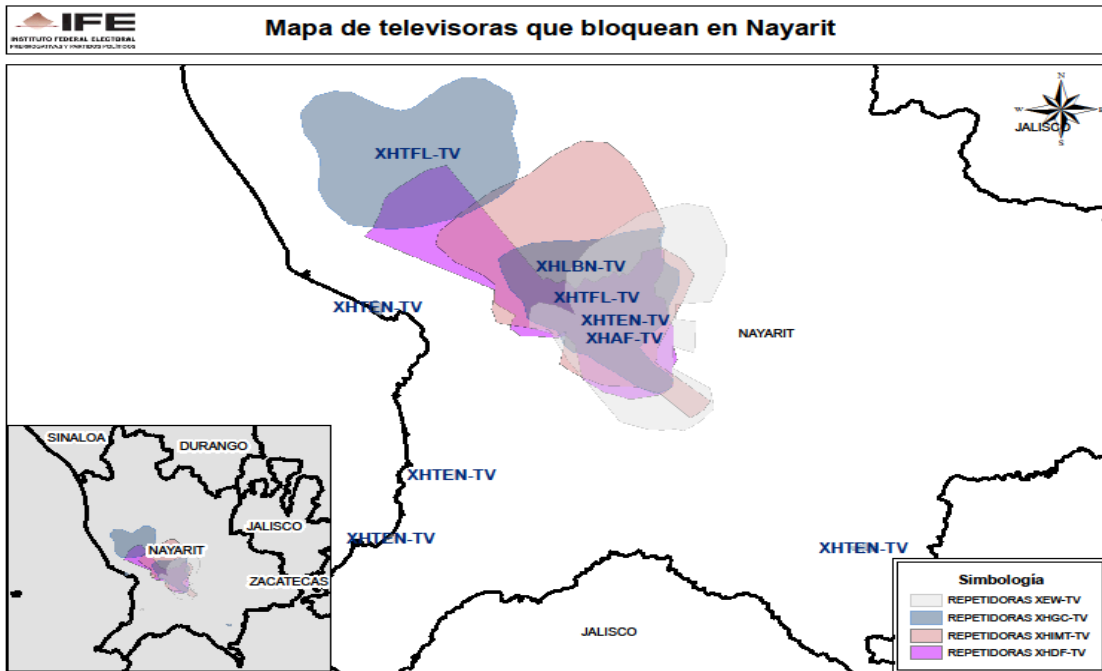


MORELOS

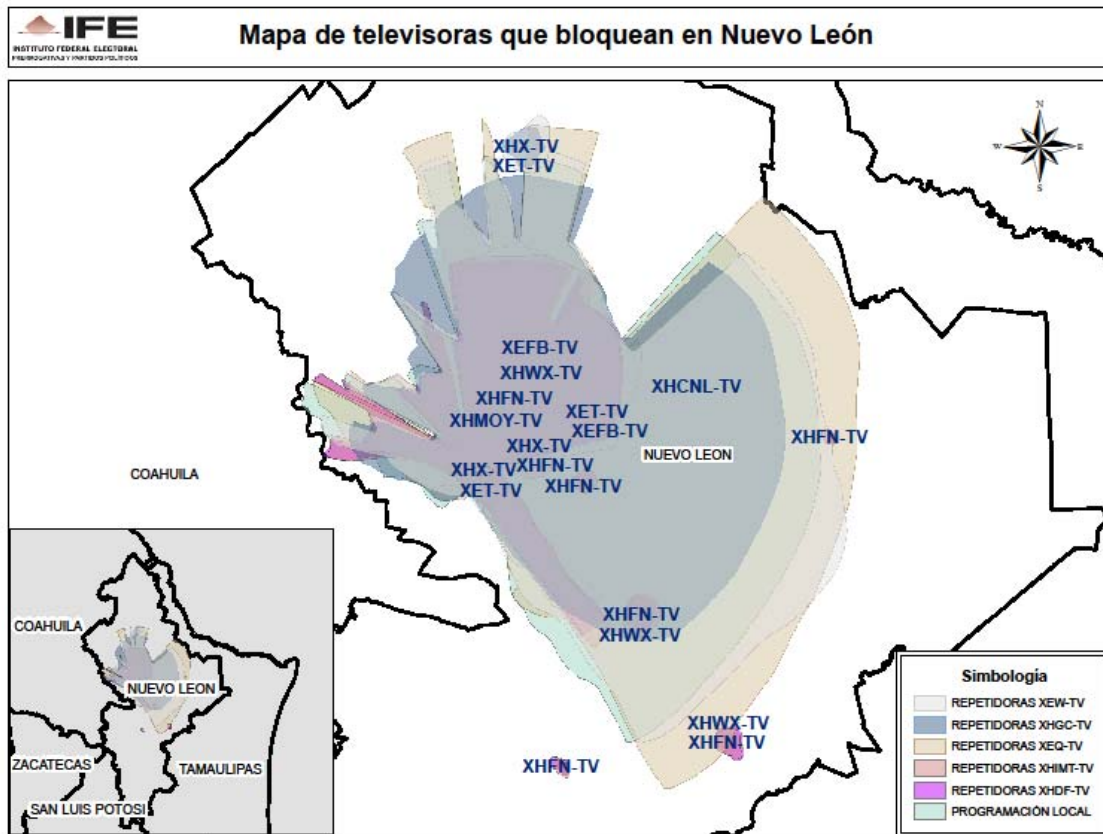


Nota: En esta entidad federativa, todas las emisoras “bloquean”, razón por la cual únicamente aparece un mapa.

NAYARIT

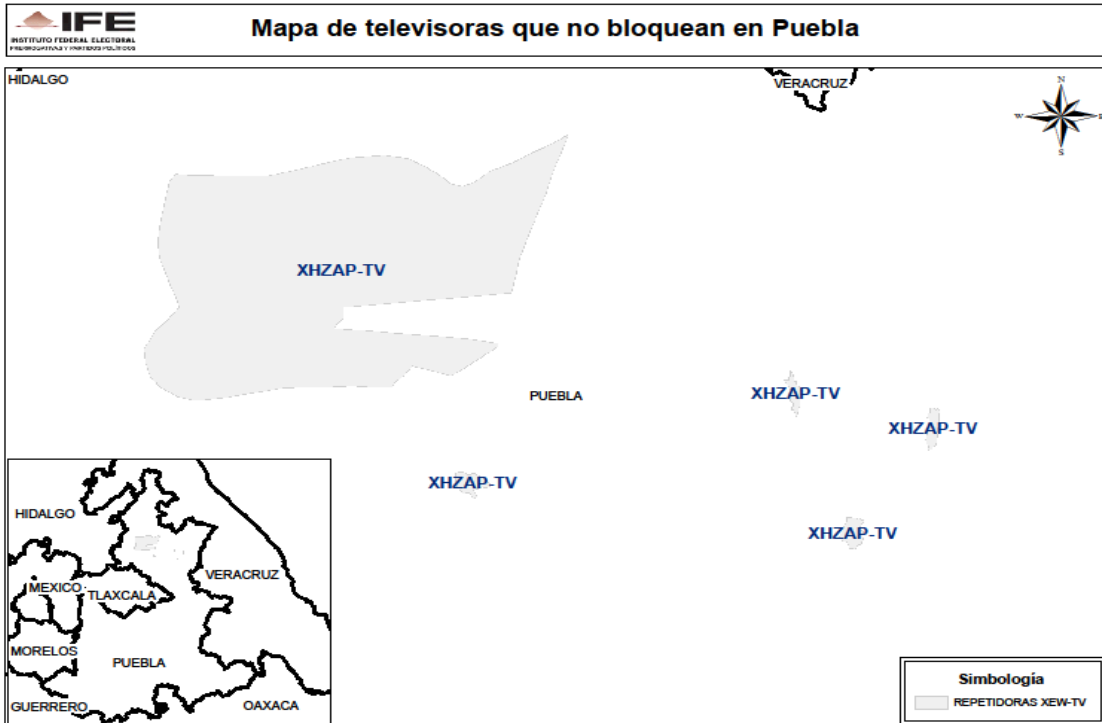
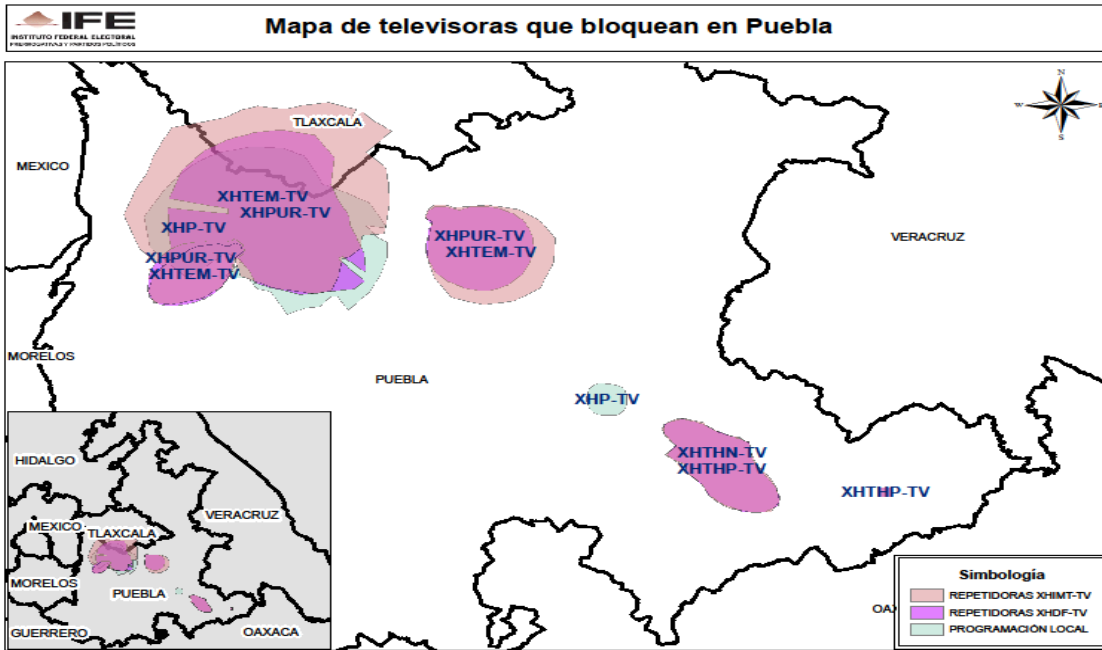


NUEVO LEÓN

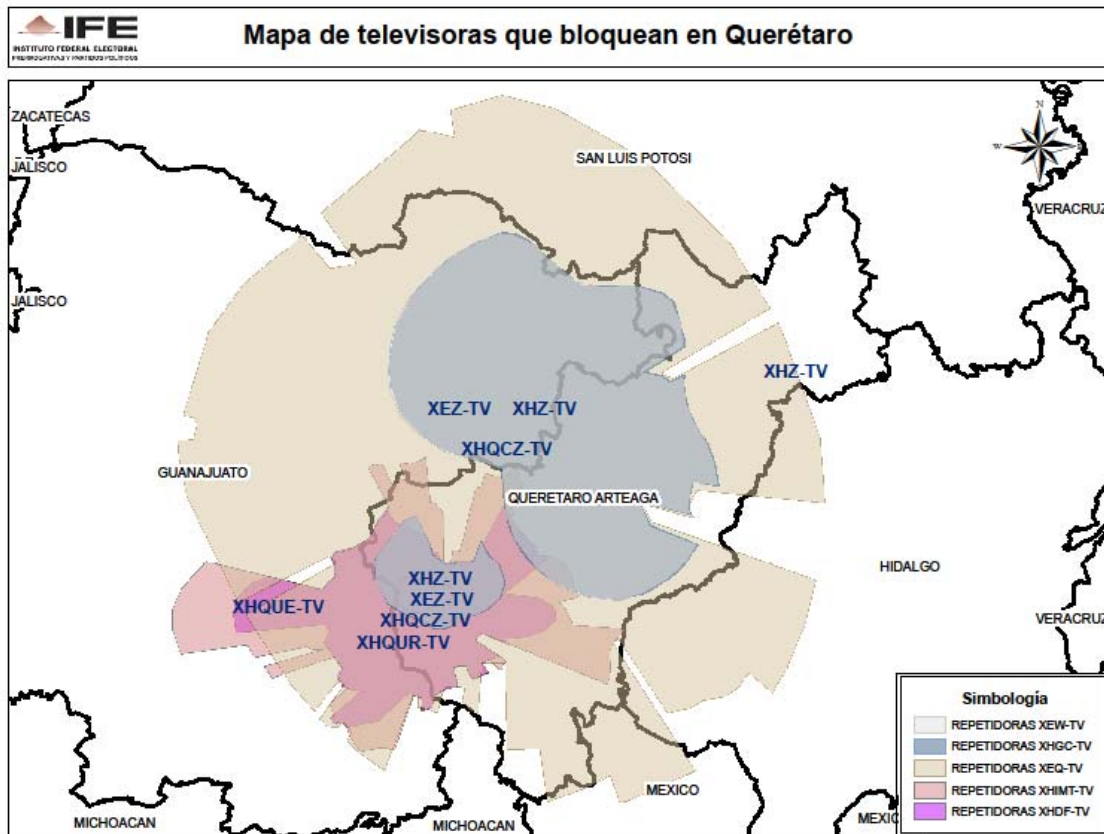


Nota: En esta entidad federativa, todas las emisoras “bloquean”, razón por la cual únicamente aparece un mapa.

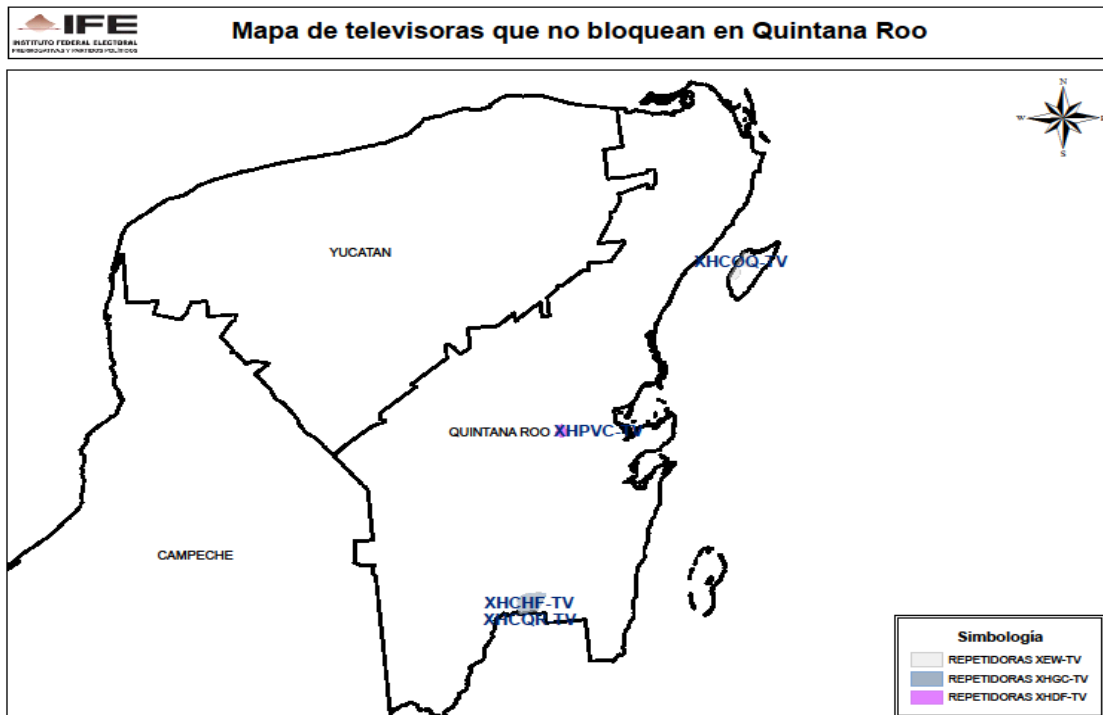
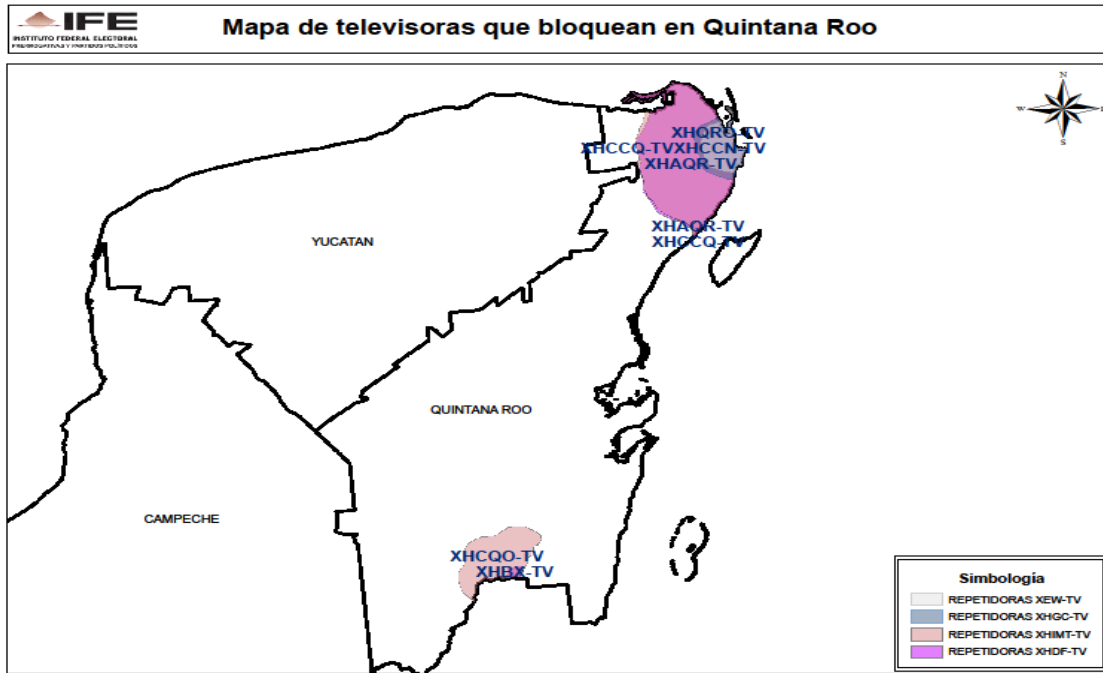
PUEBLA



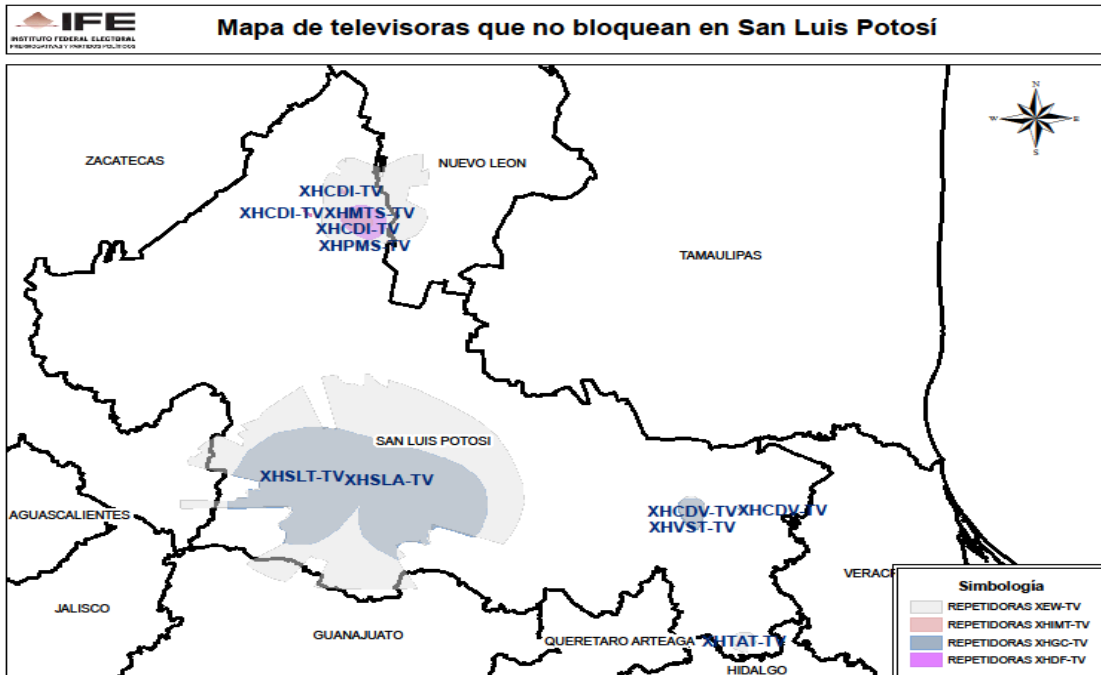
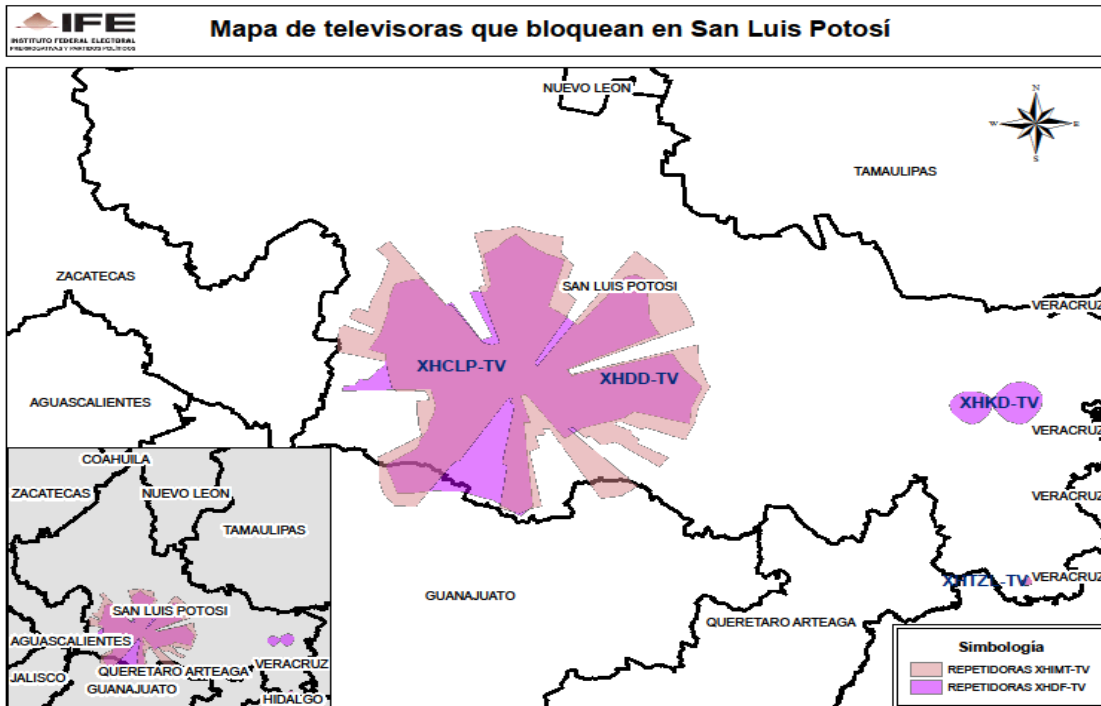
QUERÉTARO



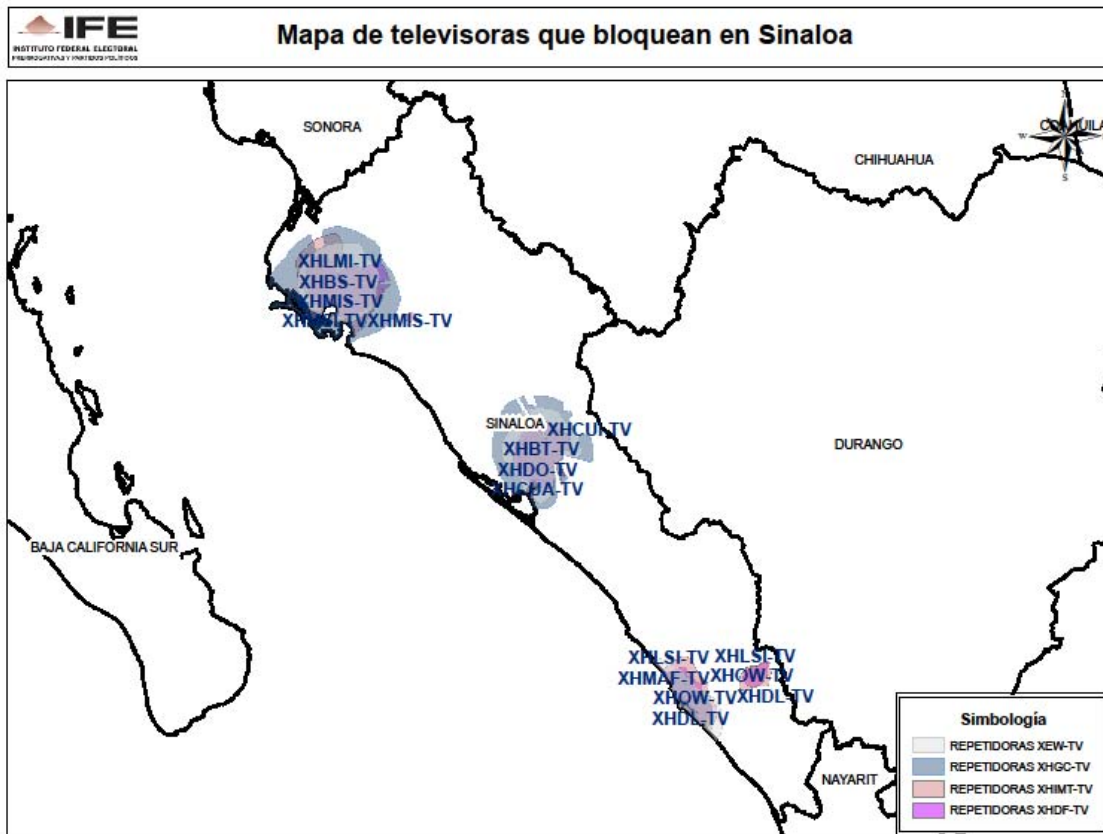
QUINTANA ROO



SAN LUIS POTOSÍ

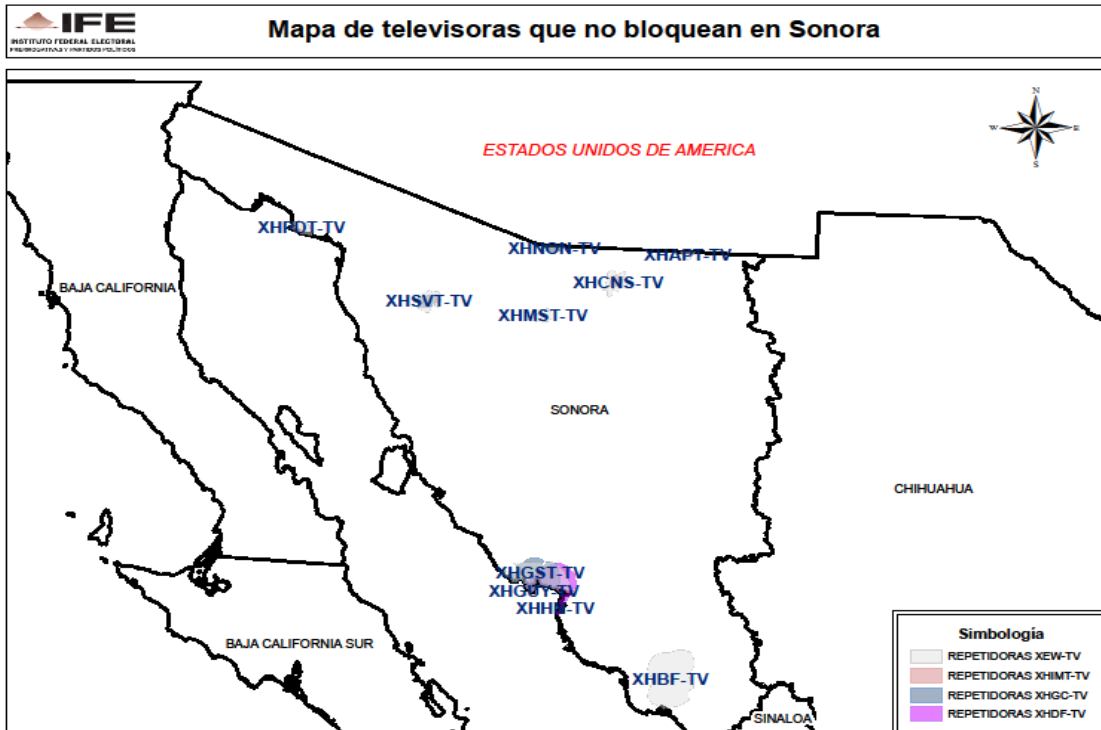


SINALOA

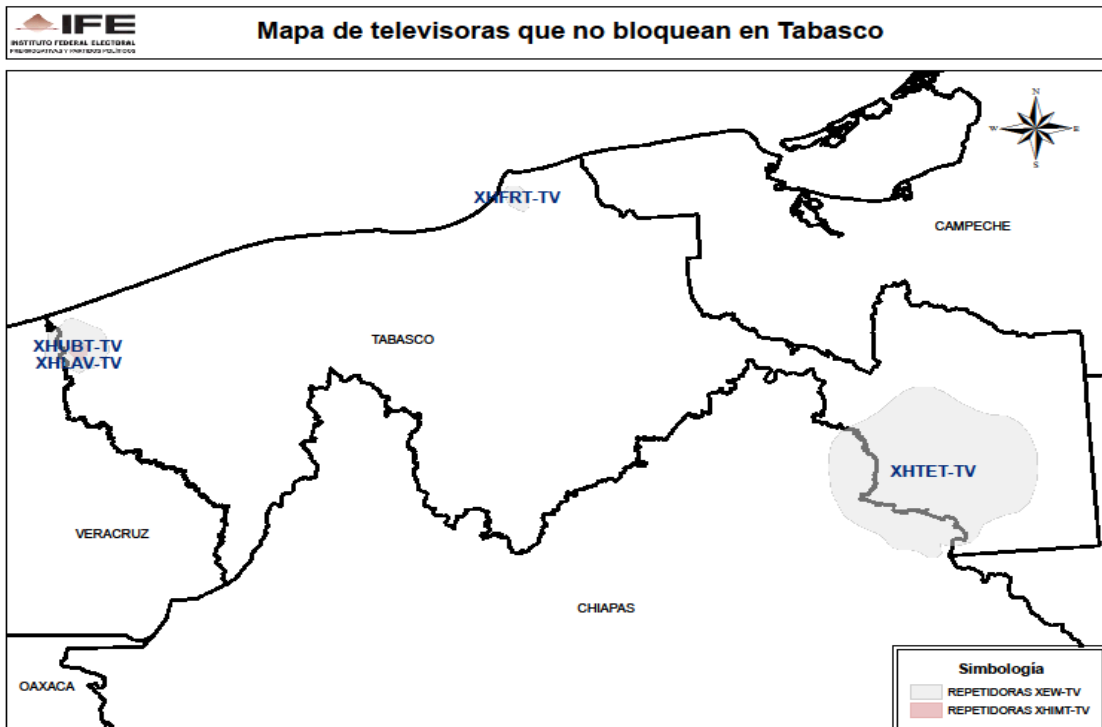
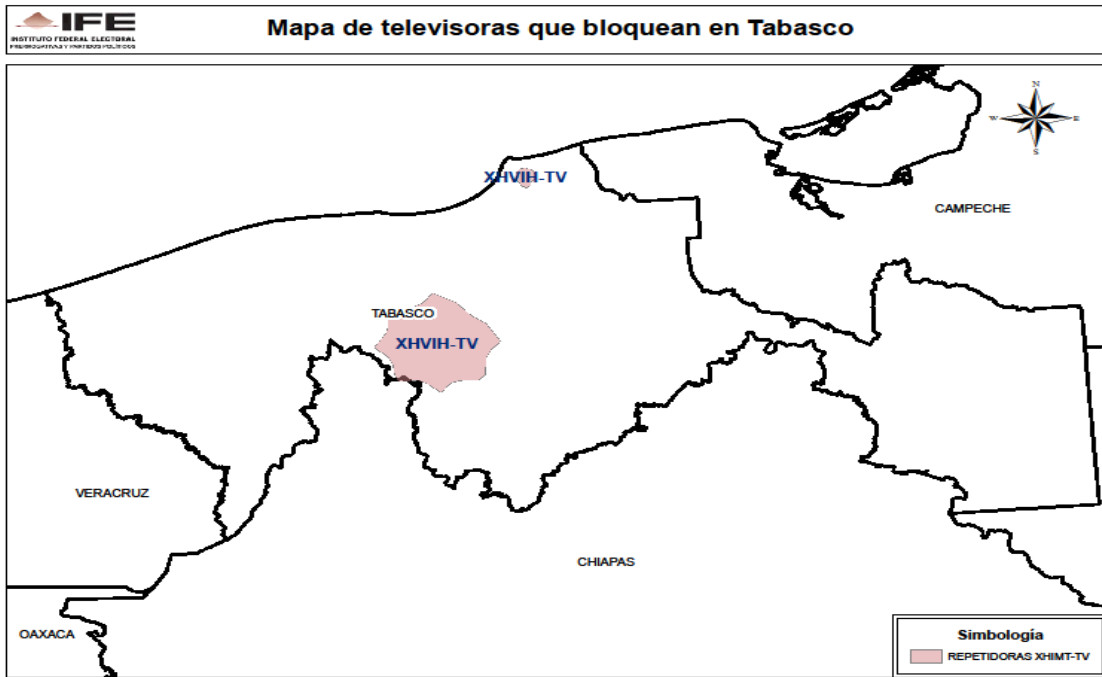


Nota: En esta entidad federativa, todas las emisoras “bloquean”, razón por la cual únicamente aparece un mapa.

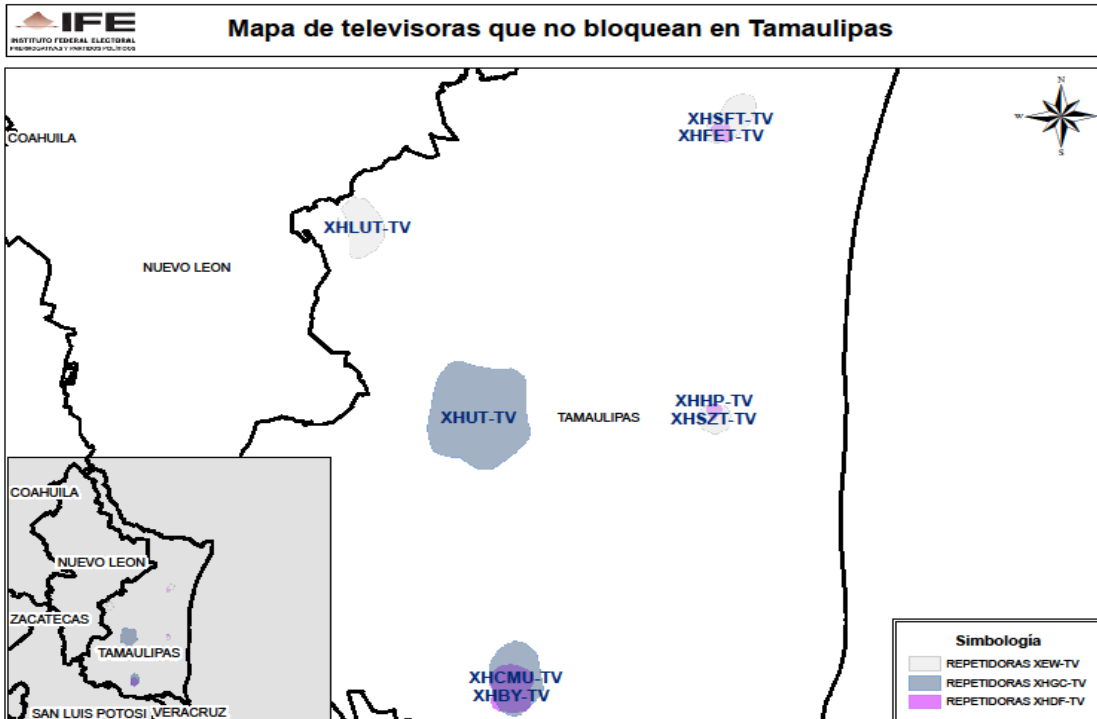
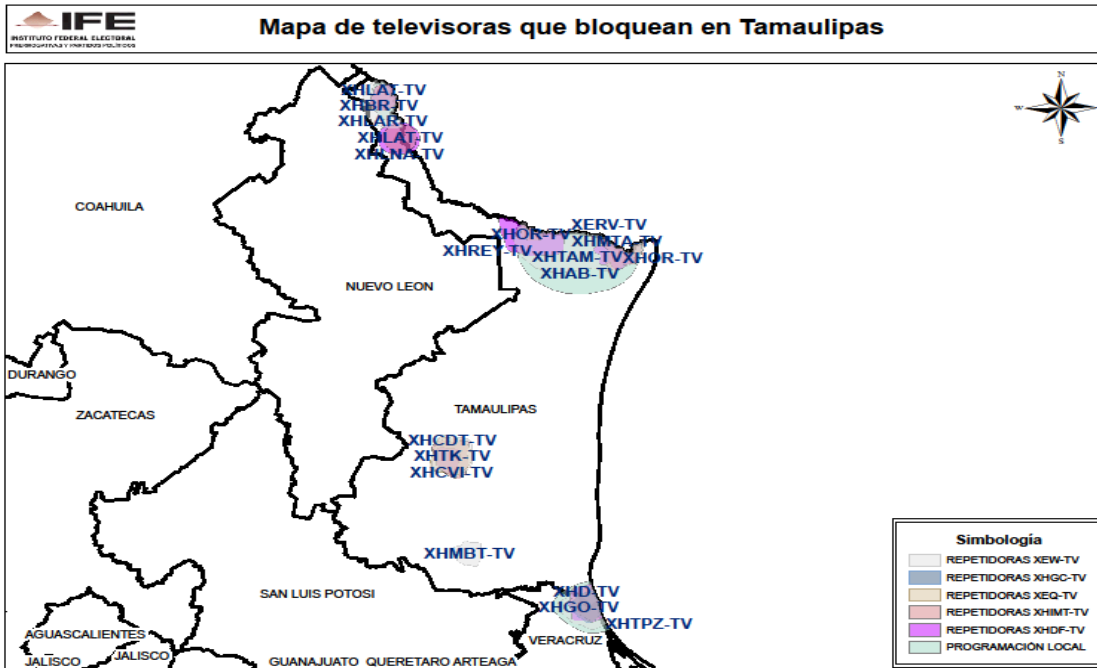
SONORA



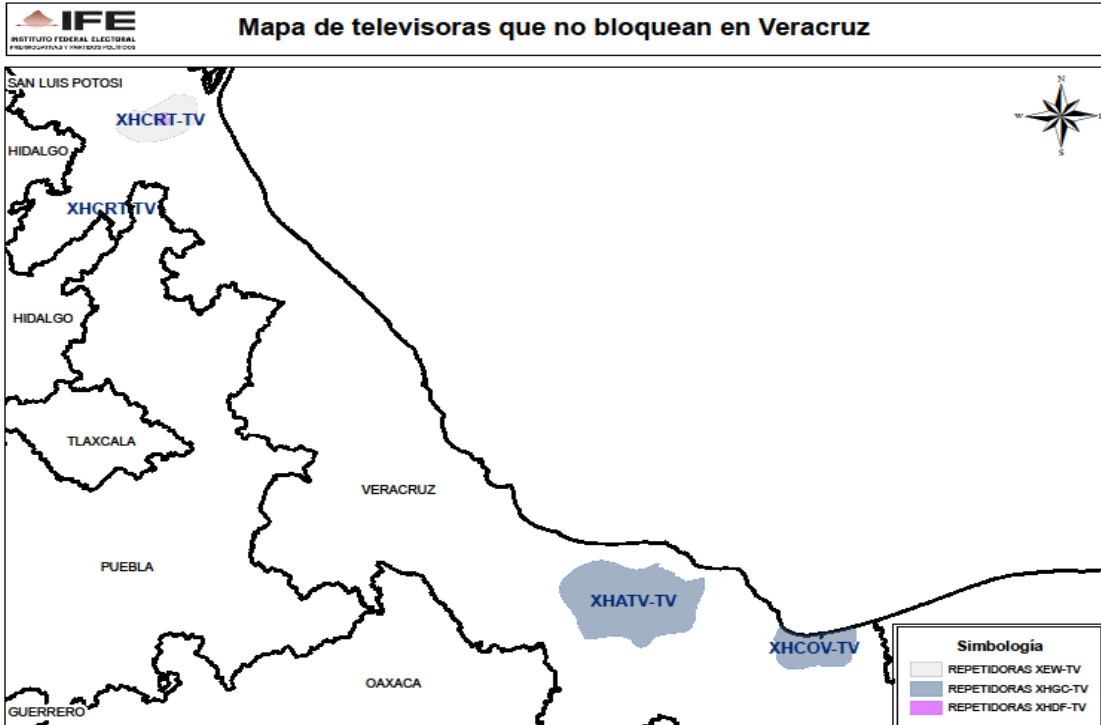
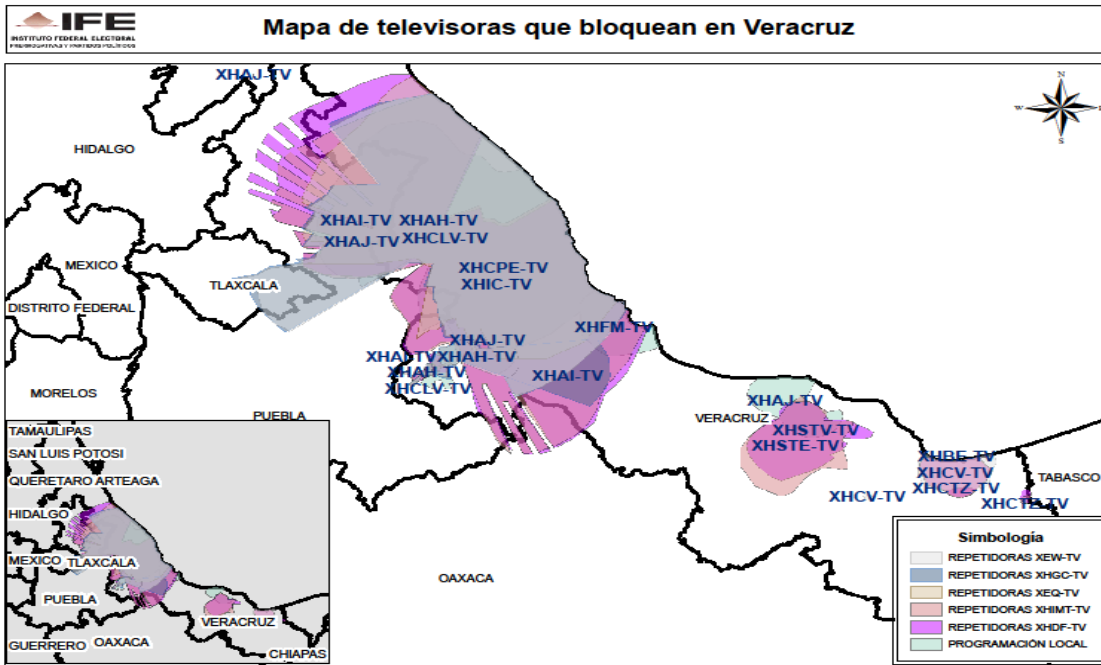
TABASCO



TAMAULIPAS

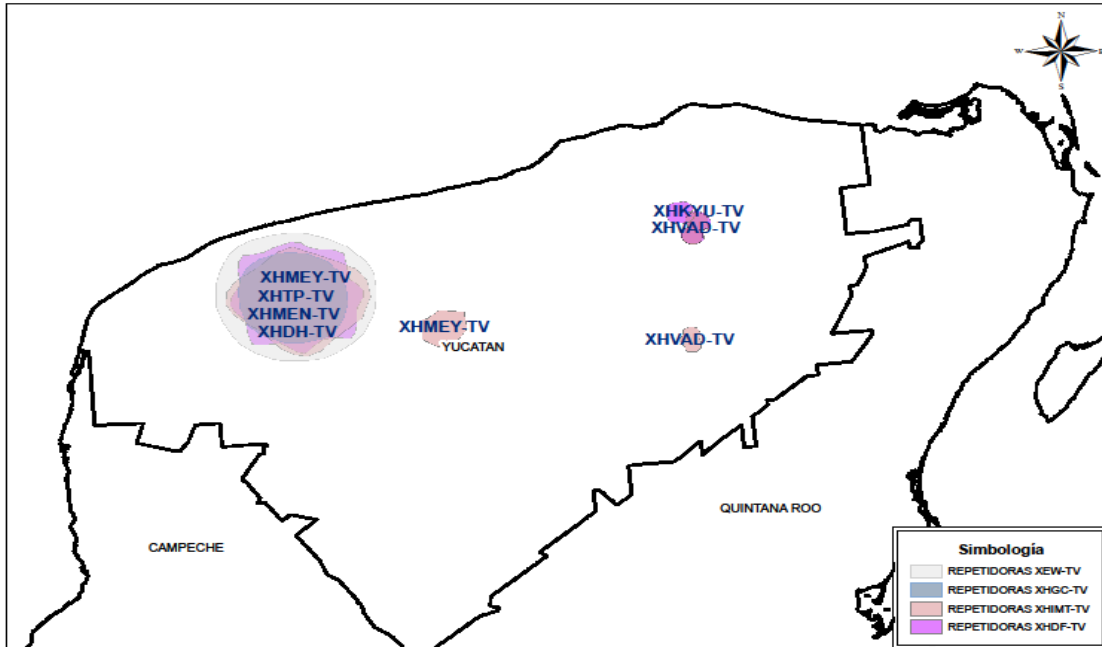


VERACRUZ

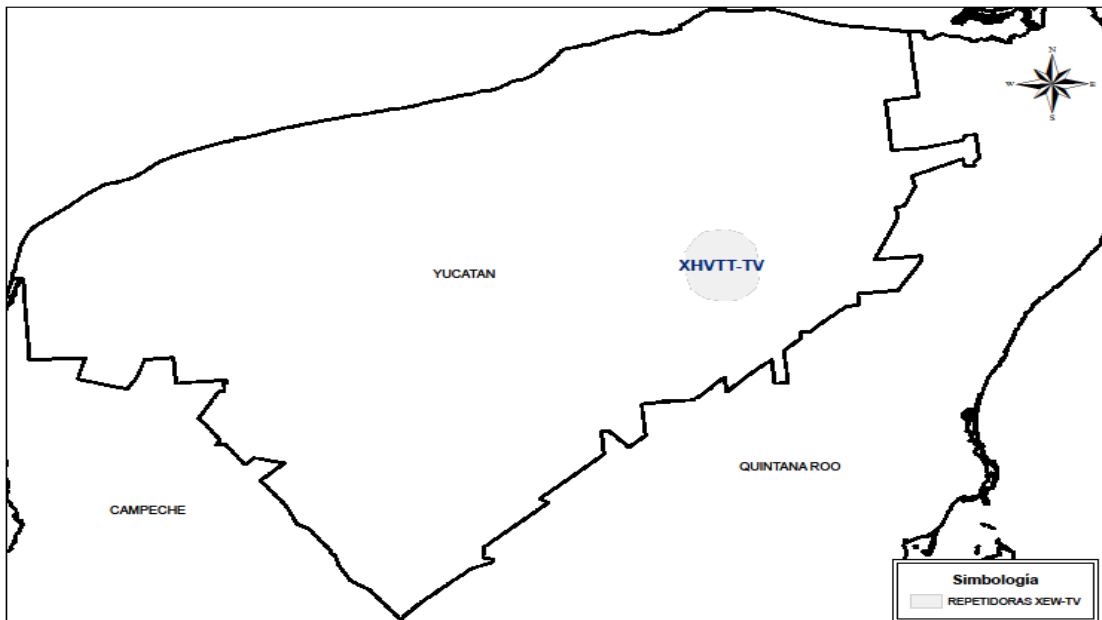


YUCATÁN

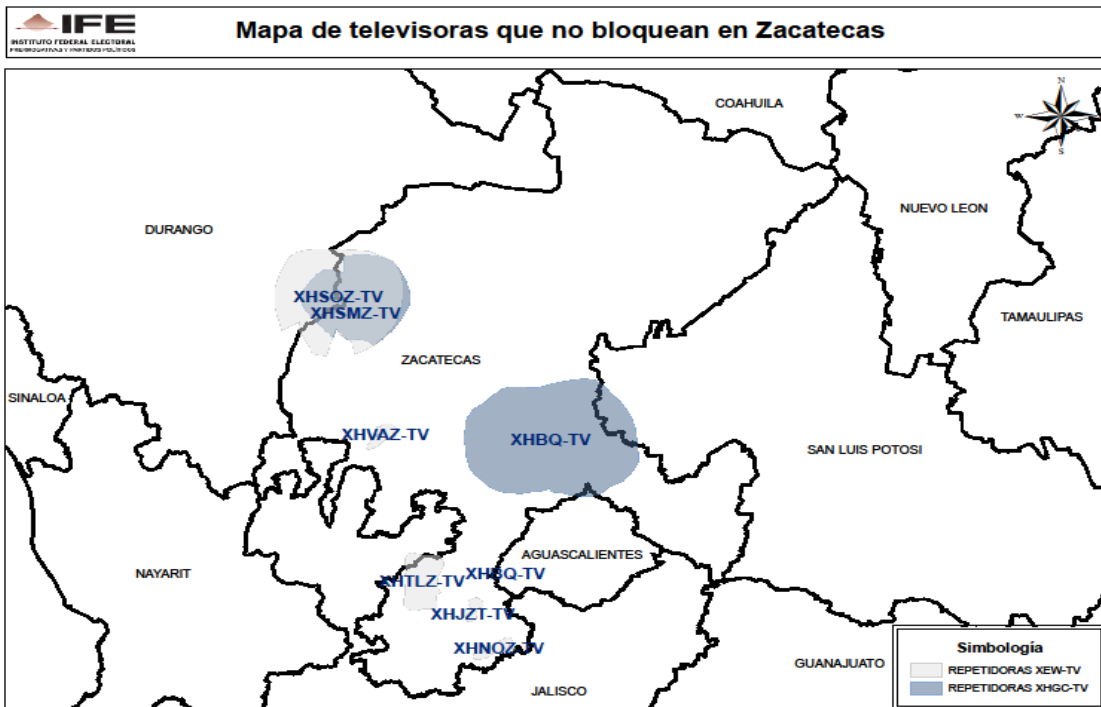
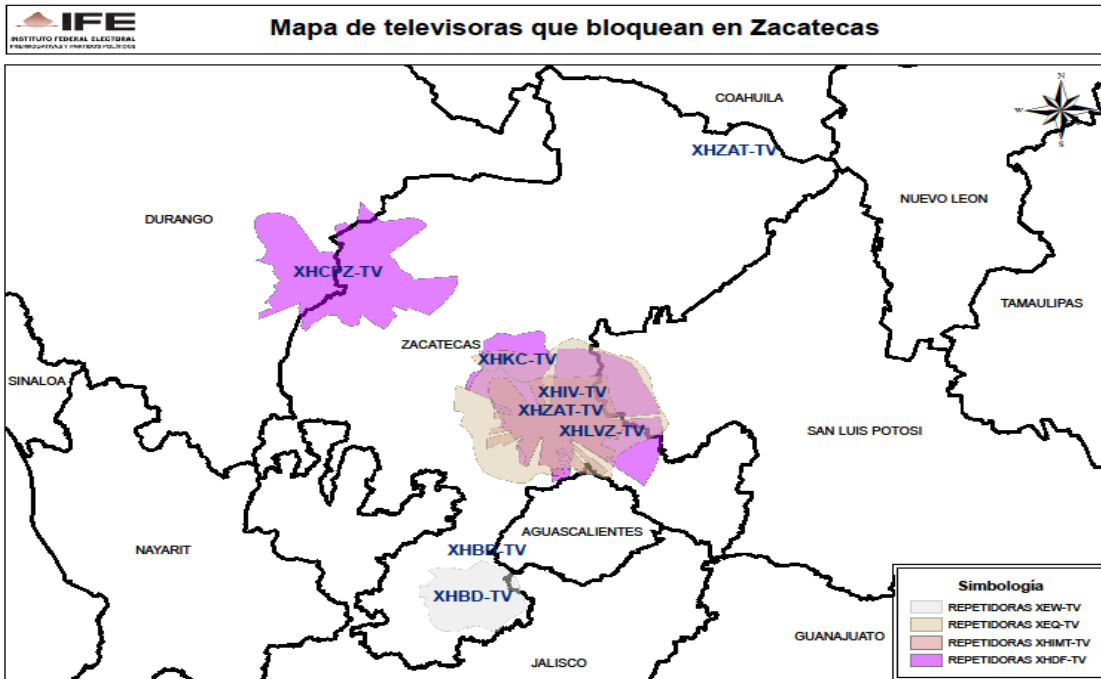
IFE INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL
Mapa de televisoras que bloquean en Yucatán



IFE INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL
Mapa de televisoras que no bloquean en 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, en las sentencias dictadas en los recursos de apelación identificados con los números de expedientes SUP-RAP-204/2010 y acumulados; y SUP-RAP-211/2010, y acumulados, el TEPJF 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.

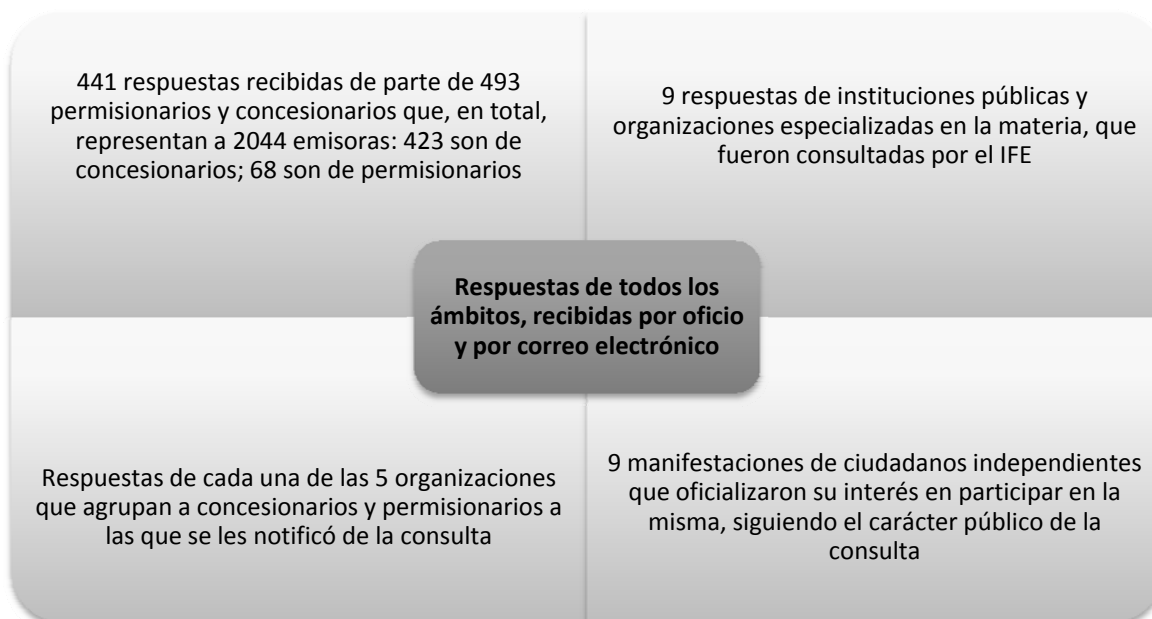
De acuerdo con los precedentes citados, **durante los procesos electorales, los concesionarios y permisionarios de radio y televisión están obligados a participar en la cobertura de las elecciones que transcurran en las entidades en las que operen, sin que las distintas modalidades de operación les eximan 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.²

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:³



² 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.

³ 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 DELGOLFO 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, XHHLL-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) IXMILQUILPAN, 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.** COSMORADIAL, 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.** CÍA 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, XHMJI-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, XHGNB-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 (XEAW-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 CUAUHTEMOC 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-AMHMA-B-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, MULTIESTEREOFONICA, 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, XEZA-AM, S.A. DE C.V., XEZA-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./XEHit-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.L.K., 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 POZARICA, 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./XHY-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 TEPATILÁN 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 XHQT0- 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 de Ciudad Camargo, Chih.; Radiodifusora Asociada Calderón Lara

Armando, S.A., concesionaria de XEACM-AM y XHACM-FM de Cárdenas, Tabasco; Voz Amiga de la Cuenca del Papaloapan, S.A., XEFU-AM Y XHFU-FM, XEQO-AM YXHQO-FM DE COSAMALOAPAN, VER. XEJQ-AM DE PARRAS DE LA FUENTE, COAH., XEJ-TV DE CIUDAD JUÁREZ, CHIH., XHMH-TV DE HIDALGO DEL PARRAL, Chih.; Radio Cuchuma, S.A., concesionaria de XEKT-AM de Tecate, B.C.; Sistemas de Comunicación Bajacaliforniana, S.A. de C.V., concesionaria de XHMIX-FM de Rumorosa, B.C.; Rafael Castro Torres, concesionario de XECV-AM, Impulsora Radiofónica, S.A., concesionaria de XEXR-AM, Publicidad Popular Potosina, S.A., concesionaria de XETR-AM de Ciudad Valles, S.L.P.; Bac Comunicaciones, S.A. de C.V., concesionaria de XEFS-AM de Izúcar de Matamoros, Pue.; XHNOE FM, S.A. de C.V., concesionaria de XHNOE-FM de Nuevo Laredo, Tamps; Sucesores de Sergio Olivares Gascón, S.A. de C.V., concesionaria de XHNY-FM de Irapuato, Gto.; Flores y Flores, S. en N. C. de C.V., concesionaria de XHFW-TV, Flores, S.A. de C.V., concesionaria de XEFW-AM y XETW-AM, Formula Flores, S.A. de C.V., concesionaria de XHON-FM de Tampico, Tamps.; Emisora de Durango, S.A., concesionaria de XECAV-AM y XEDU-AM, Radio Durango, S.A., concesionaria de XEDGO-AM y XHDGO-FM de Durango, Dgo.; Arnoldo Rodriguez Zermeño, concesionario de XESOS-AM de El Sifón, Son.; El Heraldo Fronterizo, S.A., concesionaria de XEWD-AM de Ciudad Miguel Alemán, Tamps.; Cadena Radial del Sur, concesionaria de XESUR-AM de Chilapa, Gro.; Radio Iguala, S.A. de C.V., concesionaria de XEIG-AM de Iguala, Gro.; Radiodifusoras de

Zacatecas, S.A. de C.V., concesionaria de XEZC-AM de Río Grande, Zac.; Ralla Zacatecana, S.A. de C.V., concesionaria de XEYQ-AM y XHYQ-FM de Fresnillo, Zac.; Radio Publicidad Zacatecana, S.A. de C.V., concesionaria de XELK-AM, Raza Publicidad, S.A. de C.V., concesionaria de XEXZ-AM de Zacatecas, Zac.; Radio Colima, S.A., concesionaria de XEUU-AM y XHUU-FM de Colima, Col.; Radio Manzanillo, S.A. de C.V., concesionaria de XECS-AM de Manzanillo, Col.; Radio Tropical, S.A. de C.V., concesionaria de XEHU-AM, José Manuel Manterola Sainz, concesionario de XEHU-FM, Radio XEUZ, S.A., concesionaria de XEHTY-AM de Martínez de la Torre, Ver.; Radio XEPT, S.A. de C.V., concesionaria de XEPT-AM de Misantla, Ver.; Radio XEVO, S.A. de C.V., concesionaria de XEVO-AM de San Rafael, Ver.; Radiodifusora de Monclova, S.A., concesionaria de XEMF-AM, Radio XEMF-AM, concesionaria de XEWGR-AM y XHWGR-FM de Monclova, Coah.; Sucesión de Alejandro Padilla Reyes, concesionaria de XEBQ-AM y XHBQ-FM de Guaymas, Son.; Josefina Reyes Sahagún, concesionaria de XEEY-AM de El Sauz II, Ags.; Radio Popular Fronteriza, S.A., concesionaria de XEMJ-AM de Piedras Negras, Coah.; Francisco Everardo Elizondo Cedillo, concesionario de XEXU-AM de Frontera, Coah.; José Luis oliva Meza, XETP-AM y XHTP-FM, RADIO LUJO, S.A. DE C.V. XEBD-AM y XHBD-FM DE BANDERILLA, VER., RADIO VARIEDADES, S.A. DE C.V., XEYV-AM y XHYV-FM DE PUEBLO DE SANTA LETICIA, VER., JASZ RADIO, S.A., DE C.V., XEVT-AM y XHVT-FM DE VILLAHERMOSA. TAB., RADIO ENSENADA, S.A. XEDX-AM DE ENSENADA, B.C., RADIODIFUSORA CACHANILLA, S.A. DE C.V., XEMBC-AM de

Mexicali, B.C.; Radio Tijuana, S.A., concesionaria de XEBG-AM, Radio 80, S.A., concesionaria de XESPN-AM, Radio Sensación, S.A. de Tijuana, S.A., 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 XEZK-AM de Tepatlán, Jai.; 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 .
9. 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.

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.

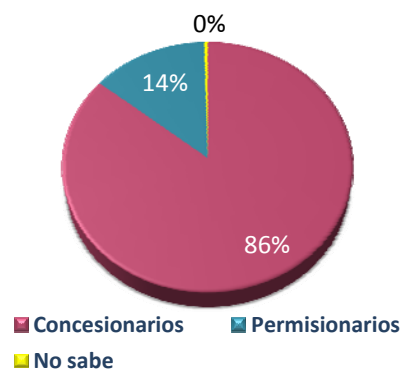
EL PROCESO DE LA CONSULTA. INTERACCIÓN ENTRE EL IFE Y LOS PERMISIONARIOS Y CONCESIONARIOS.

- **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.

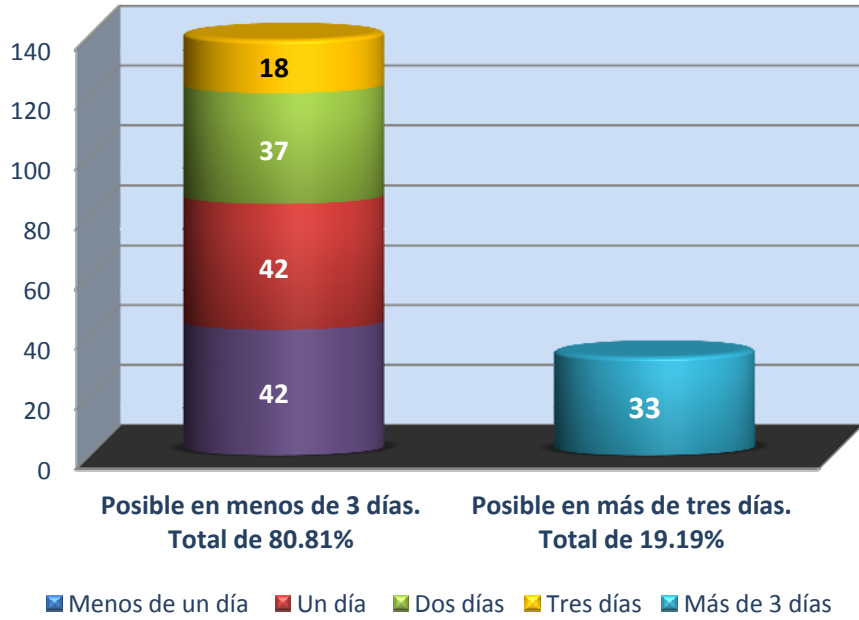
Consulta	Opción	Cantidad	% de respuesta
¿Cómo se recibió la respuesta?	Por correo electrónico	124	25.15
	Por oficio	364	73.83
	Ambos	5	1.01
Indique si la respuesta fue recibida dentro del plazo otorgado o fuera de éste.	En tiempo	486	98.58
	Extemporánea	7	1.42

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

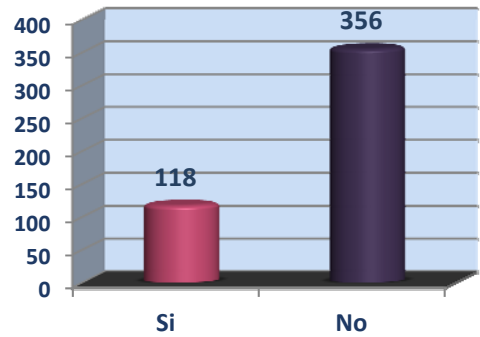


Consulta	Opción	Cantidad	% de respuesta
¿Cuál es el tiempo mínimo posible en la concesionaria/permisionaria a su cargo para transmitir un promocional, tomando en cuenta el tiempo que transcurre desde que se recibe el promocional, ya sea de carácter privado o de instituciones del Estado mexicano?	Menos 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

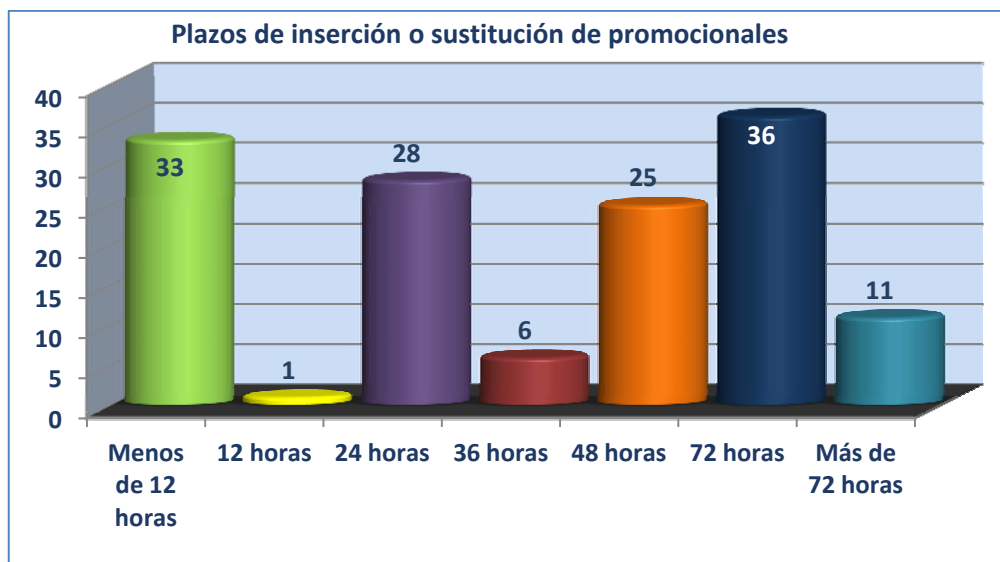
Tiempo mínimo posible para transmitir un promocional.

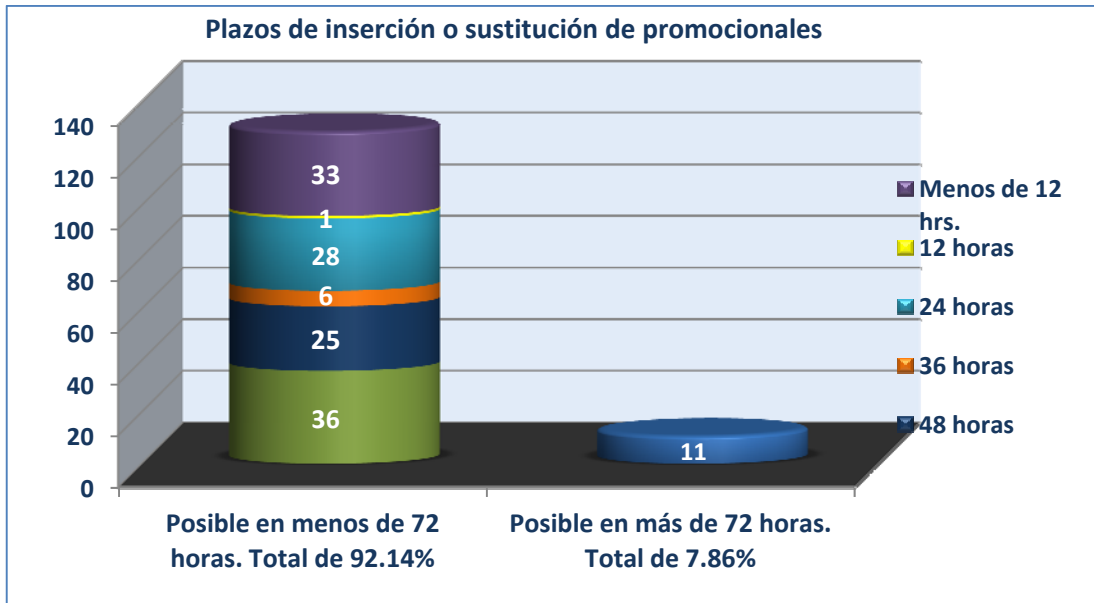


Consulta	Opción	Cantidad	% de respuesta
¿Los tiempos de transmisión de materiales a que se refiere la propuesta que se pone a su consideración son plausibles?	Si	118	24.90
	No	356	75.10



Consulta	Opción	Cantidad	% de respuesta
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

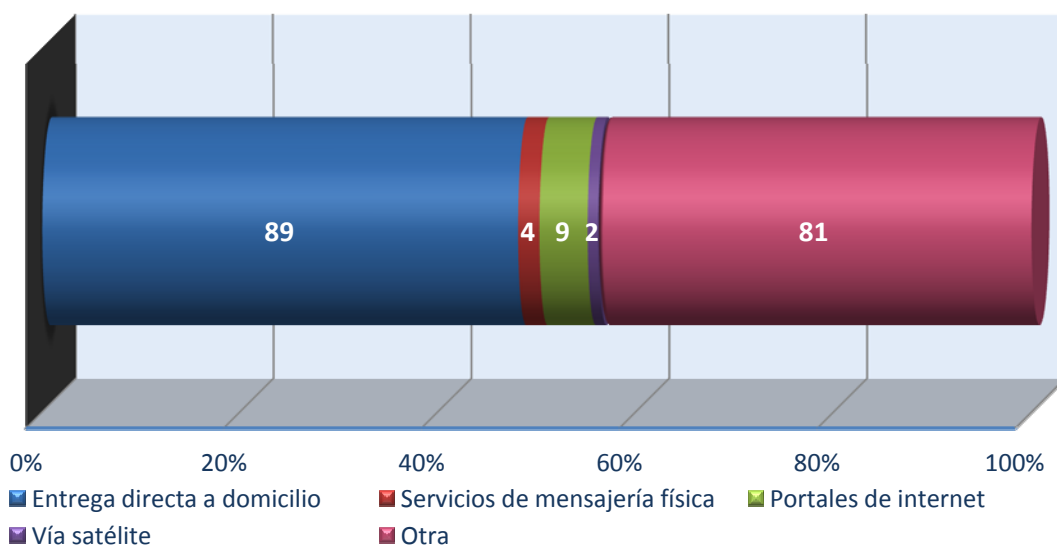




Consulta	Cifras reportadas	
Indique cuál es el volumen máximo de promocionales distintos que la concesionaria/permisionaria a su cargo transmite en un día típico, incluyendo aquellos de carácter privado y de instituciones del Estado mexicano.	Promedio	219

Consulta	Opción	Cantidad	% de respuesta
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
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 pormenorice 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.
- **Permiszonarias 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 pauta 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 si 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 pautados, 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 le 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.

d. 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 reguladora 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.

e. 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 reglamentarios, en particular, las modificaciones a los esquemas y plazos para la entrega de materiales, se base en “... un dictamen de factibilidad en el que se explique [sic] 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 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 este contexto, en este apartado se da cuenta de dichos elementos a partir de la información y los comparativos presentados a lo largo del documento.

NÚMERO DE ELECCIONES EN LAS QUE EL IFE HA ADMINISTRADO LOS TIEMPOS DEL ESTADO EN RADIO Y TELEVISIÓN

Como se mencionó en el primer apartado, el IFE ha administrado, desde 2008, un conjunto de 51 elecciones (1 federal, 39 locales y 11 extraordinarias).

Durante el 2009, el IFE administró los tiempos del Estado en estos medios de comunicación en Proceso Electoral Federal intermedio de ese año y en las 11 elecciones coincidentes.

Además, durante el 2010, este Instituto garantizó la prerrogativa de acceso a radio y a televisión a partidos políticos y autoridades electorales en 15 procesos electorales locales concurrentes.

Considerando que durante el Proceso Electoral Federal 2011 – 2012 el número de coincidentes ascenderá a 15 elecciones locales, se concluye que el IFE cuenta con la experiencia de administrar los tiempos oficiales con fines electorales en un proceso federal y en 15 elecciones simultáneas, cifra exacta de lo que representa el esfuerzo de la autoridad administrativa electoral federal enfrentará el próximo año.

NÚMERO DE CARGOS DE ELECCIÓN POPULAR QUE SERÁN DISPUTADOS EN EL PROCESO ELECTORAL FEDERAL 2011 – 2012 Y EN LAS 15 ELECCIONES COINCIDENTES

Como se explicó en el segundo apartado, de 2008 a la fecha, el conjunto de elecciones federales, locales y extraordinarias ha tenido como propósito la votación por 4,720 cargos en total.

Durante el Proceso Electoral Federal 2011 – 2012 y las 15 elecciones locales cuya jornada comicial será coincidente con la federal, se elegirán 2,101 cargos, como se muestra en la siguiente tabla.

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

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.

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 similar de cargos que los que serán elegidos en el proceso electoral federal que ya se encuentra en curso y las 15 elecciones simultáneas, pues durante los procesos electivos estatales transcurridos en el 2010 se disputaron 2,051 cargos, mientras que para este proceso federal y las elecciones locales coincidentes, el número de cargos asciende a 2,101, lo que implica una diferencia de 50 que en términos porcentuales, apenas alcanza el 2.37% del total de cargos, diferencia que no resulta significativa.

NÚMERO DE EMISORAS QUE INTEGRAN LOS CATÁLOGOS

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.

Durante el proceso electoral federal de 2009 y sus 11 elecciones concurrentes, el IFE pautó a 2,077 emisoras de radio y televisión, debido a 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, y tampoco había sido pronunciada la tesis relevante identificada con el número XXIII/2009.

Durante las elecciones locales celebradas el primer semestre de 2010, el número de emisoras fue de 1,037, incluyendo las que participaron en la cobertura de 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.

Para el Proceso Electoral Federal 2011 – 2012 y las 15 elecciones concurrentes, 2,335 emisoras de radio y televisión (los combos de transición AM – FM, cuentan por una señal) 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.

Adicionalmente, debe tenerse en cuenta que este incremento tampoco mermará la eficiencia en la entrega de materiales y órdenes de transmisión, habida cuenta de que las emisoras que no habían sido incorporadas a los catálogos durante el 2009 corresponden a estaciones repetidoras operadas por los mismos concesionarios a los que ordinariamente se notifican pautados, materiales y órdenes de transmisión. En otros términos, previo a la emisión de las resoluciones, la jurisprudencia y la tesis del TEPJF a que se hizo referencia, diversas emisoras de televisión no fueron pautadas para los procesos electivos transcurridos en el 2009, pero en todos los casos, estas estaciones son operadas por concesionarios y permisionarios a los que se ha notificado ordinariamente a partir del 2008, por lo que su inclusión en los catálogos no afectará los procedimientos para la entrega de estos insumos.

PARTIDOS POLÍTICOS NACIONALES, LOCALES Y COALICIONES CON ACCESO A RADIO Y TELEVISIÓN

En el apartado tercero, se detalló que del conjunto de elecciones federales, locales y extraordinarias, el mínimo de partidos políticos locales y federales a los que el IFE ha garantizado el acceso a radio y televisión es de 6 partidos, mientras que la cifra máxima ascendió a 12.

Además, se presentó la información sobre el registro de 36 coaliciones totales que obligó a la modificación de la pauta en el segmento correspondiente al 30% igualitario, de conformidad con el artículo 98, párrafo 5 del código de la materia.

Durante los procesos electorales locales que se llevaron a cabo en el 2008, el IFE garantizó el acceso a la radio y a la televisión a un máximo de 8 partidos políticos nacionales y un mínimo de 6. Por lo que respecta a los partidos con registro ante los institutos o consejos electorales estatales, el máximo de partidos locales ascendió a 2 y el mínimo fue 0. En relación con las coaliciones totales, en esos procesos electivos, se asignaron tiempos en radio y televisión a un máximo de 3 coaliciones y a un mínimo de 0.

Durante el proceso electoral federal de 2009 y las 11 elecciones locales coincidentes, el Instituto asignó tiempos en radio y televisión a un máximo de 8 partidos políticos nacionales, 2 partidos locales y 1 coalición, y a un mínimo de 6 partidos nacionales, sin partidos locales ni coaliciones totales registradas.

Por lo que respecta a los procesos comiciales transcurridos en el 2010, el IFE garantizó la prerrogativa de acceso a radio y televisión a un máximo de 7 partidos políticos nacionales, 5 partidos locales y 2 coaliciones, y a un mínimo de 6 partidos nacionales, sin partidos con registro local ni coaliciones totales. Como se advierte, en un caso, en específico el proceso electoral de Tlaxcala, el Instituto asignó tiempos en radio y televisión a un total de 12 partidos políticos nacionales y locales (7 nacionales y 5 locales) en una misma elección.

Finalmente, durante los procesos electorales que ya concluyeron en este año, el Instituto asignó espacios en estos medios de comunicación a un máximo de 7 partidos políticos nacionales, 3 partidos con registro local y hasta 3 coaliciones, y a un mínimo de 6 partidos nacionales, sin partidos locales ni coaliciones totales registradas.

En el Proceso Electoral Federal 2011 – 2012 y las 15 elecciones locales coincidentes, participarán 7 partidos políticos con registro nacional y hasta 7 con registro local en total, 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.

Entidad	Nº 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	

Entidad	Nº de partidos locales	Nombre de los partidos locales
Tabasco	0	
Yucatán	1	Partido Socialdemócrata del estado de Yucatán (PSD)

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 nacionales y locales que los que previsiblemente contendrán en el proceso electoral federal 2011 – 2012 y en las 15 elecciones coincidentes.

Por lo tanto, esta variable no tiene mayor incidencia ni implicación en las propuestas de ajuste reglamentario.

PLAZOS PARA LA NOTIFICACIÓN DE PAUTAS A LOS CONCESIONARIOS Y PERMISIONARIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN

La aprobación de las pautas para la transmisión en radio y televisión de los promocionales de los partidos políticos y de las autoridades electorales implica la participación de los institutos o consejos electorales locales (en los casos de procesos electivos estatales), del Consejo General (para la publicación de los catálogos de emisoras que apruebe el Comité de Radio y Televisión, así como para la asignación de tiempos a las autoridades electorales) de la Junta General Ejecutiva (para la aprobación de las pautas de los mensajes de las autoridades electorales), y del Comité de Radio y Televisión (para la aprobación de los catálogos de emisoras y de las pautas de los mensajes de los partidos políticos).

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.

A pesar de la necesaria concurrencia de autoridades locales y de diversos órganos del Instituto (que deben sesionar, discutir y analizar documentos e instrumentos), el plazo de 20 días para la notificación de la pautas no ha entorpecido los trabajos institucionales y como se explicó en el apartado correspondiente, las pautas fueron aprobadas por el Comité de Radio y Televisión, en promedio, con 37 días de antelación a su inicio.

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, y para que los distintos órganos del Instituto sesionen con motivo de la aprobación de los catálogos y la orden de 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 las modificaciones a las pautas en casos extraordinarios resulta excesivo.

Como se mencionó, el IFE se ha visto en la necesidad de notificar pautas en plazos menores en las siguientes situaciones:

- a. Cuando los registros o las disoluciones de coaliciones totales obligan a modificar pautas, en cumplimiento al artículo 98, párrafo 5 del código de la materia, en algunos casos, el plazo ha impedido que los pautados inicien su vigencia en correspondencia con una etapa electiva. El caso más emblemático se recoge en el *Acuerdo del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral por el que se modifica el “Acuerdo del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral por el que se aprueban el modelo de distribución y las pautas para la transmisión en radio y televisión de los mensajes de los partidos políticos durante la precampaña y la campaña del proceso electoral ordinario dos mil once en el estado de Nayarit”* identificado con el número ACRT/006/2011, con motivo del registro de coaliciones totales ante el Instituto Estatal Electoral de Nayarit”, identificado con la clave ACRT/007/2011, con motivo del retiro del Partido Acción Nacional de la coalición denominada “Nayarit, Paz y Trabajo”, identificado con la clave ACRT/013/2011).
- b. Cuando el TEPJF ordena acatar una resolución y el plazo reglamentario pone en riesgo el oportuno acceso a la radio y a la televisión por parte de los partidos políticos, durante los procesos electorales (v.gr. resolución SUP-RAP-100/2010 sobre el proceso electoral extraordinario en Ixcamilpa de Guerrero, Puebla, y la ejecutoria SUP-RAP-37-2011 y acumulados sobre la aprobación del catálogo y las pautas para el proceso electoral que tuvo lugar en el Estado de México hace unos meses). Inclusive, el propio TEPJF ha ordenado la no aplicación de este plazo para salvaguardar la prerrogativa de los partidos políticos en estos medios de comunicación (sentencia recaída al juicio de revisión constitucional SUP-JRC-29/2009 y al recurso de revisión SUP-RAP- 135/2009, acumulados, relativa a la distribución de tiempos en radio y televisión durante el proceso electoral local llevado a cabo en Sonora en el 2009), y

- c. En lo que respecta a las elecciones extraordinarias, el plazo ha resultado excesivo considerando que resulta necesaria la concurrencia de autoridades electorales locales y de diversos órganos del IFE, razón por la cual el Consejo General del Instituto ha ejercido su facultad de atracción, con base en el artículo 76 párrafo 1, inciso a) del código en la materia, para aprobar las pautas que ordinariamente deberían emitir el Comité de Radio y Televisión y la Junta General Ejecutiva, en sus respectivos ámbitos de competencia. En estos casos que debieran ser excepcionales, el Consejo General ha estimado que de no ejercitar tal facultad, se pondría en riesgo el oportuno acceso al tiempo del Estado en radio y televisión. Por ejemplo, los procesos extraordinarios celebrados en Lamadrid y Juárez, Coahuila (CG102/2010); San José Estancia Grande, Oaxaca (CG303/2010); Acuamanala 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).

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; debido al registro o disolución de coaliciones totales; 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 y en algunos casos, también institutos o consejos electorales locales, 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, de acuerdo con el Reglamento vigente y con la propuesta que se analiza, 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.

En ese sentido, se estima procedente la reducción del plazo para la notificación a concesionarios y permisionarios de las modificaciones a los pautados en los casos extraordinarios citados, de 10 días a 5 días hábiles previos al inicio de las transmisiones en el caso de pautas ordinarias, y a 4 días hábiles previos al inicio de transmisiones, en el caso de pautas correspondientes a los procesos electorales. La procedencia y la

pertinencia de la modificación se sustentan en la necesidad de disminuir los plazos y en la no afectación a las emisoras, así como la armonización con los plazos para la entrega de órdenes de transmisión y materiales.

DISTRIBUCIÓN DE PROMOCIONALES POR PAUTA

De los datos presentados en el apartado correspondiente, sin considerar procesos electorales extraordinarios, se desprenden las siguientes conclusiones:

El periodo electoral más largo, con respecto al acceso en radio y televisión, fue 228 días (proceso electoral local con jornada coincidente con la federal de San Luis Potosí, 2009) y el más corto, sin considerar las elecciones extraordinarias, corresponde a 63 días (proceso electoral local no concurrente con el federal de Hidalgo, 2008). En promedio, los comicios de la tabla promedian 130.5 días de duración.

El IFE ha aprobado pautas con una distribución máxima de promocionales para partidos políticos y autoridades electorales de 21,888 y con un mínimo de 6,048, en los casos de San Luis Potosí en 2009 e Hidalgo en 2008, respectivamente. En promedio, en el conjunto de elecciones federales y locales, las pautas han contado con una distribución de 12,528 promocionales de 30 segundos.

Durante el Proceso Electoral Federal intermedio de 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 la mínima 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.

Durante el Proceso Electoral Federal intermedio de 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.

De los datos presentados, se desprende que durante el Proceso Electoral Federal intermedio de 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.

No obstante que durante el Proceso Electoral Federal 2008 – 2009 y las 11 elecciones coincidentes se pautaron más de 30 millones de spots, el IFE distribuyó 2,256 versiones de promocionales de los partidos políticos y autoridades electorales, mientras que durante los 15 procesos locales del primer semestre de 2010, para los que se pautaron poco más de 12 millones de spots, se entregaron 4,890 versiones de promocionales.

Así, resulta evidente que el número de espacios en las pautas no necesariamente 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.

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	Nº de promocionales por emisora
Precampaña	3,840
“Intercampaña”	4,992
Campaña	5,760
Reflexión o veda	384
Total	14,976

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:

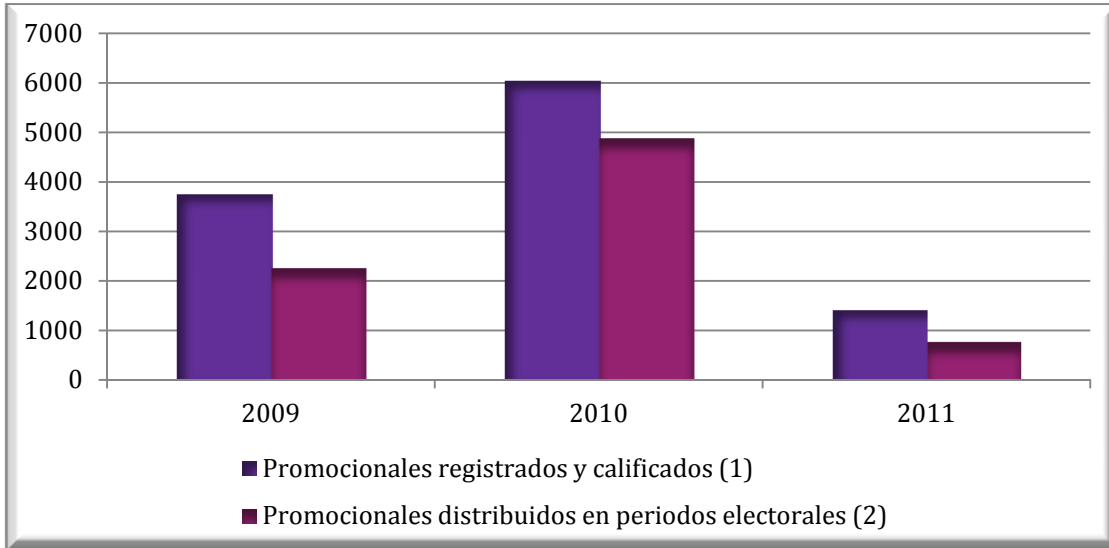
Etapa	N° de promocionales por emisora
Precampaña	5,760
“Intercampaña”	4,128
Campaña	8,640
Reflexión o veda	384
Total	18,912

La razón por la cual durante el proceso electoral federal en curso se pautarán 3,936 promocionales más por emisora obedece a que la Constitución federal en su artículo 41, base IV establece que la duración de las campañas de los procesos electivos en que se elija al Presidente de la República será de 90 días, mientras que las campañas de elecciones intermedias tendrán una duración de 60 días. En ambos casos, las precampañas en ningún caso excederán las dos terceras parte del tiempo previsto para las campañas electorales.

De acuerdo con lo anterior, la diferencia en el número de spots pautados por emisora en uno y otro proceso electoral federal se debe a la duración de las etapas de éstos, sin que ello suponga modificación al tiempo total que los concesionarios y permisionarios habrán de poner a disposición del IFE desde el inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral, de modo que diariamente se transmitirán 48 minutos en cada estación de radio y cada canal de televisión, a razón de 96 promocionales diarios.

Por lo anterior, el número de promocionales pautados por emisora no implica mayores cargas ni problemas técnicos u operativos adicionales ni para las emisoras ni para el Instituto.

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 ⁽¹⁾	Número de promocionales distribuidos en periodos electorales ⁽²⁾
2009	14,976	3751	2256
2010	12,480	6046	4890
2011	13,728 ⁽³⁾	1391	742

Nota: (1) El número corresponde al 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 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.

RECEPCIÓN DE PROMOCIONALES DE PARTIDOS POLÍTICOS Y AUTORIDADES ELECTORALES PARA SU CALIFICACIÓN TÉCNICA

De los datos presentados en el apartado correspondiente, se desprenden las siguientes conclusiones:

RUBRO	2009	2010	2011
Etapa de precampañas	Volumen de materiales para calificación técnica es marginal con respecto al de otros periodos	Volumen de materiales para calificación técnica es marginal; nunca se registró un “pico” mayor a 60 materiales por día	Volumen de materiales para calificación técnica es marginal; nunca se registró un “pico” mayor a 15 materiales por día
Etapa de campañas	Flujo típico de recepción y calificación de materiales muestra un incremento significativo	Flujo típico de recepción y calificación de materiales muestra un incremento significativo	Flujo típico de recepción y calificación de materiales muestra un incremento significativo
“Picos” en campaña	3 momentos por encima de 100 materiales en un día; en un solo día se recibieron cerca de 500 promocionales	3 momentos por encima de 100 materiales en un día; el pico máximo fue 135 materiales un día	2 momentos por encima de 50 materiales en un día; el pico máximo fue 62 materiales un día
Periodo para revisión técnica de materiales*	36 horas	18 horas	18 horas

*Incluye recepción, verificación técnica y emisión del dictamen respectivo.

Durante las campañas electorales se registra un mayor número de materiales entregados por los partidos políticos y en menor medida, de autoridades electorales para su revisión técnica. En todo momento, el IFE ha garantizado que los materiales de partidos políticos y autoridades electorales sean calificados con la oportunidad debida, aún en el día en que recibió 500 materiales para dictaminación.

Los procesos relativos a la recepción de materiales, verificación técnica y emisión del dictamen correspondiente han sido optimizados permitiendo reducir el plazo con que cuenta la autoridad a la mitad del tiempo previsto en Reglamento vigente. Por lo anterior, se considera procedente la modificación reglamentaria conforme a la cual la Dirección

Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos elaborará una o dos órdenes de transmisión a la semana (en periodo ordinario o proceso electoral, respectivamente) con los materiales que hayan sido entregados a más tardar el día anterior en el horario que ésta determine, siempre y cuando cumplan las especificaciones técnicas que al efecto apruebe el Comité de Radio y Televisión.

ENVÍO DE PROMOCIONALES DE PARTIDOS POLÍTICOS Y AUTORIDADES ELECTORALES VÍA SATÉLITE

Una de las modalidades de entrega que ha incrementado considerablemente la eficiencia de la distribución de materiales del IFE al interior del país, ha sido el envío satelital de los materiales de televisión de los partidos políticos y de las autoridades electorales.

Como se mencionó en el apartado correspondiente, desde el mes de mayo de 2009 (fecha de inicio de operaciones del telepuerto y su sistema de entrega satelital), el IFE ha enviado materiales de partidos políticos y de autoridades electorales a 85 puntos de recepción en el país, esto es, a cada una de las Juntas Locales Ejecutivas, a algunas Distritales (en función de la extensión de la entidad) y a 24 sistemas estatales de radio y televisión que cuentan receptores satelitales.

De las gráficas presentadas en su oportunidad, se desprende que durante la etapa de precampaña el volumen de materiales enviados es marginal con respecto al 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. En efecto, se presentaron “picos” por encima de 300 materiales por mes, llegando a un máximo de 764 en un mes, precisamente durante los periodos de campañas electorales.

Aún en estos casos, el IFE envió los materiales de los partidos políticos y de las autoridades electorales a los distintos puntos de recepción satelital de forma oportuna, garantizando el inicio de transmisiones de cada uno de los mensajes electorales.

NÚMERO DE ÓRDENES DE TRANSMISIÓN

Como se explicó en apartados previos, desde enero de 2010:

1. El IFE comunica a los concesionarios y permisionarios incluidos en un catálogo de proceso electoral las instrucciones precisas para la difusión de promocionales de

partidos políticos y autoridades electorales, a través de un instrumento denominado orden de transmisión;

2. 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, de conformidad con el propio Reglamento de la materia;
3. Existen tiempos y plazos determinados por el Comité de Radio y Televisión, en cada Acuerdo de aprobación de pautas, para la entrega de materiales y 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,
4. 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, incluyendo horarios de atención y especificaciones técnicas (duración y calidad) de los materiales (v.gr. ACRT/066/2009 y ACRT/040/2010).

Desde que se implementó este modelo operativo, han transcurrido 32 elecciones.

Sin tomar en consideración procesos electorales extraordinarios, 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 con motivo del proceso electivo que celebró la entidad en 2010, 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 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).**

Lo anterior permitirá que los partidos políticos y las autoridades electorales realicen dos cambios de sus materiales cada semana, con lo que se brindará una mayor agilidad, dinamismo y eficiencia que permitirá que las autoridades electorales y en particular, los partidos políticos, estén en posibilidad de difundir sus mensajes durante los procesos electorales locales y federales.

Es importante precisar que la sola notificación de órdenes de transmisión y la determinación del número semanal de estos instrumentos no le depara perjuicio alguno a los concesionarios y permisionarios, máxime que tal y como se ha hecho para los procesos electorales celebrados a partir de 2010, el Comité de Radio y Televisión ha aprobado calendarios para la entrega de materiales y la notificación de las órdenes de transmisión (v.gr. ACRT/066/2009 y ACRT/040/2010, que establecen los modelos de calendarios aplicables a los procesos electorales de 2010 y de 2011, respectivamente), los cuales se notifican con 20 días de anticipación al inicio del proceso electivo de que se trate, permitiendo que los concesionarios y permisionarios conozcan las fechas precisas en que la autoridad electoral entregará los materiales y las órdenes de transmisión.

La precisión del número de órdenes de transmisión que se generarán cada semana durante los procesos electorales no es más que la garantía a los partidos políticos y a las autoridades electorales del dinamismo y la certeza que se busca imprimir al modelo de comunicación política mediante la reforma reglamentaria que se analiza.

FLUJO DE VERSIONES DE PROMOCIONALES POR CADA ORDEN DE TRANSMISIÓN

En el apartado correspondiente 447 órdenes de transmisión correspondientes a 19 procesos electorales locales, desagregadas de la siguiente manera:

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

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

A partir de lo anterior, se puede afirmar que:

1. Se identifica 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 permisionarios de la radio y la televisión y, a éstos últimos, anticipar adecuada y oportunamente, los mecanismos necesarios para la transmisión oportuna de los promocionales 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 no toda orden de transmisión implica sustitución de materiales, es decir, se pueden seguir transmitiendo los de una orden de transmisión anterior. El máximo 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. Durante la precampaña, el volumen de promocionales es significativamente menor que durante la etapa de campaña, mientras que en las “intercampañas” y en el periodo de reflexión, prácticamente no hay sustitución de materiales.

6. Sobre la etapa de campaña, de las 248 órdenes de transmisión analizadas correspondientes a las campañas, en estas 19 elecciones locales, se revela que el promedio de sustituciones por orden de transmisión es equivalente a 8 promocionales.

7. En resumen, se puede concluir que:

- El 12.5% de las órdenes de transmisión no implican sustitución de materiales;
- El 62.9% de las órdenes de transmisión implican sustituir entre 1 y 10 materiales;
- El 17.3% de las órdenes de transmisión implican sustituir entre 11 y 20 materiales;
- El 3.6% de las órdenes de transmisión implican sustituir entre 21 y 30 materiales; y,
- 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 sólo casos extraordinarios y aislados implican a sustituciones mayores

a 20 materiales por orden de transmisión (7.2%), 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 la propuesta de reforma reglamentaria.

Si se tiene en cuenta que de los concesionarios y permisionarios que respondieron el cuestionario que sirvió de base para la consulta ordenada por el TEPJF, **informaron que el volumen máximo de promocionales distintos que las emisoras transmiten en un día típico (incluyendo los de carácter privado y los oficiales notificados por las autoridades competentes) es en promedio 219, aún en los casos extraordinarios en los que las sustituciones de materiales pautados por el IFE ascienda a 20 promocionales, esto apenas significaría el 9.13% del total de spots que transmiten en promedio en un día ordinario.**

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 los 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.

ANÁLISIS DEL CUMPLIMIENTO DE LAS MEDIDAS CAUTELARES

A partir del análisis del *Informe de la colaboración del Instituto Federal Electoral con las autoridades electorales locales durante los comicios del año 2010*, en el cual se da cuenta de la tramitación de 57 expedientes en los que se solicitaron medidas cautelares, se concluye lo siguiente:

- 18 horas 13 minutos en promedio en el cual se analizó y desahogo técnicamente la solicitud de medidas cautelares.
- 7 horas 25 minutos en promedio es el periodo en el que la Comisión de Quejas determinó la procedencia de las solicitudes de medidas cautelares.
- 15 horas 19 minutos en promedio fue el lapso en el cual los concesionarios y permisionarios de la radio y la televisión fueron notificados sobre la orden de suspensión de la transmisión de los promocionales objeto de la medida precautoria.
- 33 horas 28 minutos en promedio fue el plazo en el que los promocionales objeto de medida cautelar salieron del aire.

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.**

Por el contrario, el periodo mínimo resulta indicativo pues aún cuando la Comisión de Quejas y Denuncias otorgaba 24 horas para el cumplimiento de las medidas precautorias, diversos concesionarios y permisionarios acataron la orden del Instituto en la mitad del tiempo concedido, situación que da cuenta de capacidad técnica de estas emisoras para suspender la difusión de materiales y de sustituir contenidos de forma expedita.

LOS “BLOQUEOS” EN LA TRANSMISIÓN DE PROMOCIONALES

Como se explicó en apartado previos, de acuerdo con la información contenida en la Infraestructura de la Cofetel, la obligación de “bloquear” entendida como la obligación de

insertar contenidos localmente en las señales retransmitidas con el objeto de cumplir las pautas ordenadas por e IFE, se reduce 429 emisoras de televisión.

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, en las sentencias dictadas en los recursos de apelación identificados con los números de expedientes SUP-RAP-204/2010 y acumulados; y SUP-RAP-211/2010, y acumulados, el TEPJF 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 dichas Ejecutorias, la máxima autoridad jurisdiccional en materia electoral sostuvo lo siguiente:

“Derivado de la voluntad del legislador y atendiendo al mandato constitucional, las concesionarias deben difundir en cada estación de radio y canal de televisión, la propaganda de los partidos políticos y los mensajes de las autoridades electorales; de ahí que resulte incuestionable que si el Instituto Federal Electoral determinó incluir en el Catálogo de Estaciones de Radio y Canales de Televisión identificado con la clave ACRT/041/2010, a todas las emisoras instaladas en el territorio del Estado de Coahuila, para participar en la cobertura del proceso electoral ordinario dos mil once en dicha entidad federativa, con la finalidad de garantizar el derecho al uso de los medios de comunicación social de los partidos políticos y de las autoridades electorales, tal circunstancia en modo alguno implica una carga adicional, y menos aún puede considerarse que su inclusión carezca de soporte jurídico como lo alegan las televisoras accionantes. (...)

Los artículos 59 y 59 Bis de la Ley Federal de Radio y Televisión, disponen: (...)

ARTÍCULO 59 BIS.- Con motivo de los procesos electorales federales, a partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral, del tiempo total que conforme al artículo anterior y a otras leyes corresponde al estado, el instituto federal electoral tendrá a su disposición cuarenta y ocho minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión.

Tratándose de los procesos electorales locales que tengan lugar en periodos distintos o cuyas jornadas comiciales no coincidan con la federal, el instituto federal electoral tendrá a su disposición, de igual manera, cuarenta y ocho minutos diarios en todas las estaciones y canales de cobertura local en la entidad de que se trate. (...)

Fuera de los periodos de precampañas y campañas electorales federales, al instituto federal electoral le será asignado hasta el doce por ciento del tiempo total de que el estado disponga en radio y televisión, conforme a las leyes y bajo cualquier modalidad. Ese tiempo será utilizado conforme a lo establecido por el inciso g) de la Base III del artículo 41 de la constitución y lo que determine el código federal de instituciones y procedimientos electorales." (...)

En estas condiciones, se reitera, si en el acuerdo cuestionado se incluyeron todas las estaciones y canales de televisión que transmiten su señal en el Estado de Coahuila, tal determinación se encuentra apegada al marco normativo constitucional y legal, porque garantiza el ejercicio de la prerrogativa constitucional de acceso a tal medio de comunicación social conferida a los partidos políticos y autoridades electorales, teniendo en cuenta, en principio, que como se ha razonado en párrafos precedentes, la falta de capacidad técnica, material o humana, para difundir los mensajes y propaganda en materia electoral durante el proceso comicial que se encuentre en curso en la aludida entidad federativa, son razones de naturaleza fáctica y operativas, en el mejor de los casos, y por tanto, insuficientes para estimar que las concesionarias y permisionarias están exentas de cumplir con la obligación que en tal sentido les ha sido impuesta por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y por la legislación secundaria; de ahí que carece de sustento el agravio en estudio en el que se sostiene la ilegalidad del acuerdo a partir de la pretendida incapacidad técnica alegada por las apelantes. (...)

En congruencia con la disposición constitucional, en los artículos 55, 57, 58 62, 64, 65 y 66, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, el legislador ordinario reiteró, en relación al tiempo del Estado, que los cuarenta y ocho minutos en que deben

transmitirse los mensajes de las autoridades electorales, y la propaganda de los partidos políticos son *en cada estación de radio y estación de televisión.*”

Como ha quedado acreditado, la obligación de las concesionarias y permisionarias de dar cabal cumplimiento a las previsiones contenidas en la Carta Magna, incluye todas sus estaciones de radio y canales de televisión, esto es, todas aquellas ubicadas dentro del territorio de una entidad federativa cuando se celebren elecciones locales, por así disponerlo expresamente, los artículos 59 Bis de la Ley Federal de Radio y Televisión, 55, 57, 58 62, 64, 65 y 66, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, al estatuir de manera categórica que tratándose de los procesos electorales locales que tengan lugar en periodos distintos o cuyas jornadas comiciales no coincidan con la federal, el Instituto Federal Electoral tendrá a su disposición, de igual manera, cuarenta y ocho minutos diarios en todas las estaciones y canales de cobertura local en la entidad de que se trate.

De hecho, también la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su numeral 41, reserva la frase “cada estación de radio y canal de televisión” a los procesos electorales, como se advierte en la siguiente transcripción:

“Apartado A. El Instituto Federal Electoral será autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales, de acuerdo con lo siguiente y a lo que establezcan las leyes:

a) A partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral quedarán a disposición del Instituto Federal Electoral cuarenta y ocho minutos diarios, 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 referido en el inciso d) de este apartado; (...)

g) Con independencia de lo dispuesto en los apartados A y B de esta base y fuera de los periodos de precampañas y campañas electorales federales, al Instituto Federal Electoral le será asignado hasta el doce por ciento del tiempo total de que el Estado disponga en radio y televisión, conforme a las leyes y bajo cualquier modalidad; (...).”

Como se advierte, en relación con el acceso a estos medios de comunicación en periodos ordinarios, la referencia es genérica (“le será asignado hasta el 12% del tiempo total de el Estado disponga en radio y televisión”).

Por lo anterior, la permanencia de la figura de “afiliada” en el Reglamento de la materia no contraviene la normatividad ni los precedentes referidos, habida cuenta que tanto las leyes aplicables como las resoluciones del TEPJF se refieren a los procesos electorales y a la inclusión en los catálogos de medios respectivos, en tratándose de la obligación de los concesionarios y permisionarios de transmitir las pautas ordenadas por el IFE.

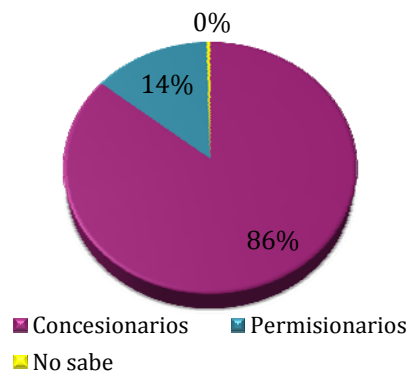
Así, la disposición reglamentaria que se analiza se considera pertinente y congruente con la normatividad aplicable, pues expresamente refiere que “fuera de los procesos electorales” las afiliadas cumplirán con su obligación de transmitir los tiempos oficiales en materia electoral respetando los tiempos pautados en la programación del afiliante, y mediante pautas complementarias durante los lapsos en que no difundan la programación de este último. La previsión de la frase “fuera de los procesos electorales” acota la aplicación de la regla a los periodos ordinarios en estricta consonancia con las normas y precedentes analizados.

RESULTADOS DE LA CONSULTA PÚBLICA A CONCESIONARIOS Y PERMISIONARIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN

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:

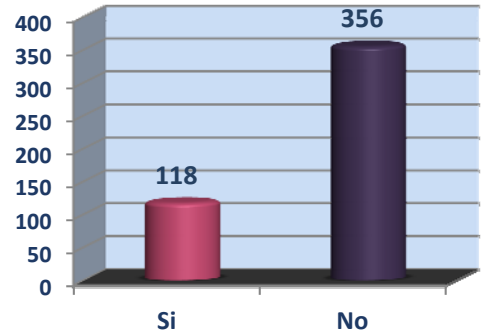
“Desde el inicio de la precampaña y hasta el día de la jornada electoral, los concesionarios y permisionarios podrán recibir las órdenes de transmisión y los materiales de radio y televisión vía electrónica, recepción satelital o en su domicilio. El periodo en que las órdenes de transmisión y los materiales 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:

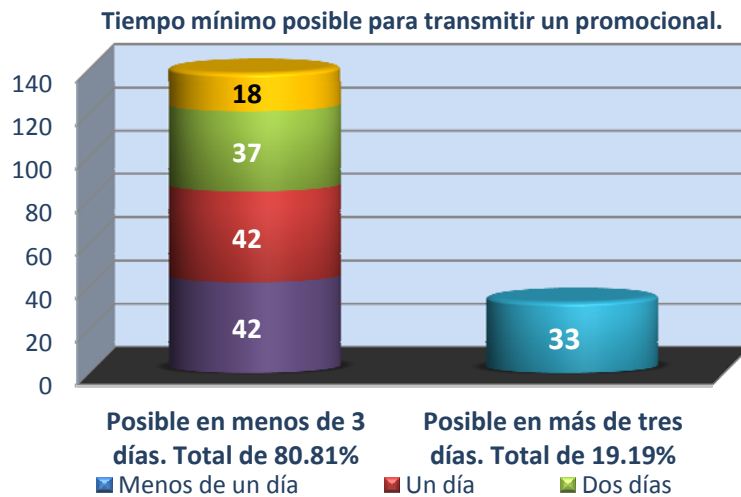
1. El **75% de los concesionarios y permisionarios que emitieron una respuesta a la pregunta 8 del cuestionario de consulta señalan que los tiempos para la transmisión de promocionales no son plausibles**, tal como se indica en la siguiente tabla:

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
¿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



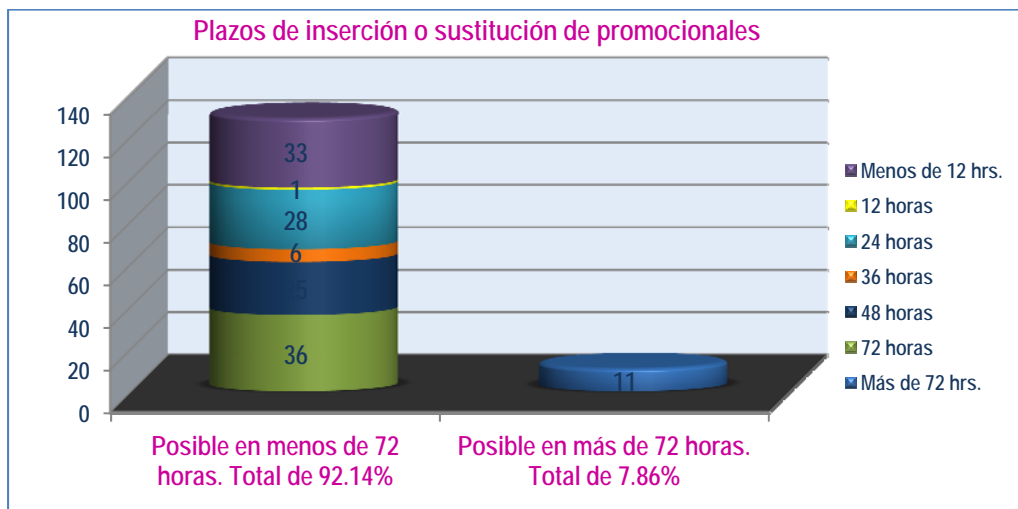
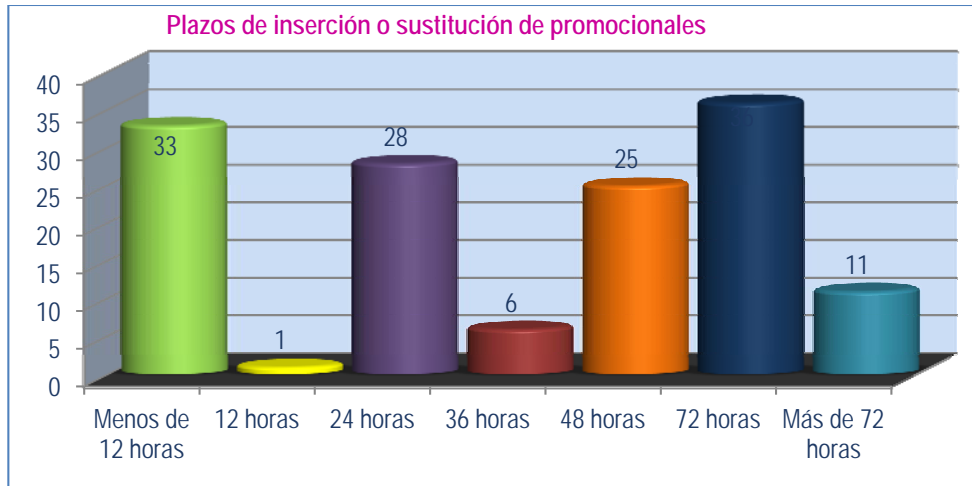
Es decir, existe una abierta contradicción con respecto a la pregunta anterior relativa al plazo propuesto en la reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión, pues en su operación los medios de comunicación reconocen que transmiten los promocionales, independientemente de que sean privados u de instituciones públicas, en un plazo similar a la propuesta reglamentaria en el 80.81% de los casos.

Considerando que la pregunta 8 y sus respuesta atañen una opinión (consideración de plausibilidad de los plazos reglamentarios propuestos), deberán prevalecer las respuesta que proporcionan datos objetivos, ciertos y mensurables, como los correspondientes a la pregunta número 6, resultando que en el 80.81% de los casos, la transmisión de los materiales es posible en un plazo menor a los 3 días a partir de su entrega, por lo que se concluye que los periodos que se proponen son suficientes y técnicamente viables en una amplia mayoría de los casos.

3. Aunado a lo anterior, la siguiente tabla ilustra que el 92.14% de los concesionarios y permisionarios que respondieron el cuestionario 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
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 técnicamente, 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 minidiscos (tecnología de tres generaciones anteriores) hasta la alta definición y operación de distintas emisoras a escala nacional, como se reflejó en la consulta.



Ahora bien, en el proyecto en estudio se propone un día natural adicional para el caso de las emisoras que opten por la entrega en domicilio de materiales y órdenes de transmisión, y que tengan su domicilio legal en una localidad distinta a aquélla en que operan las emisoras respectivas. Teniendo en cuenta que los esquemas de entrega de materiales son optativos, y las complicaciones que la distribución de promocionales a distintas plazas conlleva, se considera procedente el margen de un día natural adicional, en el entendido que las sustituciones de materiales de los partidos políticos y de las autoridades electorales surtirán efectos en la misma semana, garantizando el dinamismo y la agilidad que subyacen a la reforma reglamentaria que se plantea.

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	
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

Finalmente, 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 el 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.

Además, se cuenta con precedentes (atención a medidas cautelares documentada en un informe público y oficial, y las condiciones de diversos títulos de concesión otorgados por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes) que dan cuenta de que la sustitución de materiales es posible técnicamente en los plazos que se proponen en el proyecto que se analiza.

Aunado a lo anterior, tal y como se ha hecho desde el inicio de 2010, el Comité de Radio y Televisión y la Junta General Ejecutiva aprobarán calendarios en los que se precisarán los días en que los concesionarios y permisionarios recibirán los materiales y las instrucciones para su difusión por parte del Instituto. Estos documentos serán notificados al menos 20 días hábiles previo al inicio del proceso electivo de que se trate, garantizando la certeza y permitiendo una adecuada planeación a la industria. De hecho, el proyecto de reforma prevé como obligación de la autoridad, la elaboración y notificación a las emisoras de estos calendarios, junto con las pautas y los Acuerdos por los que se formalice su aprobación.

En consecuencia, resulta procedente y pertinente la modificación reglamentaria a los esquemas y plazos para la entrega de órdenes de transmisión y materiales de partidos políticos y autoridades electorales, pues atiende a la necesidad de garantizar la agilidad y el dinamismo al modelo de comunicación política, garantizando la certeza a los concesionarios y permisionarios, y reconociendo las capacidades técnicas de las emisoras a partir de datos objetivos, mensurables y públicos.