



SECRETARÍA EJECUTIVA  
DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS

Informe Ejecutivo sobre la consulta realizada a los concesionarios de radio y televisión, incluyendo a las organizaciones que los agrupan y a diversos profesionales de la comunicación, con motivo del proceso de reforma al Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.

**México, D.F., octubre de 2014**

# ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	2
I. Antecedentes.....	4
II. Cuestionarios notificados para la consulta.....	7
III. Universo de la consulta.....	11
IV. Sistematización de las respuestas.....	23
A. Los concesionarios y permisionarios.....	26
Respuestas significativas:	
- Televisa	
- TV Azteca	
B. Las organizaciones que los agrupan y diversos profesionales de la comunicación.....	51
Respuestas significativas:	
- CIRT	
- RED	
- IPN	
- SITATYRT	
- AMEDI	
- IDET	
- FCPyS-UNAM	
V. En resumen.....	75
 <i>Nota aclaratoria correspondiente al cuadro descriptivo de las señales a las que se remitió el cuestionario y de las respuestas recibidas.....</i>	 80

## PRESENTACIÓN

El año 2014 trajo consigo un ejercicio legislativo de notable importancia, del cual se desprendió la reforma en materia político-electoral, que implicó no únicamente la modificación constitucional que dio nacimiento al Instituto Nacional Electoral, sino también la emisión de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales y la Ley General de Partidos Políticos.

En este contexto, el modelo de comunicación político-electoral implementado a partir del año 2008 fue respetado en su esencia, pues demostró cumplir con los objetivos de equidad e imparcialidad que sustentaron su nacimiento. Sin embargo, la nueva Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales implica la actualización del modelo con la inclusión de figuras como las candidaturas independientes o la regulación de los tiempos de intercampaña para los partidos políticos.

Por otro lado, la reforma dio claridad respecto de los plazos para la entrega de materiales y órdenes de transmisión para la difusión de mensajes que deben realizar las emisoras de radio y televisión, situación que debe reflejarse en el reglamento correspondiente.

Tomando en cuenta lo anterior, resulta necesaria la aprobación de un nuevo Reglamento de Radio y Televisión pues, no obstante que en su esencia no fue modificado el modelo de comunicación política-electoral, debe emitirse un ordenamiento reglamentario que dote de efectividad a la Ley General recientemente publicada.

Dicho esto, al tratarse de la emisión de un Reglamento cuyo objeto es altamente técnico y especializado, es necesario contar con las herramientas y opiniones que sustenten y motiven las disposiciones en él contenidas, por lo que, en congruencia con lo señalado por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, esta autoridad diseñó un plan de trabajo que tomó en consideración como elemento primordial, la consulta a los diversos sujetos obligados, así como a los especialistas de la comunicación.

La consulta referida constituye un acervo de gran importancia, pues las opiniones obtenidas en respuesta arrojan información sobre el funcionamiento real de los medios de comunicación masiva, funcionamiento que debe ser tomado en consideración a la hora de elaborar un reglamento que regule los procesos de aplicación de las disposiciones de la Ley, pues de lo contrario existiría el riesgo de pretender imponer una disposición que, si bien teóricamente resulta loable, sea contraria a la realidad de los medios de comunicación, tanto comerciales como públicos.

Es por lo anterior, que con el objeto de llevar a cabo los trabajos de elaboración y aprobación del nuevo Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, se realizó una consulta a todos los concesionarios y permisionarios de radio y televisión, así como a especialistas en materia de comunicación, para lo cual fue diseñado un cuestionario que permitiera conocer las opiniones que estos actores tuvieran respecto de los temas técnicos que deban ser considerados en la reglamentación respectiva.

Para esto, fue necesaria la participación de las organizaciones que agrupan a los medios de comunicación, así como a los profesionales de la comunicación, con la finalidad de agilizar el proceso de consulta y estar en posibilidades de analizar las respuestas respectivas, por lo que no obstante haberse notificado el cuestionario a cada uno de los concesionarios y permisionarios, también fue remitido a dichas agrupaciones.

Asimismo, fue necesario un ejercicio de sistematización que permitiera analizar cada una de las respuestas no únicamente de forma individual sino en un contexto global, lo que permite conocer las capacidades operativas existentes en los prestadores de servicios de radio y televisión.

Por lo anterior, el presente informe tiene como objetivo dar cuenta de los resultados que arrojó la consulta descrita, pretendiendo con ello, dar a conocer la opinión sistematizada de los participantes y así, arrojar luz respecto de la situación específica que rodea a los medios de la radio y la televisión en relación con las obligaciones que en materia electoral les impone la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, para lo cual en los apartados siguientes se presentarán los antecedentes, los totales de participación que permitan entender el contexto en cuanto el nivel de los participantes y las características de los mismos, y, por último, los datos estadísticos relacionados directamente con las respuestas a la consulta obtenidas.

## I. Antecedentes

- En sesión extraordinaria del Consejo General celebrada el diez de julio de dos mil ocho, se aprobó el Acuerdo “por el que se expidió el Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral”, identificado con la clave número CG327/2008, mismo que fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el once de agosto del mismo año.
- El día veintisiete de junio de dos mil once, en sesión extraordinaria del Consejo General de este Instituto se aprobó el Acuerdo “por el que se reformó el Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral”, identificado con la clave CG194/2011, mismo que fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el día treinta de junio de dos mil once.
- Durante el periodo transcurrido, entre los días cuatro y seis de julio de dos mil once, se recibieron en la Secretaría Ejecutiva de este Instituto doscientos sesenta y tres recursos de apelación, mediante los cuales el Partido Revolucionario Institucional, el Partido Verde Ecologista de México y diversos concesionarios de radio y televisión impugnaron el Acuerdo del Consejo General identificado con la clave CG194/2011.
- El catorce de septiembre de dos mil once mediante sentencia dictada por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en los recursos de apelación radicados en el expediente SUP-RAP-146/2011 y acumulados, se revocó el Acuerdo del Consejo General del Instituto identificado con la clave CG194/2011.
- Que en la Resolución SUP-RAP-146/2011 y acumulados, se sostiene expresamente que *para el caso de que el Consejo General del Instituto (...) considere reformar o emitir un nuevo Reglamento en materia de radio y televisión, deberá consultar a las organizaciones de concesionarios y permisionarios de radio y televisión, así como a especialistas en esa materia conforme al método que considere idóneo.* Para efectos de llevar a cabo una reforma al Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral, el Instituto debía consultar por escrito a los organismos que agrupan a los concesionarios y permisionarios de radio y televisión, así como a especialistas en radiodifusión y telecomunicaciones, con el objeto de que dieran respuesta en un plazo cierto y razonable, aportando los elementos suficientes para sustentar sus consideraciones. Lo anterior en congruencia con el voto razonado que formularon la Magistrada María del Carmen Alanís Figueroa y el Magistrado Flavio Galván Rivera, respecto de la sentencia aludida.
- En términos de la ejecutoria de referencia, el entonces Instituto Federal Electoral debía tomar en consideración el contenido de las respuestas a las consultas planteadas, al

momento de emitir el acto de autoridad que la motivó, precisando las razones por las cuales las observaciones fueron o no procedentes.

- Con fecha veintisiete de octubre de dos mil once, el Consejo General del entonces Instituto Federal Electoral, aprobó la reforma de diversos preceptos del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral, mediante Acuerdo CG353/2011, mismo que fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el tres de noviembre del mismo año.
- En la Sesión Extraordinaria celebrada el quince de diciembre de dos mil once, el Consejo General del otrora Instituto Federal Electoral ordenó la publicación en el Diario Oficial de la Federación del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, en acatamiento a la sentencia SUP-RAP-535/2011 emitida por la H. Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, mediante el acuerdo identificado como CG428/2011.
- El diez de febrero de dos mil catorce se publicó en el Diario Oficial de la Federación el “Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia política-electoral”.
- En la Sesión Extraordinaria celebrada el veintinueve de abril de dos mil catorce, el Instituto Nacional Electoral aprobó el acuerdo INE/CG14/2014, por el que se emitieron lineamientos para organizar los trabajos de reforma o expedición de reglamentos y de otros instrumentos normativos del Instituto derivados de la reforma electoral.
- El día veintitrés de mayo de dos mil catorce, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el *“Decreto por el que se expide la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; y se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral, de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación y de la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos”*, con entrada en vigor al día siguiente de su publicación.
- En la Sesión Extraordinaria celebrada el seis de junio de dos mil catorce, el Instituto Nacional Electoral aprobó el acuerdo INE/CG47/2014, por el que se emitieron lineamientos para organizar los trabajos de reforma o expedición de los instrumentos normativos del Instituto derivados de la reforma electoral citada en el antecedente que precede.
- El día cinco de septiembre del presente año, la Junta General Ejecutiva aprobó el Acuerdo INE/JGE55/2014 *“por el que se instruye a la Secretaría Ejecutiva y a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos a que elaboren una propuesta de reforma al Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, que realicen las consultas correspondientes, y elaboren el dictamen de factibilidad respectivo”*.

- El mismo cinco de septiembre, la Secretaría Ejecutiva mediante oficio INE/SE/0597/2014 solicitó al Comité de Radio y Televisión su opinión respecto de la consulta que habrá de realizarse a los concesionarios de radio y televisión, incluyendo a las organizaciones que los agrupan y a diversos profesionales de la comunicación, a efecto de que, de ser el caso, se incorporen los cuestionamientos que considere deben agregarse.
- En la Sexta Sesión Especial del Comité de Radio y Televisión celebrada el nueve de septiembre de dos mil catorce, dicho órgano emitió su *opinión sobre la consulta a realizarse a los concesionarios de radio y televisión, incluyendo a las organizaciones que los agrupan y a diversos profesionales de la comunicación con motivo del proceso de reforma al Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.*
- En virtud de lo ordenado en el Acuerdo descrito en el punto XIII anterior, mediante oficio INE/SE/0616/2014, se hizo del conocimiento de los concesionarios de la radio y televisión, las organizaciones que los agrupan y de los profesionales de la comunicación que el plazo para remitir su respuesta concluiría el dieciocho de septiembre del año en curso.
- En sesión extraordinaria del diecisiete de septiembre de dos mil catorce, la Junta General Ejecutiva aprobó el Acuerdo INE/JGE56/2014 *por el que se modifica el cronograma del Acuerdo INE/JGE55/2014, denominado anexo uno, para el efecto de ampliar el plazo de recepción de respuestas a las consultas formuladas a los concesionarios de la radio y televisión, a las organizaciones que los agrupan y a los profesionales de la comunicación, con motivo del proceso de reforma al Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral y, en consecuencia, la reprogramación de las demás actividades.*
- En cumplimiento al Acuerdo descrito en el antecedente anterior, mediante el oficio INE/SE/0639/2014 se hizo del conocimiento de los concesionarios de la radio y televisión, las organizaciones que los agrupan y de los profesionales de la comunicación que el plazo para remitir su respuesta a la consulta se ampliaría al veinticinco de septiembre del año en curso.
- En sesión extraordinaria del veintiséis de septiembre de dos mil catorce, la Junta General Ejecutiva aprobó el Acuerdo INE-JGE71/2014, por el que se modifica el cronograma aprobado en el acuerdo INE/JGE56/2014, denominado anexo único, para el efecto de ampliar el plazo que se tiene para sistematizar las respuestas emitidas por los concesionarios de la radio y la televisión, las organizaciones que los agrupan y los profesionales de la comunicación, con motivo del proceso de reforma al reglamento de radio y televisión en materia electoral y, en consecuencia, la reprogramación de las demás actividades.

## II. Cuestionarios notificados

Para la consulta mandatada, el Instituto Nacional Electoral notificó el 10 de septiembre del año en curso, dos tipos de cuestionarios; uno de ellos para todos los concesionarios y permisionarios del país y, que a continuación se presenta:

### A) CONSULTA A LOS CONCESIONARIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN <sup>1</sup>

La presente consulta pretende recopilar la opinión de los concesionarios de radio y televisión, con motivo del proceso de reforma al Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.

Lo anterior en la inteligencia de que las respuestas que al efecto emitan los consultados no limitan, restringen o condicionan el ejercicio de la facultad reglamentaria que tiene el Instituto Nacional Electoral, en atención a que, no existe disposición jurídica que otorgue a los sujetos cuestionados el derecho a exigir de la autoridad una determinada acción respecto de sus pretensiones.

**Con respecto a la posible disminución de plazos y mecanismos de entrega de órdenes de transmisión, se consulta lo siguiente:**

La Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales establece en su artículo 186:

*“1. El Reglamento establecerá los plazos para la entrega, sustitución o puesta a disposición, según sea el caso, a los concesionarios, de las órdenes de transmisión y los materiales, durante los **periodos ordinarios**. **En ningún caso el plazo podrá ser mayor a 5 días hábiles.***

*2. El Reglamento establecerá los plazos para la entrega, sustitución o puesta a disposición, según sea el caso, a los concesionarios, de las órdenes de transmisión y los materiales, **desde el inicio de la precampaña y hasta el día de la jornada electoral**. **En ningún caso el plazo podrá ser mayor a 3 días hábiles.***

*3. El Instituto deberá **reducir los plazos referidos cuando resulte viable desde el punto de vista técnico**, a efecto de garantizar la eficiencia en la operación del propio Instituto, así como en la notificación entrega o sustitución de las órdenes de transmisión y los materiales de propaganda electoral para su difusión en los tiempos de radio y televisión.*

---

<sup>1</sup> Reglamento de Radio y Televisión de Radio y Televisión vigente puede ser consultado en el vínculo: [http://norma.ife.org.mx/documentos/27912/276864/2011\\_16ReglamentoRyTVME.pdf/49f34fe1-edae-4088-909c-7b187fd0efc2](http://norma.ife.org.mx/documentos/27912/276864/2011_16ReglamentoRyTVME.pdf/49f34fe1-edae-4088-909c-7b187fd0efc2)  
El “ACUERDO DE LA JUNTA GENERAL EJECUTIVA DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL POR EL QUE SE INSTRUYE A LA SECRETARÍA EJECUTIVA Y A LA DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS A QUE ELABOREN UNA PROPUESTA DE REFORMA AL REGLAMENTO DE RADIO Y TELEVISIÓN EN MATERIA ELECTORAL, QUE REALICEN LAS CONSULTAS CORRESPONDIENTES, Y ELABOREN EL DICTAMEN DE FACTIBILIDAD RESPECTIVO”, puede ser consultado en el vínculo: [http://www.ine.mx/documentos/JGE/acuerdos-jge/2014/SE5septiembre/a\\_ext05septiembre14.html](http://www.ine.mx/documentos/JGE/acuerdos-jge/2014/SE5septiembre/a_ext05septiembre14.html).



[...]

5. La entrega de los materiales de los partidos y autoridades electorales para su difusión en los tiempos del Estado en radio y televisión, con su correspondiente orden de transmisión y notificación a cada concesionario, **se llevará a cabo de manera electrónica, personal o satelital**, en los términos y bajo las modalidades que determine el Reglamento correspondiente.”

Con base en ello, indique:

1. ¿Cuáles son las condiciones técnicas o de infraestructura de la concesionaria a su cargo para la recepción -electrónica, personal y/o satelital- de órdenes de transmisión y de materiales para la pauta electoral?, indicando si se diferencian de otras pautas de distinta naturaleza (pauta comercial o de autoridades no electorales).
2. En la concesionaria a su cargo ¿cuáles son los plazos -en días- y procedimientos entre la recepción de materiales y su transmisión para la pauta electoral?, indicando si se diferencian de otras pautas de distinta naturaleza (pauta comercial o de autoridades no electorales).
3. Para que la concesionaria a su cargo modifique el mecanismo de recepción de materiales que le notifique la autoridad electoral a una vía electrónica (internet y correo electrónico) o satelital, ¿con qué infraestructura cuenta o qué elementos técnicos requeriría?
4. Para que la concesionaria a su cargo disminuya los plazos entre la recepción y la transmisión de materiales que le notifique la autoridad electoral a menos de 5 y 3 días hábiles respectivamente, ¿con qué infraestructura cuenta o qué elementos técnicos requeriría?

El segundo cuestionario, que el Instituto Nacional Electoral notificó, fue dirigido a las organizaciones que agrupan a los concesionarios de radio y televisión, y a los profesionales de la comunicación representativos del país, donde se les consultó lo siguiente:

**B) CONSULTA A LOS PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN Y A LAS ORGANIZACIONES QUE AGRUPAN A LOS CONCESIONARIOS DE RADIO Y TELEVISIÓN <sup>2</sup>**

La presente consulta pretende recopilar la opinión de los profesionales de la comunicación y organizaciones que agrupan a los concesionarios de radio y televisión, con motivo del proceso de reforma al Reglamento de Radio y Televisión

---

<sup>2</sup> Reglamento de Radio y Televisión de Radio y Televisión vigente puede ser consultado en el vínculo: [http://norma.ife.org.mx/documents/27912/276864/2011\\_16ReglamentoRyTVME.pdf/49f34fe1-edae-4088-909c-7b187fd0efc2](http://norma.ife.org.mx/documents/27912/276864/2011_16ReglamentoRyTVME.pdf/49f34fe1-edae-4088-909c-7b187fd0efc2)  
El “ACUERDO DE LA JUNTA GENERAL EJECUTIVA DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL POR EL QUE SE INSTRUYE A LA SECRETARÍA EJECUTIVA Y A LA DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS A QUE ELABOREN UNA PROPUESTA DE REFORMA AL REGLAMENTO DE RADIO Y TELEVISIÓN EN MATERIA ELECTORAL, QUE REALICEN LAS CONSULTAS CORRESPONDIENTES, Y ELABOREN EL DICTAMEN DE FACTIBILIDAD RESPECTIVO”, puede ser consultado en el vínculo: [http://www.ine.mx/documentos/JGE/acuerdos-jge/2014/SE5septiembre/a\\_ext05septiembre14.html](http://www.ine.mx/documentos/JGE/acuerdos-jge/2014/SE5septiembre/a_ext05septiembre14.html).

en Materia Electoral. Dicha consulta está dividida en dos apartados, los cuales se detallan a continuación.

Quedando claro que las respuestas que al efecto emitan los consultados no limitan, restringen o condicionan el ejercicio de la facultad reglamentaria que tiene el Instituto Nacional Electoral, en atención a que, no existe disposición jurídica que otorgue a los sujetos cuestionados el derecho a exigir de la autoridad una determinada acción respecto de sus pretensiones

La Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales establece en su artículo 186:

*“1. El Reglamento establecerá los plazos para la entrega, sustitución o puesta a disposición, según sea el caso, a los concesionarios, de las órdenes de transmisión y los materiales, durante los **periodos ordinarios**. En ningún caso el plazo podrá ser mayor a 5 días hábiles.*

*2. El Reglamento establecerá los plazos para la entrega, sustitución o puesta a disposición, según sea el caso, a los concesionarios, de las órdenes de transmisión y los materiales, **desde el inicio de la precampaña y hasta el día de la jornada electoral**. En ningún caso el plazo podrá ser mayor a 3 días hábiles.*

*3. El Instituto deberá **reducir los plazos referidos cuando resulte viable desde el punto de vista técnico**, a efecto de garantizar la eficiencia en la operación del propio Instituto, así como en la notificación entrega o sustitución de las órdenes de transmisión y los materiales de propaganda electoral para su difusión en los tiempos de radio y televisión.*

*[...]*

*5. La entrega de los materiales de los partidos y autoridades electorales para su difusión en los tiempos del Estado en radio y televisión, con su correspondiente orden de transmisión y notificación a cada concesionario, **se llevará a cabo de manera electrónica, personal o satelital**, en los términos y bajo las modalidades que determine el Reglamento correspondiente.”*

Indique con base en su experiencia y conocimiento:

**Con respecto a la posible disminución de plazos y mecanismos de entrega de órdenes de transmisión, se consulta lo siguiente:**

1. ¿Cuántos días hábiles mínimos posibles tomaría a un concesionario de radio y televisión para estar en condiciones de transmitir un promocional una vez que reciben éste en los supuestos precisados en la ley -periodo ordinario y periodo electoral-?
2. Explique las razones técnicas y de infraestructura por las que a su juicio se tomaría el tiempo de transmisión que al efecto indique.

3. ¿Usted considera que los concesionarios de radio y televisión estarían en posibilidad de recibir los promocionales por vía electrónica (internet y correo electrónico) o satelital, mediante mecanismos que al efecto implemente el Instituto Nacional Electoral?
4. Explique las razones técnicas y de infraestructura que a su juicio enfrentarían los concesionarios de radio y televisión para recibir los promocionales que enviaría el Instituto Nacional Electoral por los medios antes señalados.

**Con respecto a las implicaciones de la reformas**

1. Derivado de las recientes reformas constitucionales y legales en materia electoral y en telecomunicaciones, además de los cuestionamientos antes planteados, indique si desde su perspectiva existe algún otro tema que debe ser tratado indefectiblemente en la reforma del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, considerando en todo momento los alcances de las atribuciones legales del Instituto en materia electoral.
2. Exponer las razones y bases jurídicas por las que, a su juicio, deben incorporarse los temas propuestos dentro de la reforma en comento.

### III. Universo de la consulta

El Instituto Nacional Electoral notificó el respectivo cuestionario a 1,081 concesionarios y permisionarios, que representan a 3,194 emisoras de todo el país, contempladas en el Catálogo de emisoras de radio y televisión vigente para 2014; lo anterior se debe a que un concesionario y/o permisionario puede tener más de una concesión o permiso, como es el caso de Televisa, Televisión Azteca, Imagen, IMER, IPN, SIPREM (antes OPMA), Gobiernos Estatales y Universidades, entre otras.

#### ➤ **CONCESIONARIOS Y PERMISIONARIOS NOTIFICADOS:**

1. 980 Dual Estéreo S.A. de C.V.
2. Adalberto Gutiérrez Meléndez
3. Administradora Arcángel, S.A. de C.V.
4. Agrupación de Radio, S.A. de C.V.
5. Alberto Arceo Corcuera
6. Alberto Elorza García
7. Alberto Miguel Márquez Rodríguez
8. Alejandro Rodríguez Moran
9. Alejandro Solís Barrera
10. Alejandro y José Antonio Chavero Sousa
11. Alicia Carlón Toledo
12. AM de Tehuacán, S.A. de C.V.
13. Amplitud Modulada 570, S.A.
14. Amplitud Modulada 710, S.A.
15. Amplitudes y Frecuencias de Occidente, S.A. de C.V.
16. Ana Cristina Peláez Domínguez
17. Ángel Tanori Cruz
18. Antonio Gallegos González
19. Antonio Rigoberto Espinoza Pedrín
20. Araceli Rojas Tenorio
21. Aracely del Carmen Escalante Jasso
22. Armando Puente Córdova
23. Armando Sergio Fuentes Aguirre
24. Arnoldo Rodríguez Zermeño
25. Asociación Amiga, A.C.
26. Asociación Cultural Arandina, A.C.
27. Asociación Veracruzana de Comunicadores Populares, A.C.
28. Audio Publicidad, S.A. de C.V.
29. Bac Comunicaciones, S.A. de C. V.
30. Belisario Virgilio Alvarado Alvarado
31. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
32. Bertha Cruz Toledo
33. Bertha Josefa Cesaría Cota Aguilar
34. Blanca Estela Castañeda Terán
35. Braulio Manuel Fernández Aguirre
36. Broadcasting Baja California, S.A. de C.V.
37. Cable Master, S.A. de C.V.
38. Cabo Mil, S.A. de C.V.
39. Cadena Cultural Becaleña, A.C.
40. Cadena Radial del Sur, S.A. de C.V.
41. Cadena Radiodifusora de Chihuahua, S.A.
42. Cadena Radiodifusora Mexicana, S.A. de C.V.
43. Cadena Regional Radio Fórmula S.A de C.V.
44. Calixto Almazan y Ferrer
45. Canal 1190, S.A. de C.V.
46. Canal 13 de Michoacán, S.A de C.V.
47. Canales de Televisión Populares, S.A. de C.V.
48. Canales Radiofónicos, S.A.
49. Candelario Serna Gurrola
50. Carlos Abdel Chávez López
51. Carlos de Jesús Quiñones Armendáriz
52. Casio Carlos Enrique Narváez y Lidolf
53. Centro de Frecuencia Modulada, S. A. de C.V.
54. Claudia Elena Lizárraga Verdugo
55. Claudio Mario Bres Medina
56. Club Deportivo Social y Cultural Cruz Azul, A.C.
57. Colima Frecuencia Modulada, S.A. de C.V.
58. Comercial Libertas, S.A. de C.V.
59. Comercializadora de Eventos Radiofónicos, S.A. de C.V.
60. Comercializadora de Medios, S.A. de C.V.
61. Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas
62. Comité Pro-Antena Parabólica de Monclova, A.C.
63. Comité Pro-Fomento de la Cultura de Tomatlán, A.C.
64. Compañía Campechana de Radio, S.A.
65. Compañía Internacional de Radio y Televisión, S.A.
66. Compañía Mexicana de Radiodifusión, S.A. de C.V.
67. Compañía Periodística Criterios, S.A. de C.V.
68. Compañía Radiofónica de Poza Rica, S.A.
69. Compañía Radiofónica del Centro, S.A. de C.V.
70. Complejo Satelital, S.A. de C.V.
71. Comunicación 2000, S.A. de C.V.
72. Comunicación del Sureste, S.A. de C.V.
73. Comunicación Instantánea, S.A. de C.V.

74. Comunicación Integral de Nayarit, S.A. de C.V.
75. Comunicación Integral para la Familia, A.C.
76. Comunicación Profesional, S.A. de C.V.
77. Comunicación XERSA, S.A. de C.V.
78. Comunicaciones Alrey, S.A. de C.V.
79. Comunicaciones Grijalva, S.A. de C.V.
80. Comunicadores del Desierto, A.C.
81. Comunicadores Filo de Tierra Colorada, A.C.
82. Concepción Arias González
83. Conglomerado Hotelero de México, S.A. de C.V.
84. Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos
85. Consorcio Tele Radial del Norte, S.A. de C.V.
86. Controladora de Medios, S.A. de C.V.
87. Corporación Tapatía de Televisión, S.A. de C.V.
88. Corporación Morelia Multimedia, S.A. de C.V.
89. Corporación Radiofónica de Celaya, S.A. de C.V.
90. Corporación Radiofónica de Pachuca, S.A. de C.V.
91. Corporación Radiofónica de Puebla, S.A.
92. Corporación Radiofónica de Toluca, S.A. de C.V.
93. Corporación Radiológico, S.A. de C.V.
94. Corporadio Gape de Tamaulipas, S.A. de C.V.
95. Corporativa de Comunicación de Guerrero, S.A. de C.V.
96. Cosmorradiar, S.A. de C.V.
97. Cultura y Comunicación de Zaachila, A.C.
98. D.L.R. Radio, S.A. de C.V.
99. Dabar Radio, A.C.
100. Daniel Boone Menchaca
101. David Meza Carlón
102. Desarrollo Comunitario y Cultural Ma Nghue, A.C.
103. Diego Arrazola Becerra
104. Difusión Radiofónica de Ciudad Obregón, S.A. de C.V.
105. Difusoras de Chihuahua, S.A.
106. Difusoras de Durango, S.A.
107. Difusoras del Norte, S.A.
108. Digital 99.9 Radiodifusores, S.A. de C.V.
109. Eco de Sotavento, S.A.
110. Ecos de Manantlán, A.C.
111. Edikam Comunicación, S.A. de C.V.
112. Eduardo Villarreal Marroquín
113. Efemmex, S.A. de C.V.
114. El Aprendizaje es para Todos, A. C.
115. El Heraldito Fronterizo, S.A.
116. El Vocero del Norte, S.A.
117. Elida Treviño González
118. Elisa Salinas Enríquez, César Aníbal Moreno Salinas, Franco Ulises Moreno Salinas y Betzabe Moreno Salinas
119. Emisiones Radiofónicas, S.A. de C.V.
120. Emisora 1150, S.A. de C.V.
121. Emisora 1320, S.A. de C.V.
122. Emisora de Delicias, S.A. de C.V.
123. Emisora de Durango, S.A.
124. Emisora del Norte, S.A. de C.V.
125. Emisoras de Torreón, S.A.

126. Emisoras de Zapotlán, S.A. de C.V.
127. Emisoras Incorporadas de Monterrey, S.A.
128. Emisoras Mexicanas de Veracruz, S.A. de C.V.
129. Empresa Radiodifusora de Puebla XEHR, S.A. de C.V.
130. Empresas Editoriales del Noroeste, S.A. de C.V.
131. Energía Digital F.M., S.A. de C.V.
132. Enrique Cárdenas González
133. Ernesto Montemayor Ibarra
134. Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica
135. Espectáculo Auditivo, S.A.
136. Estación Alfa, S.A. de C.V.
137. Estéreo Mundo de Querétaro, S.A. de C.V.
138. Estéreo Mundo, S.A. de C.V.
139. Estéreo Ritmo, S.A.
140. Estéreo San Luis, S.A. de C.V.
141. Estéreo Sistema, S.A.
142. Estéreo Vida de Tampico, S.A. de C.V.
143. Esteréopolis, S.A.
144. Estudio 101.9, S.A. de C.V.
145. Fantástico Radio Trece, S.A.
146. Favela Radio, S.A. de C.V.
147. Flavio René Acevedo
148. Flores y Flores, S. en N.C. de C.V.
149. Flores, S.A. de C.V.
150. Fomento Cultural y Educativo, A.C.
151. Fomento de Radio, S.A. de C.V.
152. Fomento Educativo y Cultural Francisco de Ibarra, A.C.
153. Fomento Radiofónico del Bajío, S.A.
154. Fórmula Flores, S.A. de C.V.
155. Fórmula Melódica, S.A. de C.V.
156. Formula Radiofónica, S.A. de C.V.
157. Francisco Antonio Muñoz Muñoz
158. Francisco Everardo Elizondo Cedillo
159. Francisco José Narváez Rincón
160. Frecuencia 98, S.A. de C.V.
161. Frecuencia Amiga, S.A. de C.V.
162. Frecuencia Modulada de Apizaco, S.A. de C.V.
163. Frecuencia Modulada de Ciudad Juárez, S.A.
164. Frecuencia Modulada de Coatzacoalcos, S.A. de C.V.
165. Frecuencia Modulada de Fortín, S.A. de C.V.
166. Frecuencia Modulada de Occidente, S.A.
167. Frecuencia Modulada de Tuxpam, S.A. de C.V.
168. Frecuencia Modulada de Veracruz, S.A. de C.V.
169. Frecuencia Modulada del Chuviscar, S.A. de C.V.
170. Frecuencia Modulada del Noroeste, S.A.
171. Frecuencia Modulada Digital de Veracruz, S.A. de C.V.
172. Frecuencia Modulada Monterrey, S.A. de C.V.
173. Frecuencia Modulada Tropical, S.A. de C.V.
174. Frecuencia Radiofónica de Occidente, S.A. de C.V.
175. Frecuencias Especiales, S.A.
176. Frente Cívico Tangancicuaro, Pueblo Unido, A.C.
177. Fronteradio, S.A.

178. Fundación Cultural Maya Puerto Morelos, A.C.
179. Fundación Cultural para la Sociedad Mexicana, A.C
180. Fundación Maya Cancún, A.C.
181. Fundación Nikola Tesla, A.C.
182. GAIA FM, A.C.
183. Gastón Alegre López
184. Gilberto Hossfeldt Díaz
185. Gilberto Roldan Haaz Diez
186. GILHAAM, S.A. de C.V.
187. Gloria Herminia Enciso Power
188. Gloria Herminia Enciso Power, Gloria Herminia, Maricel, José Enrique, Marcia, Claudia Beatriz y Laura Elena, todos de Apellidos Jiménez Enciso
189. Gobierno del Distrito Federal
190. Gobierno del Estado de Aguascalientes
191. Gobierno del Estado de Baja California Sur
192. Gobierno del Estado de Campeche
193. Gobierno del Estado de Chiapas
194. Gobierno del Estado de Coahuila
195. Gobierno del Estado de Colima
196. Gobierno del Estado de Guanajuato
197. Gobierno del Estado de Guerrero
198. Gobierno del Estado de Hidalgo
199. Gobierno del Estado de Jalisco
200. Gobierno del Estado de México
201. Gobierno del Estado de Michoacán
202. Gobierno del Estado de Morelos
203. Gobierno del Estado de Nayarit
204. Gobierno del Estado de Nuevo León
205. Gobierno del Estado de Oaxaca
206. Gobierno del Estado de Puebla
207. Gobierno del Estado de Querétaro
208. Gobierno del Estado de Quintana Roo
209. Gobierno del Estado de San Luis Potosí
210. Gobierno del Estado de Sinaloa
211. Gobierno del Estado de Sonora
212. Gobierno del Estado de Tabasco
213. Gobierno del Estado de Tamaulipas
214. Gobierno del Estado de Tlaxcala
215. Gobierno del Estado de Veracruz
216. Gobierno del Estado de Zacatecas
217. Graciela Barrera y de la Garza
218. Gramex Regiomontana, S.A. de C.V.
219. Grupo Impulsor de Medios, S.A. de C.V.
220. Grupo Nueva Radio, S.A. de C.V.
221. Grupo Radial de Tampico, S.A. de C.V.
222. Grupo Radial Siete, S.A. de C.V.
223. Grupo Radio FYL, S.A. de C.V.
224. Grupo Radio Monte, A.C.
225. Grupo Radiodigital Siglo XXI, S.A. de C.V.
226. Grupo Radiofónico de Reynosa, S.A. de C.V.
227. Grupo Uzivra, S.A. de C.V.
228. Guasigua Radio, S.A. de C.V.
229. Guillermo Artemio Padilla Cruz
230. Guillermo Garza Castillo
231. Gustavo Alonso Cortez Montiel

232. Gustavo Enrique Rafael Astiazaran Rosas
233. H. Ayuntamiento Constitucional del Municipio de Magdalena Ocotlán de Morelos, Oax.
234. Héctor Rivera Esquer
235. Hilda Graciela Rivera Flores
236. Hispano Mexicano, S.A. de C.V.
237. Homero Bautista Duarte
238. Hora Exacta, S.A.
239. Humberto Alejandro Lopezlena Robles
240. Humberto Arechiga Espinoza
241. Humberto Espinoza Pedrín
242. Imagen Monterrey, S.A. de C.V.
243. Imagen Radiofónica, S.A.
244. Imagen Telecomunicaciones, S.A. de C.V.
245. Impulsa por el Bien Común de Jalisco A.C.
246. Impulsora de Frecuencia Modulada, S.A.
247. Impulsora de Radio de Chihuahua, S.A.
248. Impulsora de Radio del Sureste, S.A.
249. Impulsora Moderna del Radio, S.A.
250. Impulsora Pro Cultura y Salud del Estado de Chiapas, A.C.
251. Impulsora Radial del Norte, S.A. de C.V.
252. Impulsora Radiofónica de la Industria y el Comercio, S.A. de C.V.
253. Impulsora Radiofónica, S.A.
254. Información Radiofónica, S.A.
255. Instituto Campechano
256. Instituto Cultural de Occidente, A.C.
257. Instituto Mendel, A.C.
258. Instituto Mexicano de la Radio
259. Instituto para la Protección del Medio Natural, A.C.
260. Instituto Politécnico Nacional
261. Instituto Tecnológico de Saltillo
262. Instituto Tecnológico de Tijuana
263. Instituto Tecnológico Superior de Cananea
264. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
265. Interamericana de Radio, S.A. de C.V.
266. Intermedia y Asociados de Mexicali, S.A. de C.V.
267. Irma Graciela Peña Torres
268. Israel Beltrán Montes
269. Jaced, S.A. de C.V.
270. Jaime Juaristi Santos
271. Jasz Radio, S.A. de C.V.
272. Jesús Ávila Femat
273. Jesús L. Rochin
274. Jesús Mayoral López
275. Jorge Álvaro Gámez González
276. Jorge Cruz Ramos López
277. Jorge Sergio Ramírez Hernández
278. José Asef Hanan Badri
279. José de Jesús Partida Villanueva
280. José Gerardo López de la Rocha
281. José Humberto y Loucille Martínez Morales
282. José Jesús Jaquez Acuña
283. José Laris Rodríguez



284. José Luis Boone Menchaca
285. José Luis Chavero Reséndiz
286. José Luis Martínez Sánchez
287. José Luis Oliva Meza
288. José María Espinoza Pedrín
289. José Mario Morales Vallejo
290. José Pablo Pérez Ramírez
291. José Pérez Ramírez
292. José Raúl Nava Becerra
293. José Rodolfo Calvo Fonseca
294. José Rodolfo Milmo y Garza
295. Josefina Reyes Sahagún
296. Josué Rodrigo, José Luis y Rosario del Carmen Moreno Aguirre
297. Juan Enriquez Rivera
298. Juana Patricia Ruíz Sánchez
299. Julián Orozco González
300. Kuko, A.C.
301. La B Grande FM, S.A.
302. La B Grande, S.A.
303. La Comunidad Unidad por su Cultura, A.C.
304. La Grande de Coahuila, S.A. de C.V.
305. La Máquina Tropical, S.A. de C.V.
306. La Onda del Mar, S.A. de C.V.
307. La Primerísima, S.A. de C.V.
308. La Regional del Évora, S.A. de C.V.
309. La Voladora Comunicación, A.C.
310. La Voz de Linares, S.A.
311. La Voz de Mexicali, S.A.
312. La Voz de Norteamérica, S.A. de C.V.
313. La Voz de Quintana Roo, S.A. de C.V.
314. La Voz de Tabasco, S.A. de C.V.
315. La Voz del Caribe, S.A.
316. La Voz del Comercio de Zamora, S. de R.L.
317. La Voz del Mayab, S.A.
318. La Voz en Yucatán del Radio, S.A. de C.V.
319. Laris Hermanos, S.A.
320. Laura Cárdenas del Avellano
321. Laura Escamilla Decuir
322. Lomeli Radio, S.A. de C.V.
323. Lucia Perez Medina Vda. de Mondragón
324. Luis Alberto Pavia Mendoza
325. Luis Carlos Mendiola Codina
326. Luis Felipe García de León Martínez
327. LY, S.A.
328. Manuel Cristóbal Montiel Govea
329. Manuel Flores y Compañía, S. en N.C.
330. Manuel Francisco Pérez Muñoz
331. Manuel Guadalupe, J. Jesús, María Cristina, María Teresa, José Abraham y Alfonso Ramírez de la Torre
332. Manuel Oswaldo Alvarado Quintero
333. Marco Antonio Contreras Santoscoy; Domitila Maqueda E Hidalgo; Alicia Hortensia, Amparo Hilda y Adela Contreras Santos
334. Marco Antonio Héctor Contreras Santoscoy

335. María Cristina Romo Morales
336. María de los Ángeles Espinosa de los Monteros de la Cruz, Oscar y Carlos Zerecero Espinosa de los Monteros
337. María del Carmen Guzmán Muñoz
338. María Guadalupe Espinoza Pedrín
339. María Regina de la Peza Berríos
340. María Teresa Arechiga Espinoza
341. Mario Enrique Mayans Concha
342. Martha Consuelo Trujillo Mendoza
343. Martha Margarita Barba de la Torre
344. Master Radio de Occidente, S.A. de C.V.
345. Media Sports de México, S.A. de C.V.
346. Medios de Información de Occidente, S.A. de C.V.
347. Medios Electrónicos de Valladolid, S.A. de C.V.
348. Mega Frecuencia, S.A. de C.V.
349. Melchor Sánchez Dovalina
350. Mensajes Musicales, S.A.
351. Metropolitana de Frecuencia Modulada, S.A. de C.V.
352. México Radio, S.A. de C.V.
353. Mi Gran Esperanza, A.C.
354. Michael Amando Meneses Olaya
355. Mie Nillu Mazateco, A.C.
356. Miguel Ochoa Beltrán
357. Miled Libien Kahue
358. Moisés Félix Dagdug Lutzow
359. Multiestereofónica, S.A. de C.V.
360. Multifronteras, S.A. de C.V.
361. Multigrabaciones del Norte S.A. de C.V.
362. Multimedia de San Luis, S.A. de C.V.
363. Multimedia del Sureste, S.A. de C.V.
364. Multimedios en Radiodifusión Morales, S.A. de C.V.
365. Multimedios Radio, S.A. de C.V.
366. Multimedios Televisión, S.A. de C.V.
367. Música Radiofónica, S.A.
368. MVS Radio de Mérida, S.A. de C.V.
369. Nancy Hoyos Salgado
370. Negocios Modernos, S.A. de C.V.
371. Nora María Cantón Martínez de Escobar
372. Nova Teleradio, S.A. de C.V.
373. Omega Experimental, A.C.
374. Operadora de Medios del Pacífico, S.A. de C.V.
375. Operadora de Radio de Puebla, S.A. de C.V.
376. Operadora de Radio y Televisión, S.A.
377. Operadora de Radio Z.Z.Z, S.A. de C.V.
378. Operadora del Valle Alto, S.A. de C.V.
379. Organización APRIC, S.A.
380. Organización Editorial Mexicana, S.A. de C.V.
381. Organización Independiente de Fomento Musical, S.A.
382. Organización Mexicana de Radio, S.A. de C.V.
383. Organización PRAM, S.A. de C.V.
384. Organización Radio Oro, S.A. de C.V.
385. Organización Radiodifusora Tamauilpeca, S.A. de C.V.

386. Organización Radiofónica de Acámbaro, S.A. de C.V.
387. Organización Radiofónica del Norte, S.A. de C.V.
388. Organización Radiofónica Estereofiel, S.A. de C.V.
389. Organización Sonora, S.A. de C.V.
390. Oscar Bravo, S.A. de C.V.
391. Oscar Fonseca Alfaro
392. Patro. para Inst. Repet. Canales de T.V., Coatz., Ver., A.C.
393. Patronato Cultural Monclova, A.C.
394. Patronato de Televisión Cultural de Guanajuato, A.C.
395. Patronato Pro-estación Radiodifusora del Instituto Tecnológico Regional de Celaya, A.C.
396. Patronato Promotor del Desarrollo del I.T.D., A.C.
397. Patronato Pro-Radio Cultural de Reynosa, A.C.
398. Patronato Pro-televisión de Balleza, Chih.
399. Patronato Pro-Televisión de Cozumel, A.C.
400. Patronato Pro-televisión de Ocampo
401. Patronato Pro-televisión de Riva Palacio
402. Patronato Pro-televisión de Villa Aldama
403. Patronato Pro-Televisión en Copainala, Chis.
404. Patronato Pro-Televisión Punta Estrella, A.C.
405. Patronato Pro-Televisión Río Grande en Zacatecas
406. Pedro Boone Menchaca
407. Pedro, María Elisa, María Teresa, José Manuel y Luis Miguel Manterola Sainz
408. Pegaso Radiocomunicaciones, S.A. de C.V.
409. Plenitud de Vida, A.C.
410. Por la Igualdad Social, A.C.
411. Presidencia Municipal de Benito Juárez
412. Presidencia Municipal de Zacatepec, Mor.
413. Productora y Difusora Universitaria, A.C.
414. Profesionales de la Radio, S.A. de C.V.
415. Promociones Radiofónicas Culturales, S.A.
416. Promotora de la Comunicación, S.A.
417. Promotora de Radio XHCMN-FM, S.A. de C.V.
418. Promotora de Radiodifusión del Sureste, S.A. de C.V.
419. Promotora Radiofónica de la Laguna, S.A. de C.V.
420. Promotora Radiovisión, S.A. de C.V.
421. Promotora Unimedios, S.A. de C.V.
422. Promotores de Radio S.A.
423. Proyección Cultural Sanmiguelense, A.C.
424. Publicidad Comercial de México, S.A. de C.V.
425. Publicidad Popular Potosina, S.A.
426. Publicidad Radiofónica de la Laguna, S.A. de C.V.
427. Publicidad Radiofónica de Nuevo Laredo, S.A. de C.V.
428. Publicidad Unida de Reynosa, S.A. de C.V.
429. Publicidad Unida del Norte, S.A. de C.V.
430. Radio 13, S.A.
431. Radio 6.20, S.A. de C.V.
432. Radio 65, S.A.
433. Radio 80, S.A.
434. Radio 88.8, S.A. de C.V.

435. Radio Aqs, S.A. de C.V.
436. Radio Alar, S.A. de C.V.
437. Radio Alegría de Tlaltenango, S.A. de C.V.
438. Radio Altiplano F.M., S.A. de C.V.
439. Radio Amiga, S.A.
440. Radio Amistad de Sonora, S.A. de C.V.
441. Radio Amor, S.A. de C.V.
442. Radio Antequera, S.A. de C.V.
443. Radio Armería, S.A. de C.V.
444. Radio Armonía, S.A. de C.V.
445. Radio Aro, A.C.
446. Radio Auditorio, S.A. de C.V.
447. Radio Avanzado Gal de Valle Hermosos, S.A. de C.V.
448. Radio BMP de Cd. Camargo, S.A. de C.V.
449. Radio BMP de Nuevo Laredo, S.A. de C.V.
450. Radio BMP de Reynosa, S.A. de C.V.
451. Radio Cajeme, S.A. de C.V.
452. Radio Calenda La Voz del Valle, A.C.
453. Radio Calvillo, S.A. de C.V.
454. Radio Camargo, S.A.
455. Radio Campeche, S.A. de C.V.
456. Radio Cancún, S.A. de C.V.
457. Radio Carmen, S. de R.L.
458. Radio Casas Grandes
459. Radio Catedral, S.A. de C.V.
460. Radio Celebridad, S.A.
461. Radio Centinela, S.A. de C.V.
462. Radio Central, S.A. de C.V.
463. Radio Chihuahua, S.A.
464. Radio Ciudad Madera, S.A.
465. Radio Club, S.A.
466. Radio Coahuila, S.A.
467. Radio Colima, S.A.
468. Radio Comercial de Campeche, S.A.
469. Radio Comunicación de Álamo, S.A. de C.V.
470. Radio Concierto Acapulco, S.A.
471. Radio Contenidos, S.A. de C.V.
472. Radio Costera, S.A.
473. Radio Cuchuma, S.A.
474. Radio Culiacán, S.A.
475. Radio Cultural de Tepalcatepec, A.C.
476. Radio de Cuautla, S.A. de C.V.
477. Radio Delicias, S.A.
478. Radio Difusora de Morelos, S.A.
479. Radio Difusora XEHOS, S.A. de C.V.
480. Radio Dinámica del Sureste, S.A. de C.V.
481. Radio Divertida XEDT, S.A. de C.V.
482. Radio Divertida XESC, S.A. de C.V.
483. Radio Durango, S.A.
484. Radio Electrónica Mexicana, S.A.
485. Radio Emisora Central, S.A. de C.V.
486. Radio Emisora Comercial XEGN, S.A.
487. Radio Emisora Occidental, S.A.
488. Radio Emisora XHSP-FM, S.A. de C.V.
489. Radio Ensenada, S.A.



490. Radio Espectáculo, S.A.  
491. Radio Estelar 920, S.A. de C.V.  
492. Radio Estéreo XHH-FM, S.A. de C.V.  
493. Radio Excedra, S.A. de C.V.  
494. Radio Favorita, S.A.  
495. Radio Fiesta, S.A. de C.V.  
496. Radio Fórmula del Norte, S.A. de C.V.  
497. Radio Fortín, S.A.  
498. Radio Frecuencia Modulada, S.A. de C.V.  
499. Radio Frontera de Coahuila, S.A. de C.V.  
500. Radio Frontera del Sureste, S.A. de C.V.  
501. Radio General, S.A.  
502. Radio Grupo Chihuahua, S.A.  
503. Radio Heroica, S.A.  
504. Radio Huamantla, S.A. de C.V.  
505. Radio Ibero, A.C.  
506. Radio Iguala, S.A. de C.V.  
507. Radio Impacto, S.A.  
508. Radio Impulsora de Occidente, S.A. de C.V.  
509. Radio Impulsora de San Luis, S.A. de C.V.  
510. Radio Impulsora del Centro, S.A.  
511. Radio Impulsora XEES, S.A.  
512. Radio Impulsora, S.A.  
513. Radio Informa, S.A. de C.V.  
514. Radio Informativa, S.A. de C.V.  
515. Radio Integral, S.A. de C.V.  
516. Radio Internacional de Comercio, S. de R.L. de C.V.  
517. Radio Internacional de México, S.A.  
518. Radio Jarocho, S.A.  
519. Radio Juareense, S.A. de C.V.  
520. Radio Korita de Nayarit, S.A. de C.V.  
521. Radio La Barca, S.A.  
522. Radio La Paz, S.A.  
523. Radio la Veraz, S.A. de C.V.  
524. Radio Laredo, S.A. de C.V.  
525. Radio Libertad, S.A. de C.V.  
526. Radio Lujo, S.A. de C.V.  
527. Radio Manzanillo, S.A. de C.V.  
528. Radio Mar, S.A.  
529. Radio Mayab, S.A.  
530. Radio Mayrán, S.A. de C.V.  
531. Radio Mazatlán, S.A.  
532. Radio Medios de Coahuila, S.A. de C.V.  
533. Radio Medios de Monclova, S.A. de C.V.  
534. Radio Medios Matehuala, S.A. de C.V.  
535. Radio Melodía, S.A. de C.V.  
536. Radio Mérida, S.A.  
537. Radio Mil de Chiapas, S.A. de C.V.  
538. Radio Mil de Mazatlán, S.A. de C.V.  
539. Radio Mil de Veracruz, S.A. de C.V.  
540. Radio Mil del Puerto, S.A. de C.V.  
541. Radio Mil del Sur, S.A. de C.V.  
542. Radio Mil Sinaloense, S.A. de C.V.  
543. Radio Milenium Orbital, S.A. de C.V.  
544. Radio Millenium, S.A. de C.V.  
545. Radio Mina, S.A.

546. Radio Mintzita, S.C.  
547. Radio Moroleón, S.A. de C.V.  
548. Radio Mundo de Acapulco, S.A.  
549. Radio Nayarita, S.A. de C.V.  
550. Radio Nogales, S. de R.L.  
551. Radio Nova, S.A. de C.V.  
552. Radio Nueva Generación, S.A.  
553. Radio Olin, S.A.  
554. Radio Ondas de los Tuxtlas, S.A. de C.V.  
555. Radio Organización Saltillo (ROSSA), S.A.  
556. Radio Oriental, S.A. de C.V.  
557. Radio Orizaba, S.A.  
558. Radio Oro, S.A.  
559. Radio Palacios, S.A. de C.V.  
560. Radio Palizada, S.A.  
561. Radio Panzacola, S.A.  
562. Radio Paraíso, S.A. de C.V.  
563. Radio Parralense, S.A. de C.V.  
564. Radio Poblana, S.A. de C.V.  
565. Radio Pochutla, S.A. de C.V.  
566. Radio Poderosa de Tamaulipas, S.A. de C.V.  
567. Radio Poderosa, S.A. de C.V.  
568. Radio Popular Fronteriza, S.A.  
569. Radio Principal, S.A. de C.V.  
570. Radio Progreso de Yucatán, S.A. de C.V.  
571. Radio Promotora de la Provincia, S.A. de C.V.  
572. Radio Promotora de León, S.A.  
573. Radio Promotora de Mexicali, S.A.  
574. Radio Promotora de Tabasco, S.A. de C.V.  
575. Radio Promotora Leonesa, S.A. de C.V.  
576. Radio Proyección, S.A. de C.V.  
577. Radio Publicidad Latinoamericana, S.A. de C.V.  
578. Radio Publicidad Zacatecana, S.A. de C.V.  
579. Radio Puebla, S.A.  
580. Radio Red FM, S.A. de C.V.  
581. Radio Red, S.A. de C.V.  
582. Radio Ritmo, S.A.  
583. Radio Ruiz, S.A. de C.V.  
584. Radio RYS, S.A. de C.V.  
585. Radio San Marcos, S.A. de C.V.  
586. Radio San Miguel, S.A.  
587. Radio Santa Bárbara, S.A. de C.V.  
588. Radio Santa Fe de Guanajuato, S.A.  
589. Radio Sensación de Tijuana, S.A.  
590. Radio Sistema de Occidente, S.A. de C.V.  
591. Radio Sistema de Victoria, S.A. de C.V.  
592. Radio Sistema del Bajío, S.A.  
593. Radio Sistema del Centro, S.A. de C.V.  
594. Radio Sistema del Pacífico, S.A. de C.V.  
595. Radio Sistema del Sur, S.A. de C.V.  
596. Radio Sistema del Suroeste, S.A. de C.V.  
597. Radio Sistema Mexicano, S.A.  
598. Radio Sol, S.A. de C.V.  
599. Radio Solución, S.A. de C.V.  
600. Radio Sonora, S.A.  
601. Radio Tabasco, S.A.

602. Radio Tajin, S.A.
603. Radio Tamaulipas, S.A. de C. V.
604. Radio Tapachula, S.A.
605. Radio Tapatía, S.A. de C.V.
606. Radio Tauro, S.A. de C.V.
607. Radio Tehuacán, S.A. de C.V.
608. Radio Televisión Norteña, S.A. de C.V.
609. Radio Televisión, S.A. de C.V.
610. Radio Televisora de Ciudad Victoria, S.A. de C.V.
611. Radio Televisora de Morelia, S.A.
612. Radio Televisora de Tampico, S.A.
613. Radio Televisora del Valle, S.A.
614. Radio Televisora Integral, S.A. de C.V.
615. Radio Teponaztli, S.A.
616. Radio Tesoro, S.A. de C.V.
617. Radio Teziutlán, S.A. de C.V.
618. Radio Tiempo, S.A. de C.V.
619. Radio Tijuana, S.A.
620. Radio Tipo, S.A.
621. Radio Toluca, S.A. de C.V.
622. Radio Topolobampo, S.A. de C.V.
623. Radio Transmisora del Pacífico, S.A. de C.V.
624. Radio Transmisora Tamaulipeca, S.A.
625. Radio Tremor Morelia, S.A. de C.V.
626. Radio Triunfadora de Coahuila, S.A. de C.V.
627. Radio Triunfos, S.A. de C.V.
628. Radio Tropical, S.A. de C.V.
629. Radio Tropicana, S.A.
630. Radio Tulancingo, S.A.
631. Radio Tuxpan, S.A. de C.V.
632. Radio Unido, S.A.
633. Radio Unión Texcoco, S.A. de C.V.
634. Radio Unión, S.A.
635. Radio Uno FM, S.A.
636. Radio Uno, S.A.
637. Radio Valladolid, S.A. de C.V.
638. Radio Vallarta, S.A. de C.V.
639. Radio Variedades, S.A. de C.V.
640. Radio Video de la Frontera, S.A. de C.V.
641. Radio Vinculación, S.A.
642. Radio X.E.V.O., S.A. de C.V.
643. Radio X.H.V.P-FM, S.A. de C.V.
644. Radio XEAF-AM, S.A. de C.V.
645. Radio XEAGS, S.A. de C.V.
646. Radio XEAN-AM, S.A. de C.V.
647. Radio XEBU, S.A. de C.V.
648. Radio XECEL, S.A. de C.V.
649. Radio XECN, S.A. de C.V.
650. Radio XEDC, S.A. de C.V.
651. Radio XEDK, S.A. de C.V.
652. Radio XEFIL, S.A. de C.V.
653. Radio XEGF, S.A.
654. Radio XEHHI-AM, S.A. de C.V.
655. Radio XEIN, La Voz del Valle, S.A. de C.V.
656. Radio XEIU, S.A. de C.V.
657. Radio XEJH, S.A. de C.V.

658. Radio XEMF, S.A. de C.V.
659. Radio XEOF-AM, S.A. de C.V.
660. Radio XEOH-AM de Camargo, S.A. de C.V.
661. Radio XEOZ, S.A. de C.V.
662. Radio XEPT, S.A.
663. Radio XEPW, S.A.
664. Radio XEQD, S.A. de C.V.
665. Radio XEVILL, S.A. de C.V.
666. Radio XEVU, S.A. de C.V.
667. Radio XEXE, S.A. de C.V.
668. Radio XEZAR, S.A. de C.V.
669. Radio XHDK, S.A. de C.V.
670. Radio XHENO, S.A. de C.V.
671. Radio XHGU, S.A. de C.V.
672. Radio XHJHS, S.A. de C.V.
673. Radio XHKR-FM, S.A. de C.V.
674. Radio XHMAXX, S.A. de C.V.
675. Radio XHMM-FM, S.A. de C.V.
676. Radio XHMOR, S.A. de C.V.
677. Radio XHOZ-FM, S.A. de C.V.
678. Radio XHRH-FM, S.A. de C.V.
679. Radio XHVC-FM, S.A. de C.V.
680. Radio XHZZ-FM, S.A. de C.V.
681. Radio y Producción de Calidad, S.A. de C.V.
682. Radio y Publicidad de Aguascalientes, S.A. de C.V.
683. Radio y Televisión de Calidad, S.A. de C.V.
684. Radio y Televisión de Colima, S.A. de C.V.
685. Radio y Televisión de Durango, S.A. de C.V.
686. Radio y Televisión de Sinaloa, S.A. de C.V.
687. Radio y Televisión Internacional, S.A. de C.V.
688. Radio Zamora, S. de R.L.
689. Radio Zitácuaro, S.A.
690. Radio Zócalo, S.A. de C.V.
691. Radiocomunicación de Saltillo, S.A. de C.V.
692. Radiocomunicación Enfocada, S.A. de C.V.
693. Radiodifusora XEMI-AM, S.A. de C.V.
694. Radiodifusión de Xicotepec, S.A. de C.V.
695. Radiodifusión Huasteca, S.A.
696. Radiodifusión Moderna, S.A. de C.V.
697. Radiodifusión, S.A.
698. Radiodifusora Asociada Calderón Lara Armando, S.A.
699. Radiodifusora Cachanilla, S.A. de C.V.
700. Radiodifusora Comercial XENC, S.A.
701. Radiodifusora de Monclova, S.A.
702. Radiodifusora del Sur, S.A. de C.V.
703. Radiodifusora del Valle de Zamora, S.A.
704. Radiodifusora Querétaro, S.A. de C.V.
705. Radiodifusora Tlaxiaqueña, S.A. de C.V.
706. Radiodifusora XEBP-AM, S.A. de C.V.
707. Radiodifusora XEGB, S.A. de C.V.
708. Radiodifusora XEGZ, S.A. de C.V.
709. Radiodifusora XEHS, S.A. de C.V.
710. Radiodifusora XEIO-AM, S.A. de C.V.
711. Radiodifusora XEKD, S.A.
712. Radiodifusora XEKQ-AM, S.A. de C.V.

713. Radiodifusora XEKY-AM, S.A. de C.V.  
714. Radiodifusora XEKZ-AM, S.A. de C.V.  
715. Radiodifusora XELM-AM, S.A. de C.V.  
716. Radiodifusora XEMA 690 AM, S.A. de C.V.  
717. Radiodifusora XEMK-AM, S.A. de C.V.  
718. Radiodifusora XEOA-AM, S.A. de C.V.  
719. Radiodifusora XEOE-AM, S.A. de C.V.  
720. Radiodifusora XEOU, S.A. de C.V.  
721. Radiodifusora XEQS 930 AM, S.A. de C.V.  
722. Radiodifusora XERS-AM, S.A. de C.V.  
723. Radiodifusora XETAP-AM, S.A. de C.V.  
724. Radiodifusora XEUE-AM, S.A. de C.V.  
725. Radiodifusora XHCDH, S.A. de C.V.  
726. Radiodifusora XHFG, S.A. de C.V.  
727. Radiodifusora XHFL, S.A. de C.V.  
728. Radiodifusora XHFRE 100.5 FM, S.A. de C.V.  
729. Radiodifusora XHMC, S.A. de C.V.  
730. Radiodifusora XHMSL-FM, S.A. de C.V.  
731. Radiodifusora, X.E.M.O., S.A. de C.V.  
732. Radiodifusoras Capital, S.A. de C.V.  
733. Radiodifusoras Coahuila, S.A.  
734. Radiodifusoras Cortés, S.A.  
735. Radiodifusoras de Zacatecas, S. A.  
736. Radiodifusoras El Gallo, S.A. de C.V.  
737. Radiodifusoras Eles, S.A.  
738. Radiodifusoras Gal de Matamoros, S.A. de C.V.  
739. Radiodifusoras Independientes, S.A. de C.V.  
740. Radiodifusoras Unidas de Chihuahua, S.A.  
741. Radiodifusoras Unidas del Sureste, S.A.  
742. Radiodifusores por Tradición, S.A. de C.V.  
743. Radiofónica del Norte, S.A.  
744. Radiofónica XEBW del Norte, S.A. de C.V.  
745. Radiorama de Juárez, S.A.  
746. Radiorama del Sureste, S.A.  
747. Radios Kino, S.A. de C.V.  
748. Radiosistema de Culiacán, S.A. de C.V.  
749. Radiotelevisión Norteña, S.A. de C.V.  
750. Radiotelevisora de Mexicali, S.A. de C.V.  
751. Radiotelevisora de México Norte, S.A. de C.V.  
752. Radiza, S.A. de C.V.  
753. Rafael Castro Torres  
754. Ralla Zacatecana, S.A. de C.V.  
755. Ramona Esparza González  
756. Raúl Antonio Arechiga Espinoza  
757. Raúl Arechiga Espinoza  
758. Raúl César y Luis Manuel Molina Ovando  
759. Raúl Eduardo Martínez Ramón  
760. Raza Publicidad, S.A. de C.V.  
761. Red Central Radiofónica, S.A. de C.V.  
762. Red Nacional Radioemisora, S.A.  
763. Reyna Irazabal y Hermanos, S.A. de C.V.  
764. Reyna López Hermanos, S.A. de C.V.  
765. Ricardo Boone Menchaca  
766. Ricardo León Garza Limón  
767. Roberto Casimiro González Treviño  
768. Roberto Loreto Cota Araiza

769. Roberto Martínez Vara y López Portillo  
770. Roberto Rodríguez Gómez  
771. Rodolfo Romeo Hernández y Espinoza  
772. Rodrigo Rodríguez Reyes  
773. Rolando Ramiro González Treviño  
774. Roque de Jesús Chávez López  
775. Rubén Darío Mondragón Rivera  
776. Rubén Hernández Campos  
777. Sandra López Benavides, Laura Enriqueta, María Teresa, Marcela, Tomas Salvador, María del Carmen, Gabriela y Aurelio López Rocha, Héctor Quirarte Gutiérrez, Héctor y Lucía Quirarte López  
778. Sebastián Uc Yam  
779. Secretaría de Educación Pública  
780. Señal 84, S.A. de C.V.  
781. Sergio Villarreal Luján  
782. Servicios Publicitarios de Cuauhtémoc, S.A.  
783. Silvia Evangelina Godoy Cárdenas  
784. Simón Valanci Buzali  
785. SIPSE, S.A. de C.V.  
786. Sirtsa Sistema de Radio y Televisión, S.A. de C.V.  
787. Sistema Estatal de Comunicación Cultural y Educativa del Gobierno de Querétaro  
788. Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano  
789. Sistema Radio Ranchito, S.A.  
790. Sistema Radiofónico de Tamaulipas, S.A. de C.V.  
791. Sistema Regional de Televisión, A.C.  
792. Sistema Tele Yucatán, S.A. de C.V.  
793. Sistemas de Comunicación Bajacaliforniana, S.A. de C.V.  
794. Sociedad de Medios, S.A. de C.V.  
795. Solasol, S.A. de C.V.  
796. Somos Radiodifusores, S.A. de C.V.  
797. Sóstenes Bravo Rodríguez  
798. Stereo 94 de Michoacán, S.A. de C.V.  
799. Stereo Maya, S.A. de C.V.  
800. Stereorey Mexicali, S.A.  
801. Stereorey México, S.A.,  
802. Sucesión José Ismael Alvarado Robles  
803. Sucesores Alfonso Martínez Vela, XEBO, S.A. de C.V.  
804. Sucesores de Sergio Olivares Gascón, S.A. de C.V.  
805. Sucn. Alfredo Rohana Estrada  
806. Sucn. Beatriz Molinar Fernández  
807. Sucn. de Antonio Salvador Gallegos Escalante.  
808. Sucn. de Francisco Bautista Valencia  
809. Sucn. de Francisco Encinas Angulo  
810. Sucn. de Francisco Millán Ramos  
811. Sucn. de Francisco Vidal Esquer  
812. Sucn. de Guillermo López Borja  
813. Sucn. de Jorge Cárdenas González  
814. Sucn. de José Ismael Alvarado Robles  
815. Sucn. de José Laris Iturbide  
816. Sucn. de Ma. Irene Martínez Sánchez  
817. Sucn. de Pichir Esteban Polos

818. Sucn. de Rafael García Vergara
819. Sucn. Fausto Marco Gómez Cota
820. Sucn. Juana Gallegos Rojas
821. Sucn. Ramón Guzmán Rivera
822. Súper Estero Peninsular, S.A. de C.V.
823. Súper FM, S.A. de C.V.
824. Súper Medios de Coahuila, S.A. de C.V.
825. Súper Sonido en Frecuencia Modulada, S.A. de C.V.
826. Súper Stereo de Tabasco, S.A. de C.V.
827. Súper Stereo de Tula, S.A. de C.V.
828. T.V. de Culiacán, S.A. de C.V.
829. T.V. de Los Mochis, S.A. de C.V.
830. Tele Nacional, S. de R.L. de C.V.
831. Telecomunicaciones de la Huasteca, S.A. de C.V.
832. Tele-Emisoras del Sureste, S.A. de C.V.
833. Teleimagen del Noroeste, S.A. de C.V.
834. Telemision, S.A. de C.V.
835. Telesistemas de Coahuila, S.A. de C.V.
836. Televideo, S.A. de C.V.
837. Televimex, S.A. de C.V.
838. Televisión Azteca, S.A. de C.V.
839. Televisión de la Frontera, S.A.
840. Televisión de Michoacán, S.A. de C.V.
841. Televisión de Puebla, S.A. de C.V.
842. Televisión de Tabasco, S.A.
843. Televisión del Pacífico, S.A. de C.V.
844. Televisión Digital, S.A. de C.V.
845. Televisión La Paz, S.A.
846. Televisión Metropolitana, S.A. de C.V.
847. Televisión Tabasqueña, S.A. de C.V.
848. Televisión y Radio Caribe, S.A. de C.V.
849. Televisora Alco, S. de R.L. de C.V.
850. Televisora de Cancún, S.A. de C.V.
851. Televisora de Durango, S.A. de C.V.
852. Televisora de Irapuato, S.A.
853. Televisora de Mexicali, S.A. de C.V.
854. Televisora de Navojoa, S.A.
855. Televisora de Occidente, S.A. de C.V.
856. Televisora de Yucatán, S.A. de C.V.
857. Televisora del Valle de México, S.A. de C.V.
858. Televisora del Yaqui, S.A. de C.V.
859. Televisora Fronteriza, S.A. de C.V.
860. Televisora Nacional, S.A. de C.V.
861. Televisora Peninsular, S.A. de C.V.
862. Televisora Potosina, S.A. de C.V.
863. Televisora XHBO, S.A. de C.V.
864. Teponaztle Cultura y Comunicación, A.C.
865. Teresa de Jesús Bravo Sobron
866. Tijuana FM, S.A. de C.V.
867. Transmisora Monterrey, S.A. de C.V.
868. Transmisora Regional Radio Fórmula, S.A. de C.V.
869. Trigio Javier Pérez de Anda
870. Triple Q Radio, S.A. de C.V.
871. Tropicradio del Sureste, S.A. de C.V.
872. TV Diez Durango, S.A. de C.V.
873. TV Ocho, S.A. de C.V.

874. TVNorte, S. de R.L. de C.V.
875. UANDARHI, A.C.
876. Ultradigital Puebla, S.A. de C.V.
877. Ultradigital Toluca, S.A. de C.V.
878. Ultradigital Tulancingo, S.A. de C.V.
879. Universidad Autónoma Agraria Antonio Narro
880. Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca
881. Universidad Autónoma Chapingo
882. Universidad Autónoma de Aguascalientes
883. Universidad Autónoma de Baja California
884. Universidad Autónoma de Baja California Sur
885. Universidad Autónoma de Campeche
886. Universidad Autónoma de Chihuahua
887. Universidad Autónoma de Coahuila
888. Universidad Autónoma de la Laguna, A.C.
889. Universidad Autónoma de Nayarit
890. Universidad Autónoma de Nuevo León
891. Universidad Autónoma de Querétaro
892. Universidad Autónoma de San Luis Potosí
893. Universidad Autónoma de Sinaloa
894. Universidad Autónoma de Tamaulipas
895. Universidad Autónoma de Tlaxcala
896. Universidad Autónoma de Yucatán
897. Universidad Autónoma del Carmen
898. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
899. Universidad Autónoma del Estado de México
900. Universidad Autónoma del Estado de Morelos
901. Universidad Autónoma España de Durango
902. Universidad Autónoma Metropolitana
903. Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas
904. Universidad de Colima
905. Universidad de Guadalajara
906. Universidad de Guanajuato
907. Universidad de Monterrey
908. Universidad de Occidente
909. Universidad de Sonora
910. Universidad Juárez Autónoma de Tabasco
911. Universidad Juárez del Estado de Durango
912. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo
913. Universidad Millennium Internacional, S.C.
914. Universidad Nacional Autónoma de México
915. Universidad Tecnológica de Tabasco
916. Universidad Tecnológica del Usumacinta
917. Universidad Veracruzana
918. Veritas Medios Global, A.C.
919. Victoria Hernández Cruz
920. Victoria Radio Publicidad, S.A. de C.V.
921. Voler, S.A. de C.V.
922. Voz Amiga de la Cuenca del Papaloapan, S.A. de C.V.
923. Voz del Sur, S.A.
924. Voz e Imagen de Tlaxcala, S.A. de C.V.
925. Voz Flor y Canto, A.C.
926. W3 Comm Concesionaria, S.A. de C.V.
927. X.E.P.O.P., S.A. de C.V.
928. X.E.T.J., S.A.

929. X.H.N.O.E. FM, S.A. de C.V.  
930. XEAD-AM, S.A. de C.V.  
931. XEAD-FM, S.A. de C.V.  
932. XEAG, S.A.  
933. XEAM de Matamoros, S.A. de C.V.  
934. XEAP, S.A.  
935. XEAV, S.A. de C.V.  
936. XEAX Radio Actualidades, S.A.  
937. XEBY, S.A. de C.V.  
938. XEBZ La Voz de Meoqui, S.A. de C.V.  
939. XECCQ-AM, S.A. de C.V.  
940. XECF Radio Impactos 14-10, S.A.  
941. XECHG-AM, S.A. de C.V.  
942. XECI, S.A.  
943. XECL-AM, S.A.  
944. XECOV-AM, S.A. de C.V.  
945. XECPN-AM, S.A. de C.V.  
946. XECSI-AM, S.A. de C.V.  
947. X-E-D, S.A.  
948. XEDB, Radio, S.A. de C.V.  
949. XEDKR-AM, S.A. de C.V.  
950. XEDKT-AM, S.A. de C.V.  
951. XEDRD-AM, S.A. de C.V.  
952. XEEI-AM, S.A. de C.V.  
953. XEEST, S.A. de C.V.  
954. XEFAJ, S.A. de C.V.  
955. XEFM, S.A.  
956. XEFN, S.A.  
957. XEGTO, S.A.  
958. XEGUZ, S.A. de C.V.  
959. XEGYS, S.A. de C.V.  
960. XEHES-AM, S.A. de C.V.  
961. X-E-H-G, S.A.  
962. XEHM, S.A.  
963. XEHN, S.A.  
964. XEHO de Obregón, S.A. de C.V.  
965. XEHPC-AM, S.A. de C.V.  
966. XEHX, S.A. de C.V.  
967. XEIB-AM, S.A. de C.V.  
968. XEIK, S.A. de C.V.  
969. XEIP-AM, S.A. de C.V.  
970. XEIRG AM, S.A. de C.V.  
971. XEIX, S.A.  
972. XEJA, S.A.  
973. XEJP-FM, S.A. de C.V.  
974. XEKL, S.A.  
975. XEKOK Medio Radial del Pacífico, S.A. de C.V.  
976. XELCM-AM, S.A. de C.V.  
977. XELD Radio Atlán, S.A. de C.V.  
978. XELE del Golfo, S.A. de C.V.  
979. XELP-AM, S.A. de C.V.  
980. XEMAB-AM, S.A. de C.V.  
981. XEMAC-AM, S.A. de C.V.  
982. XEMCA del Golfo, S.A. de C.V.  
983. XEMG Radio, S.A. de C.V.  
984. XEML, S.A.

985. XEMT de Matamoros, S.A. de C.V.  
986. XENAS-AM, S.A. de C.V.  
987. XENAY AM, S.A. de C.V.  
988. XENQ Radio Tulancingo, S.A. de C.V.  
989. XEOB Promotora de Radio, S.A. de C.V.  
990. XEOBS-AM, S.A. de C.V.  
991. XEOO-AM, S.A. de C.V.  
992. XEORF, S.A. de C.V.  
993. XEOV, S.A.  
994. XEPAV-AM, S.A. de C.V.  
995. XEPIC-AM, S.A. de C.V.  
996. XEPNA-AM, S.A. de C.V.  
997. XEPVJ-AM, S.A. de C.V.  
998. XEQAA-AM, S.A. de C.V.  
999. XEQR, S.A. de C.V.  
1000. XEQR-FM, S.A. de C.V.  
1001. XEQT, S.A.  
1002. XERC, S.A. de C.V.  
1003. XERC-FM, S.A. de C.V.  
1004. XERIO-AM, S.A. de C.V.  
1005. XERL, Sucesores de J. Roberto Levy, S.A. de C.V.  
1006. XERTP, S.A. de C.V.  
1007. XESAC-AM, S.A. de C.V.  
1008. XESAG-AM, S.A. de C.V.  
1009. XESHT-AM, S.A. de C.V.  
1010. XESO-AM, S.A. de C.V.  
1011. XESU, S.A.  
1012. XETAM-AM, S.A. de C.V.  
1013. XETBV-AM, S.A. de C.V.  
1014. XETCP-AM, S.A. de C.V.  
1015. XETEY-AM, S.A. de C.V.  
1016. XETG, La Grande del Sureste, S.A. de C.V.  
1017. XETIA-AM, S.A. de C.V.  
1018. XETIA-FM, S.A. de C.V.  
1019. XETY-AM, S.A. de C.V.  
1020. XEUF, S.A.  
1021. XEUI Radio Comitán, S.A. de C.V.  
1022. XEURM-AM, S.A. de C.V.  
1023. XEVC, S.A.  
1024. XEVP-AM, S.A. de C.V.  
1025. XEWE Radio Irapuato, S.A. de C.V.  
1026. XEWF, S.A.  
1027. XEWJ Radio Popular, S.A. de C.V.  
1028. XEWX-AM, S.A. de C.V.  
1029. XEXL, S.A. de C.V.  
1030. XEZAZ-AM, S.A. de C.V.  
1031. XEZF-AM, S.A.  
1032. XEZJ-AM S.A. de C.V.  
1033. XEZX, Voz del Usumacinta, S.A. de C.V.  
1034. XEZZ, S.A. de C.V.  
1035. XHCU-FM, S.A. de C.V.  
1036. XHECO-FM, S.A. de C.V.  
1037. XHHTS-FM Radio, S.A. de C.V.  
1038. XHIM-FM, S.A. de C.V.  
1039. XHIN-FM, S.A. de C.V.  
1040. XHLPS, S.A. de C.V.



1041. XHMAI-FM, S.A. de C.V.  
1042. XHMF-FM, S.A. de C.V.  
1043. XHML-FM, S.A. de C.V.  
1044. XHMQ, S.A. de C.V.  
1045. XHMY-FM, S.A. de C.V.  
1046. XHMY-FM, S.A. de C.V.  
1047. XHMY-FM, S.A. de C.V.  
1048. XHNA-FM, S.A. de C.V.  
1049. XHNF, S.A. de C.V.  
1050. XHMK, S.A.  
1051. XHNU-FM, S.A.  
1052. XHNZ-FM, S.A. de C.V.  
1053. XHOH-FM, S.A. de C.V.  
1054. XHOJ-FM, S.A. de C.V.  
1055. XHONG-FM, S.A. de C.V.  
1056. XHOO-FM, S.A. de C.V.  
1057. XHPG-FM, S.A. de C.V.  
1058. XHPO-FM, S.A. de C.V.  
1059. XHPP-FM, S.A. de C.V.  
1060. XHPSP-FM, S.A. de C.V.  
1061. XHPY-FM, S.A. de C.V.

1062. XHPZ FM 96.7, S.A. de C.V.  
1063. XHQJ-FM, S.A. de C.V.  
1064. XHRC-FM, S.A. de C.V.  
1065. XHRQ-FM, S.A. de C.V.  
1066. XHRT-FM, S.A. de C.V.  
1067. XHRW-FM Tampico, S.A. de C.V.  
1068. XHRX-FM, S.A. de C.V.  
1069. XHRZ-FM, S.A. de C.V.  
1070. XHSM-FM, S.A. de C.V.  
1071. XHSN, S.A. de C.V.  
1072. XHSS-FM, S.A. de C.V.  
1073. XHSW-FM, S.A. de C.V.  
1074. XHTA, S.A. de C.V.  
1075. XHTGZ-FM Radio, S.A. de C.V.  
1076. XHTOM-FM, S.A. de C.V.  
1077. XHTOR Radio Torreón  
1078. XHTU-FM, S.A. de C.V.  
1079. XHTZ-FM, S.A.  
1080. XHUA-FM, S.A. de C.V.  
1081. Yolanda González Meza Sánchez

Ahora bien, a las organizaciones que se enlistan a continuación, les fue notificado el cuestionario correspondiente, mismas que se distinguen por agrupar a múltiples concesionarios y permisionarios. En seguida, se relaciona a los profesionales de la comunicación a quienes les fue realizada la consulta:

➤ **ORGANIZACIONES QUE LOS AGRUPAN**

1. Asociación de Radiodifusoras del Valle de México (ARVM)
2. Asociación Mundial de Radio Comunitarias México (AMARC)
3. Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT)
4. Cámara Nacional de la Industria de Telecomunicaciones por Cable (CANITEC)
5. Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas
6. Radio Independiente
7. Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México A.C (Red México)
8. Sistema Nacional de Productoras y Radiodifusoras de Instituciones de Educación Superior (SINPRIES-ANUIES)

➤ **PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN**

1. Agustín Ramírez Ramírez – Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI)
2. Aleida Calleja Gutiérrez – Observatorio Latinoamericano de Regulación, Medios y Convergencia (Observacom)

3. Balbina Flores Martínez – Reporteros sin Fronteras
4. Beatriz Solís Leree – Defensora del Radioescucha, Radio Educación
5. Carlos Lara Suman – Mediadora, IMER
6. Darío Ramírez Salazar – Artículo 19
7. Felipe Neri López Veneroni – Defensor de la Audiencia, Canal Once
8. Fernando Castañeda Sabido – UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
9. Francisco Prieto Echaso – Defensor del Televidente, Canal 22
10. Gabriel Sosa Plata – Defensor de la Audiencia, Noticias MVS
11. Gerardo Soria Gutiérrez – Instituto del derecho de las Telecomunicaciones (IDET)
12. Guillermo Joaquín Jiménez M. – UAM, Xochimilco
13. Gustavo Riojas Bravo – UAM, Cuajimalpa
14. Hilda Patricia Ramírez Vázquez – UIC Universidad Intercontinental
15. Irene Levy Mustri – Observatorio de las Telecomunicaciones (OBSERVATEL)
16. Jorge Alberto Hidalgo Toledo – Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación A.C.
17. Leticia Santos Campa – UIA Universidad Iberoamericana Ciudad de México
18. María Elena Meneses – Asociación Mexicana de Investigadores Comunicadores A.C. (AMIC)
19. Observatorio Ciudadano por la Equidad de Género en los Medios de Comunicación
20. Omar Rábago Vital – Centro Nacional de la Comunicación Social A.C. (CENCOS)
21. Omar Raúl Martínez Sánchez – Revista Mexicana de Comunicación, Fundación Manuel Buendía AC.
22. Patricio Flores Sandoval – SITATYR (Sindicato Industrial de Trabajadores y Artistas de TV y Radio, Similares y Conexos de la República Mexicana)
23. Ricardo Acedo Samaniego – STIRT (Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radio y la Televisión)

## IV. Sistematización de las respuestas.

Dada la complejidad y volumen de las respuestas se esperaban recibir, por parte de los concesionarios de radio y televisión, de las organizaciones que los agrupan, y de los profesionales de la comunicación consultados, la Junta General Ejecutiva estableció la conveniencia de sistematizar y procesar la información a través de una serie de etapas que permitan obtener con detalle y precisión las opiniones ahí vertidas.

Las etapas necesarias para procesar el gran cúmulo de información que se esperaba recibir, derivado de las consultas, son las siguientes:

NO.	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Recepción de oficios de respuesta	Consiste en concentrar la totalidad de las respuestas recibidas por la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, Secretaría Ejecutiva o recibidas a través de correo electrónico, para así reunir la totalidad de los oficios. Los cuales deberán estar ordenados, por estado, siglas, frecuencia o canal del concesionario; o nombre del profesional de la comunicación.
2	Propuesta de cuestionario para sistematizar	<u>Se diseñará un cuestionario con el mayor número de preguntas cerradas definiendo las posibles respuestas para conformar un catálogo de opciones que permita facilitar la sistematización y la explotación de la información. En aquellas preguntas en que no sea posible sistematizar, se citará textualmente la respuesta.</u>
3	Solicitud a UNICOM para que dé capacitación y uso del "Sistema de Cuestionarios"	Se realizará una solicitud a la UNICOM, para proporcionar el acceso a la persona que será responsable de configurar y dar de alta el cuestionario en el "Sistema de Cuestionarios". La persona asignada a esta actividad será la responsable del manejo del cuestionario en el sistema.
4	Configurar el cuestionario en el Sistema	Con base en el diseño del cuestionario descrito en el punto 2, se dará de alta el cuestionario sistematizado y precisará la información que se solicita: datos generales, preguntas, registro de periodos, publicación, etcétera.



NO.	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
5	<b>Captura de la información</b>	Se capturará en el "Sistema de Cuestionarios" registrado la información de las respuestas concentrada en el punto 1; lo cual se llevará a cabo con personal de las juntas distritales y locales.
6	<b>1era revisión de la información capturada</b>	Se revisará en el sistema la información registrada en el punto 5, con la finalidad de homogeneizar criterios, y definir el lenguaje jurídico y técnico adecuado. Esta revisión se hará con el archivo Excel que se exporte del Sistema de Cuestionarios.
7	<b>Corrección de información en el Sistema</b>	Una vez revisada la información, se procederá a corregir aquellas respuestas que producto de la revisión inicial, puedan ser mejoradas, o bien, se le haya dado otra interpretación.
8	<b>2da revisión de la información y validación de la información en el Sistema de Cuestionarios</b>	Una vez corregidas las respuestas, se procederá a la 2da y última revisión, la cual se hará con el archivo Excel que se exporte del Sistema de Cuestionarios.
9	<b>Procesamiento de la información</b>	Una vez validada la información capturada, se procederá a la explotación de la misma, a través de las herramientas que ofrece el "Sistema de Cuestionarios" para generar el informe que debe presentarse a la Junta General Ejecutiva y al Comité de Radio y Televisión.
10	<b>Entrega de informe a la Secretaría Ejecutiva</b>	Se presentará el Informe Ejecutivo, que dé cuenta de la consulta realizada, la cual refleje una interpretación legal y técnica de las respuestas recibidas.

Con la finalidad de dar paso a los análisis estadísticos, se precisa contar con una noción general del total de participación en la consulta así como de la naturaleza de los participantes, con lo que es posible formar una idea respecto de la importancia de los resultados estadísticos que se presentan más adelante.

Dicho lo anterior, se presenta el número total de participación de los integrantes de la industria de la radio y la televisión, divididos conforme a la naturaleza del participante, es decir si se trata de permisionarios o concesionarios.

Sobre el particular cabe mencionar que los permisionarios fueron agrupados por emisoras que pertenecen a Gobierno, Sistemas Estatales, Universidades y el resto de permisionarios en el país. Por otro lado, en cuanto a los concesionarios, las emisoras pertenecientes a Grupo Televisa y Televisión Azteca S.A. de C.V. fueron desagregadas, en virtud de la importancia que revisten y por último se agrupó al resto de concesionarios.

### TOTAL DE EMISORAS CUESTIONADAS Y RESPUESTAS

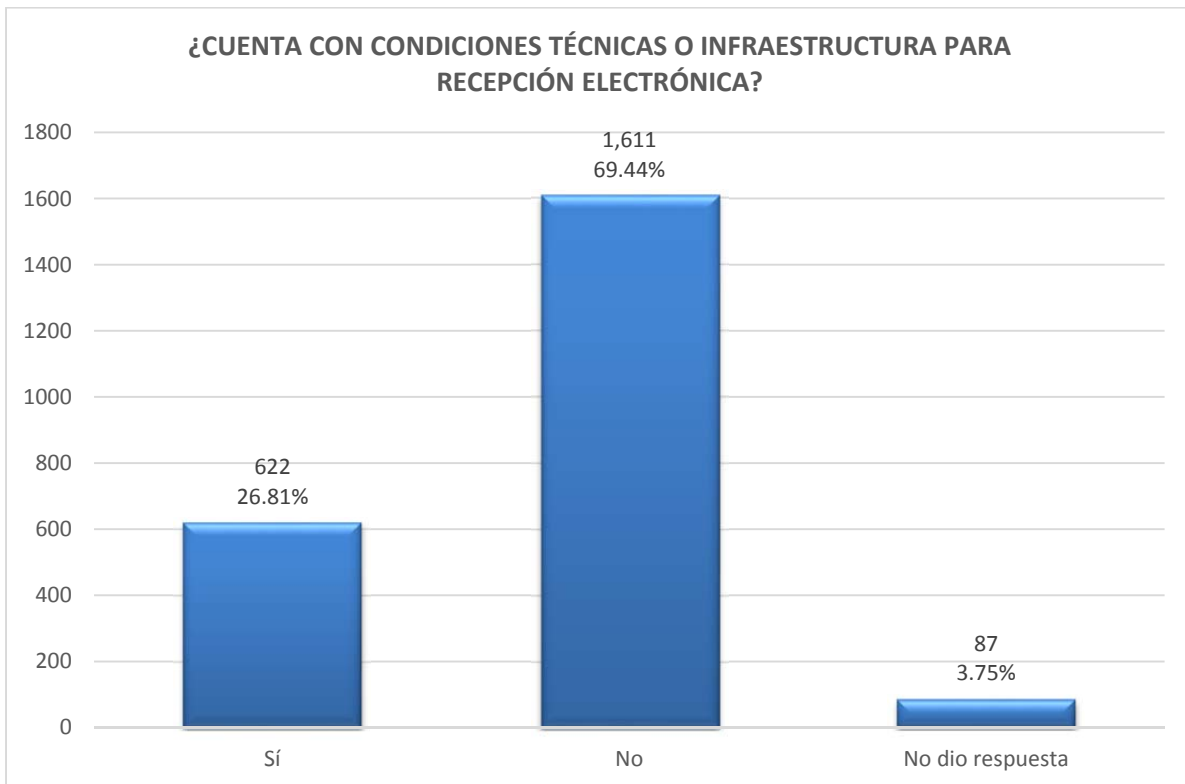
Tipo de Emisoras	Número de Emisoras cuestionadas	Número de Emisoras que SÍ respondieron	Número de Emisoras que NO respondieron
Permisionarios (Gobierno, Sistemas Estatales, Universidades y otros)	748	513	235
Grupo Televisa	312	312	0
Televisión Azteca S.A. de C.V.	353	353	0
Concesionarias restantes	1,781	1,142	639
<b>TOTAL</b>	<b>3,194<sup>3</sup></b>	<b>2,320</b>	<b>874</b>

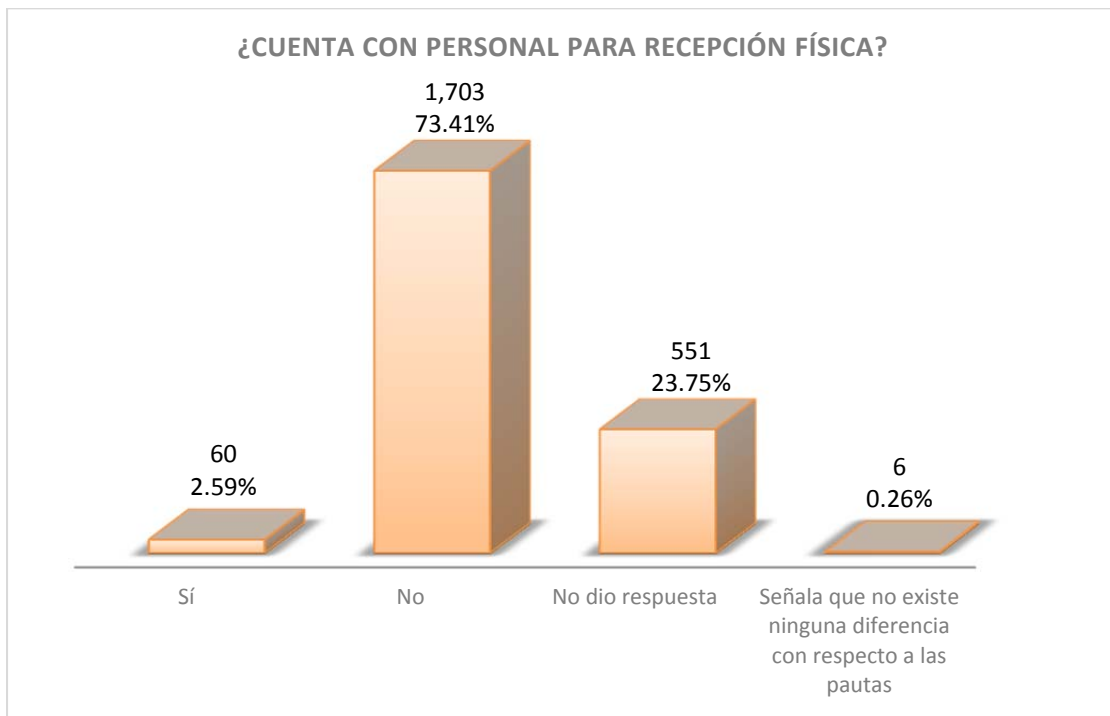
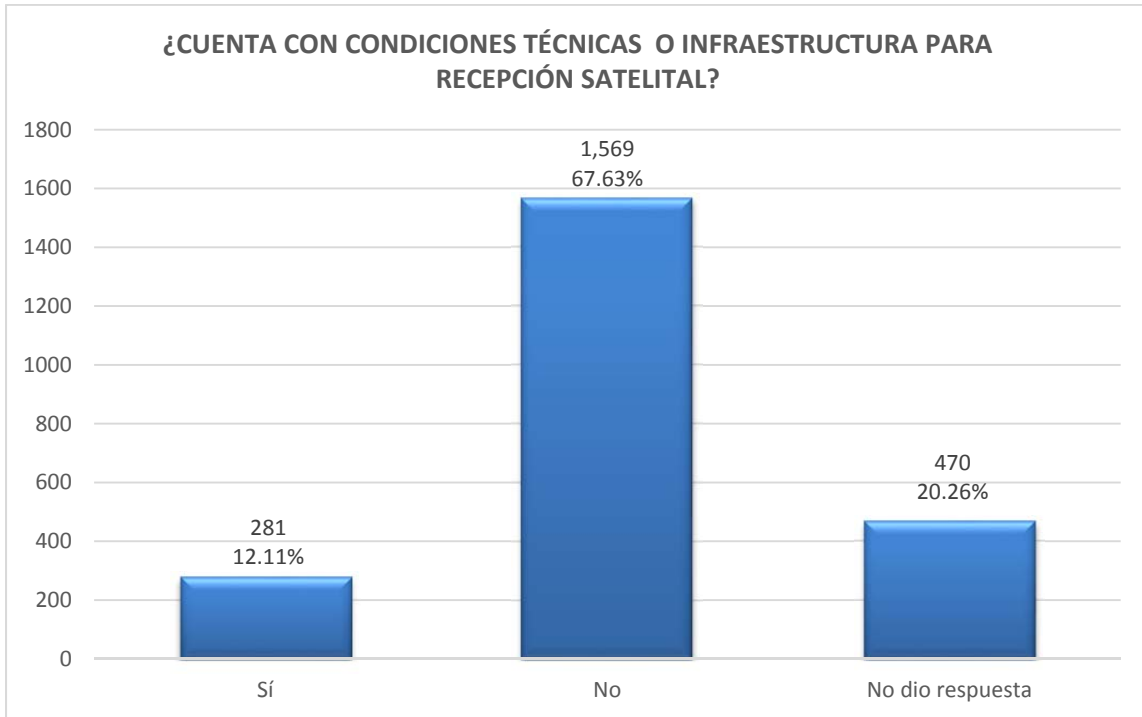
Hecho lo anterior, a continuación se presenta el análisis de las respuestas emitidas. En el inciso A) las que resultan de concesionarios y permisionarios; y en el inciso B) las respuestas recibidas por parte de las organizaciones y profesionales de la comunicación, con base en gráficos que representan los resultados y a manera de resumen la síntesis que deberá ser considerada en la elaboración al reglamento.

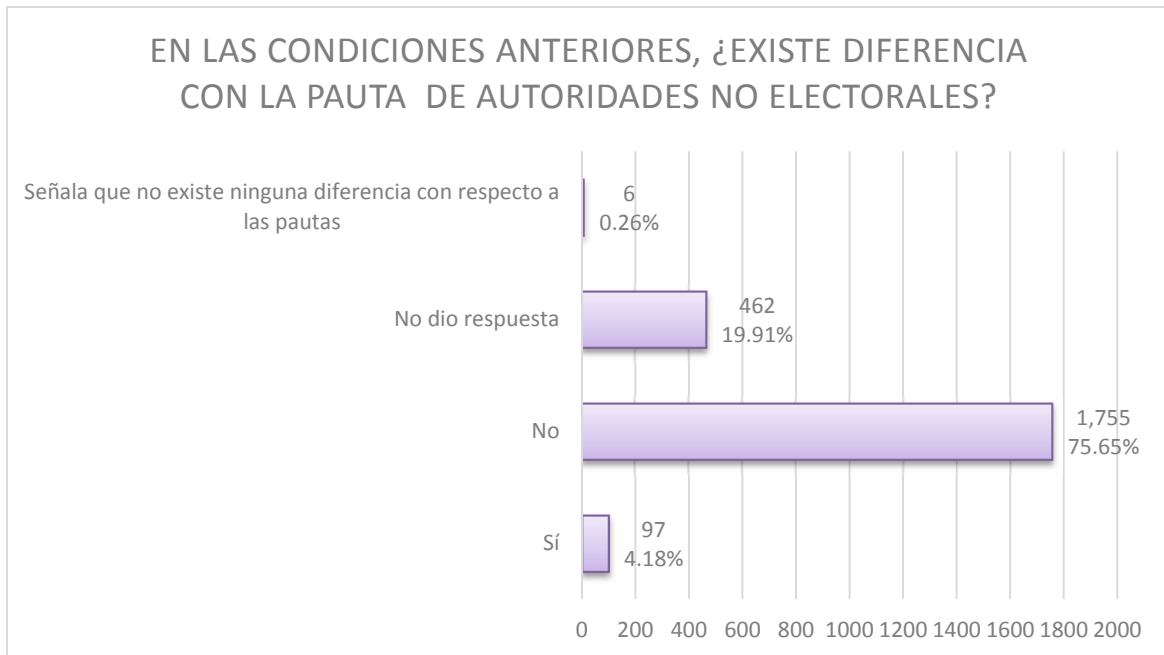
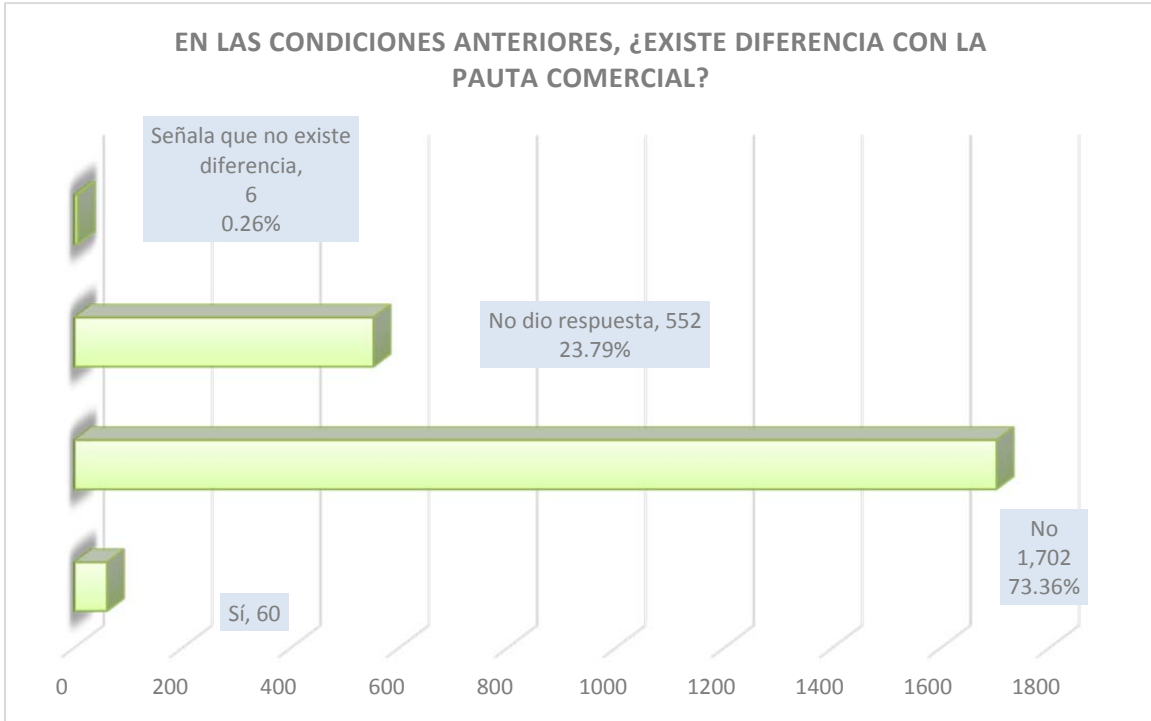
<sup>3</sup> De esta 3,194 emisoras, se debe señalar 500 corresponden a señales que están en migraciones de AM a FM, y 326 corresponden a señales en prueba de Televisión Digital Terrestre (TDT). Además, conforme al Acuerdo del Consejo General identificado con la clave INE/CG40/2014 de fecha 30 de mayo de 2014, 116 emisoras concluyeron su proceso de migración.

## A) Los concesionarios y permisionarios de la radio y televisión.

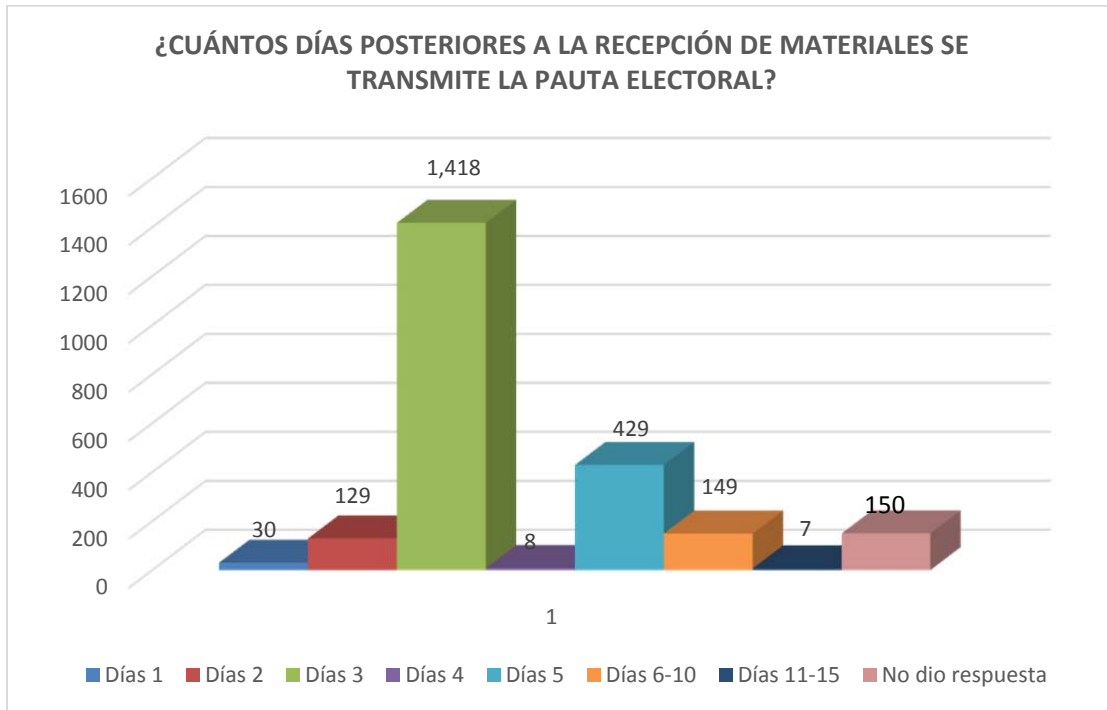
- 1) ¿Cuáles son las condiciones técnicas o de infraestructura de la concesionaria a su cargo para la recepción electrónica, personal y/o satelital de órdenes de transmisión y de materiales para la pauta electoral? Indicando si se diferencian de otras pautas de distinta naturaleza (pauta comercial o de autoridades no electorales).



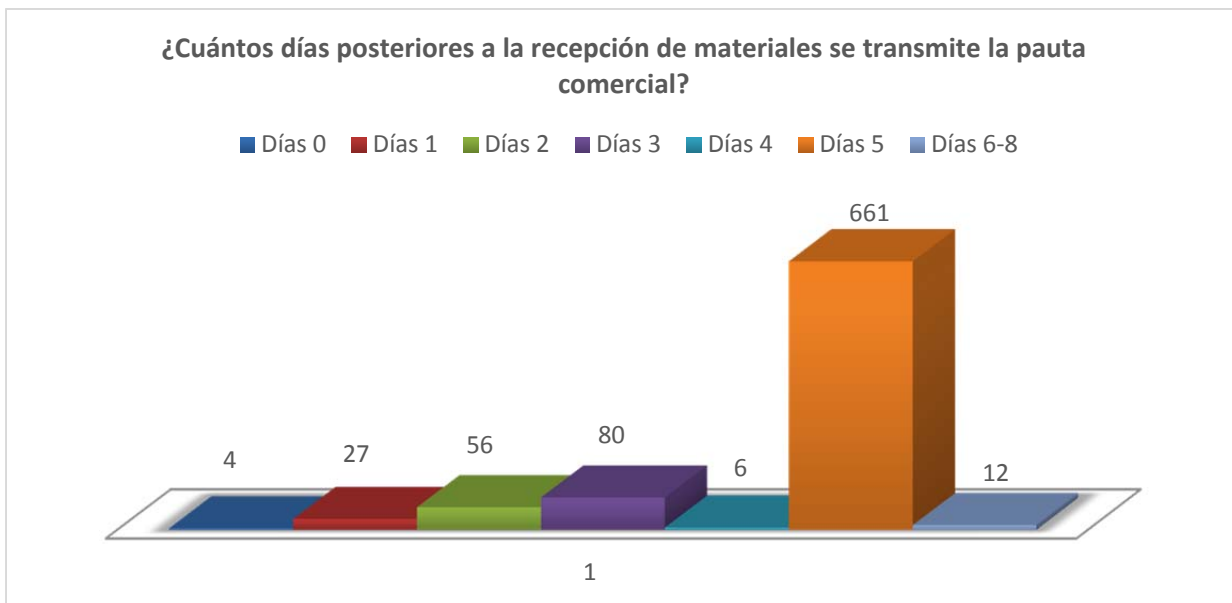




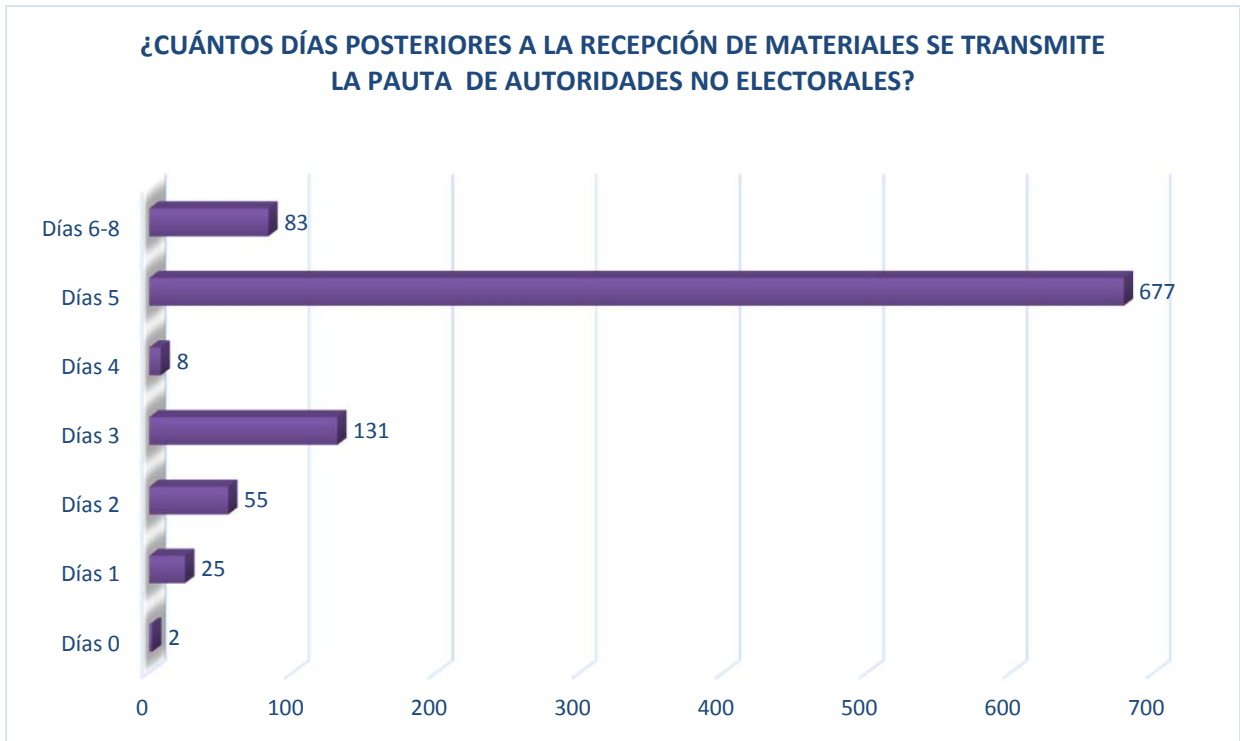
2) En la concesionaria a su cargo, ¿cuáles son los plazos en días y procedimientos entre la recepción de materiales y su transmisión para la pauta electoral?, indicando si se diferencian de otras pautas de distinta naturaleza (pauta comercial o de autoridades no electorales).



Opciones	Respuestas	Porcentaje
Días 1	30	1.29%
Días 2	129	5.56%
Días 3	1,418	61.12%
Días 4	8	0.34%
Días 5	429	18.49%
Días 6-10	149	6.42%
Días 11-15	7	0.30%
No dió respuesta	150	6.47%
<b>Total</b>	<b>2,320</b>	<b>100.00%</b>

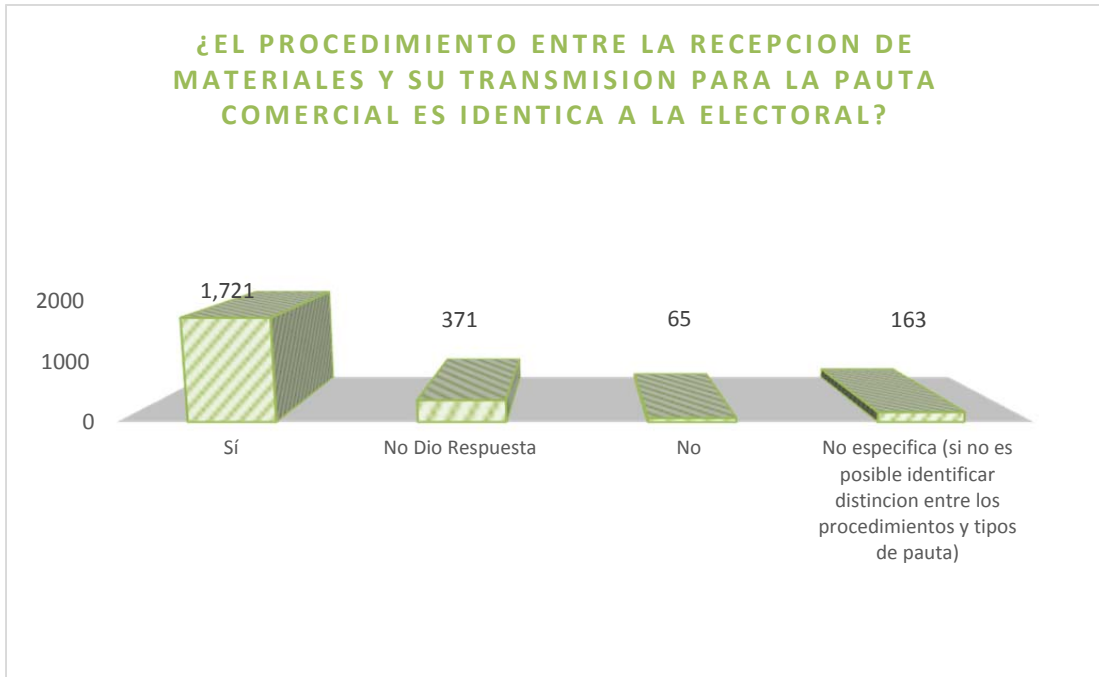


Opciones	Respuestas	Porcentaje
Días 0	4	0.17%
Días 1	27	1.16%
Días 2	56	2.41%
Días 3	80	3.45%
Días 4	6	0.26%
Días 5	661	28.49%
Días 6-8	12	0.52%
No dió respuesta	1,474	63.53%
<b>Total</b>	<b>2,320</b>	<b>100.00%</b>

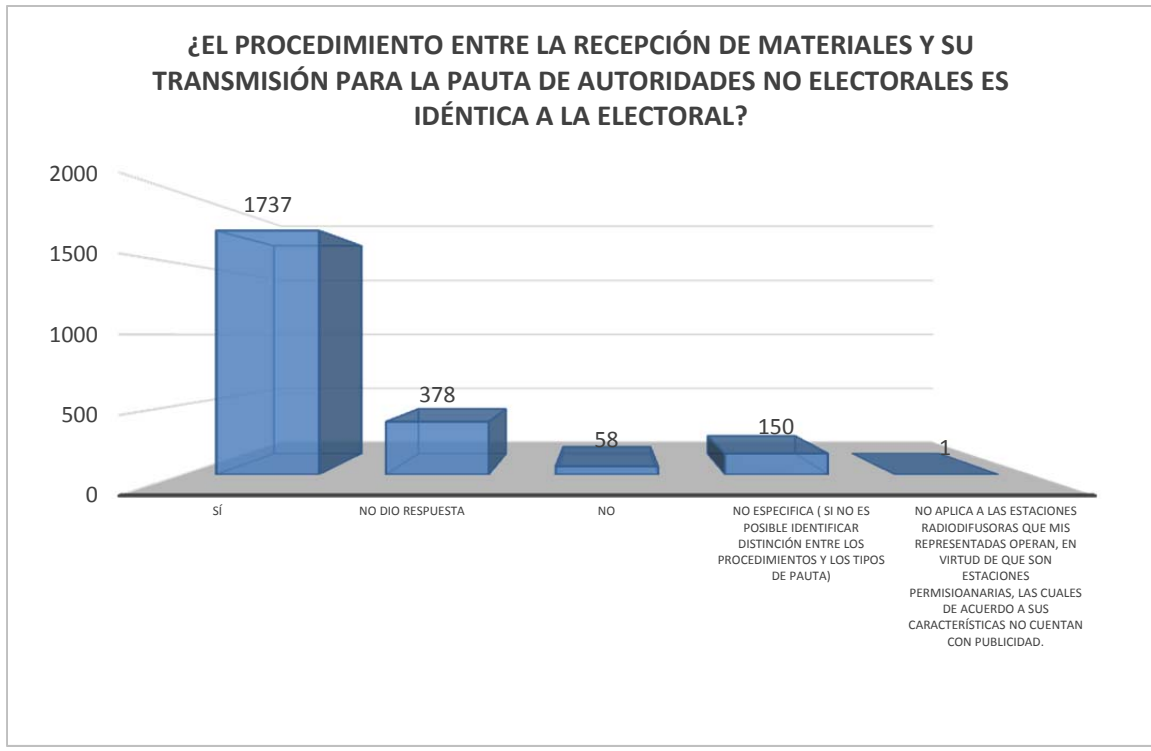


Opciones	Respuestas	Porcentaje
Días 0	2	0.09%
Días 1	25	1.08%
Días 2	55	2.37%
Días 3	131	5.65%
Días 4	8	0.34%
Días 5	677	29.18%
Días 6-8	83	3.58%
No dió respuesta	1,339	57.72%
<b>Total</b>	<b>2,320</b>	<b>100.00%</b>



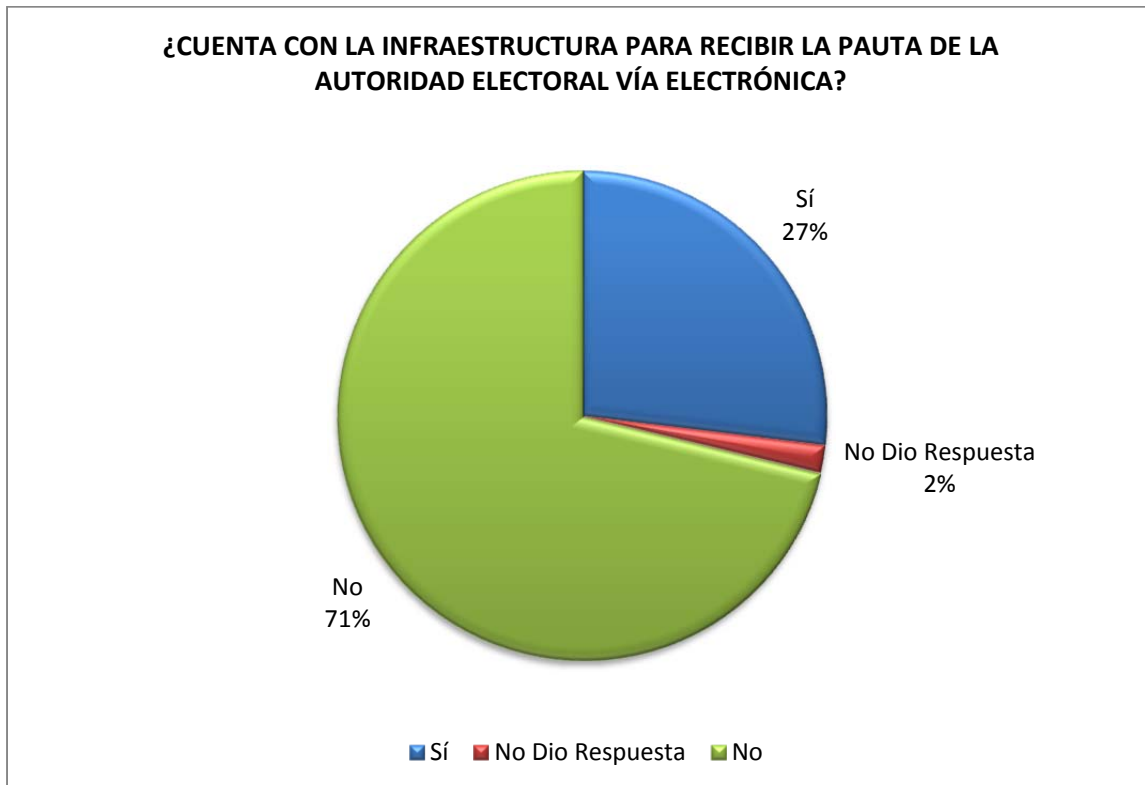


Opciones	Respuestas	Porcentaje
Sí	1,721	74.18%
No dió respuesta	371	15.99%
No	65	2.80%
No especifica (sí no es posible identificar distinción entre los procedimientos y tipos de pauta)	163	7.03%
<b>Total</b>	<b>2,320</b>	<b>100.00%</b>



Opciones	Respuestas	Porcentaje
Sí	1,733	74.70%
No dio respuesta	378	16.29%
No	58	2.50%
No especifica (sino es posible identificar distinción entre los procedimientos y tipos de pauta)	150	6.47%
No aplica a las estaciones radiodifusoras que mis representadas operan, en virtud de que son estaciones permisionarias, las cuales de acuerdo a sus características no cuentan con publicidad	1	0.04%
<b>Total</b>	<b>2,320</b>	<b>100.00%</b>

3) Para que la concesionaria a su cargo modifique el mecanismo de recepción de materiales que le notifique a la autoridad electoral a una vía electrónica (internet y correo electrónico) o satelital ¿Con qué infraestructura cuenta o qué elementos técnicos requerirá?

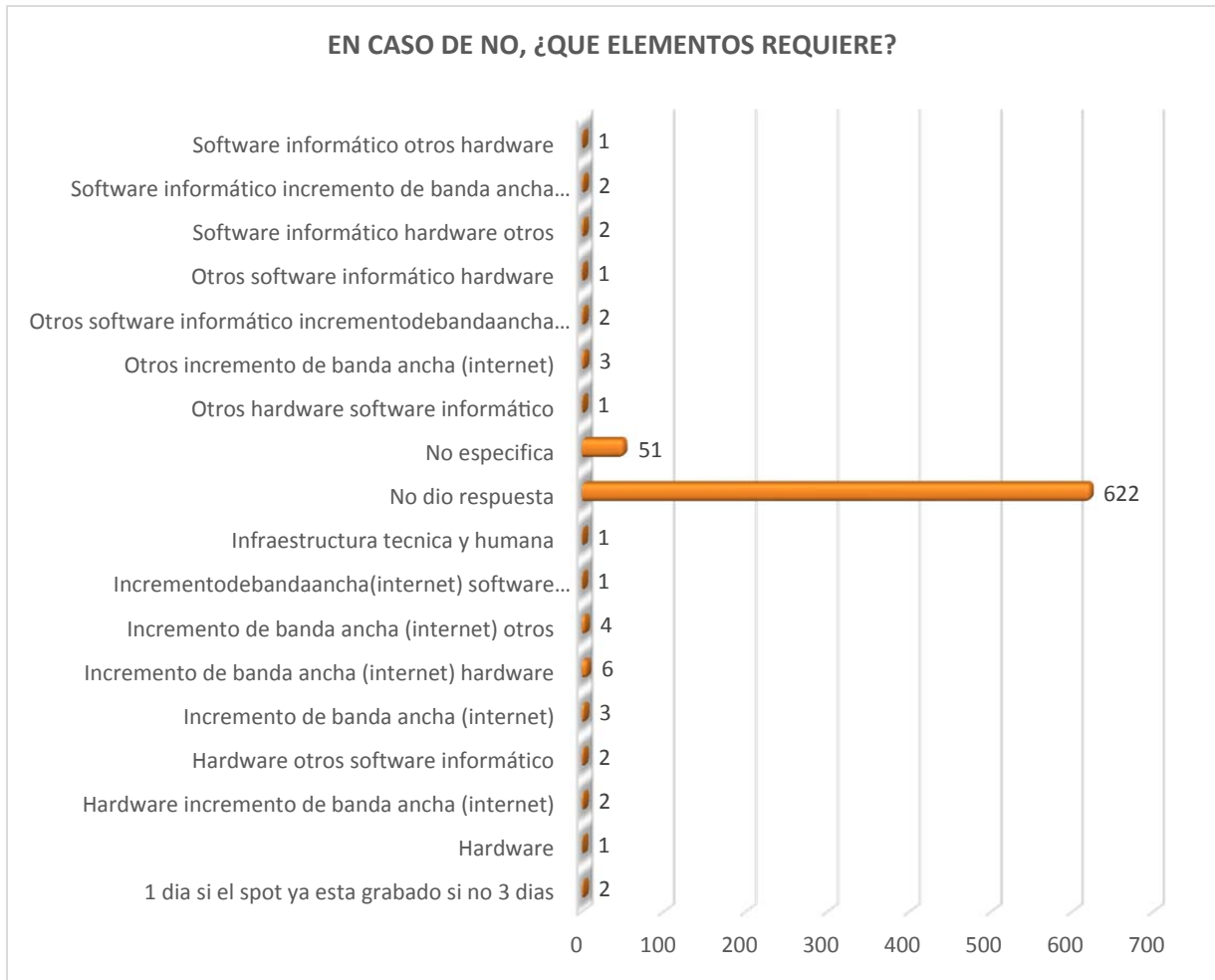


Opciones	Respuestas	Porcentaje
Sí	624	26.90%
No dió respuesta	45	1.94%
No	1,651	71.16%
<b>Total</b>	<b>2,320</b>	<b>100.00%</b>



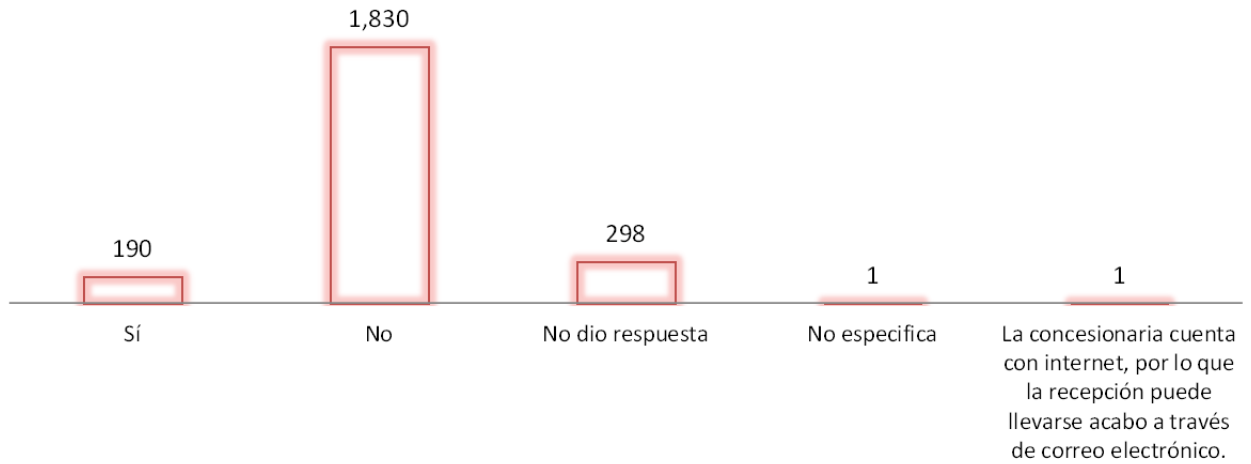
Opciones	Respuestas	Porcentaje
No Dio Respuesta	1,698	73.19%
Internet	383	16.51%
Otros	44	1.90%
Hardware Otros	5	0.22%
Internet Otros	50	2.16%
Hardware	30	1.29%
Internet Sistema De Alojamiento De La Información	28	1.21%
Hardware Internet	11	0.47%
Otros Internet Hardware Sistema De Alojamiento De La Información	1	0.04%
No Especifica	19	0.82%
Internet Otros Hardware	2	0.09%
Otros Internet	21	0.91%

Internet Hardware	12	0.52%
Servicio De Internet Y Servicio Ddimin Completo	1	0.04%
Internet no especifica	1	0.04%
Otros No Especifica	2	0.09%
Otros Internet Hardware	1	0.04%
En Relación Con La Infraestructura Electrónica, No Resulta Práctica	1	0.04%
Internet Hardware Otros	3	0.13%
Correo Electrónico	2	0.09%
Otros Hardware	3	0.13%
Otros Hardware Internet	2	0.09%
<b>Total</b>	<b>2,320</b>	<b>100.00%</b>

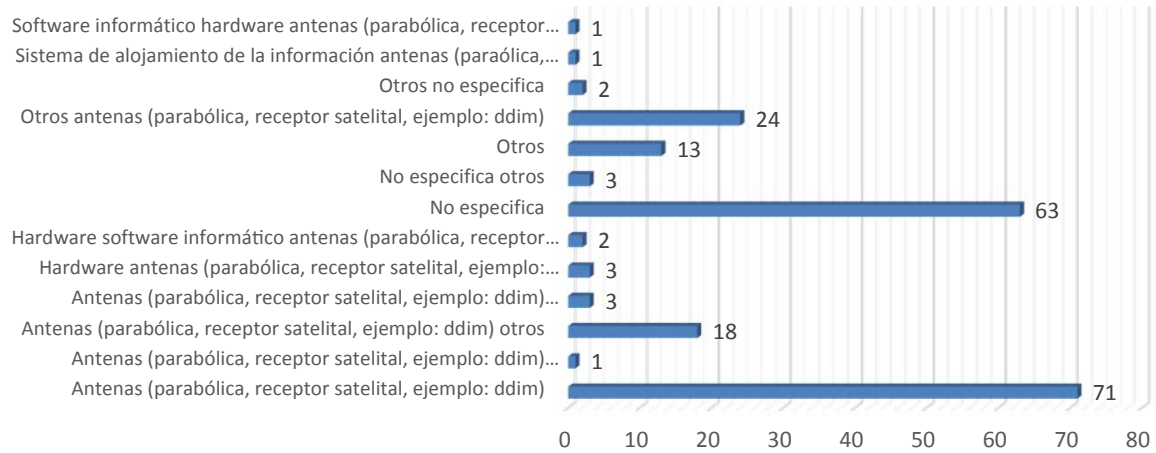


Opciones	Respuestas	Porcentaje
Otros	1,613	69.53%
1 dia si el spot ya está grabado si no 3 días	2	0.09%
Hardware	1	0.04%
Hardware incremento de banda ancha (internet)	2	0.09%
Hardware otros software informático	2	0.09%
Incremento de banda ancha (internet)	3	0.13%
Incremento de banda ancha (internet) hardware	6	0.26%
Incremento de banda ancha (internet) otros	4	0.17%
Incremento de banda ancha (internet) software informático otros	1	0.04%
Infraestructura técnica y humana	1	0.04%
No dio respuesta	622	26.81%
No especifica	51	2.20%
Otros hardware software informático	1	0.04%
Otros incremento de banda ancha (internet)	3	0.13%
Otros software informático incremento de banda ancha (internet)	2	0.09%
Otros software informático hardware	1	0.04%
Software informático hardware otros	2	0.09%
Software informático incremento de banda ancha (internet) otros	2	0.09%
Software informático otros hardware	1	0.04%
<b>Total</b>	<b>2,320</b>	<b>100.00%</b>

**¿CUENTA CON LA INFRAESTRUCTURA PARA RECIBIR LA PAUTA DE LA AUTORIDAD ELECTORAL VÍA SATELITAL?**



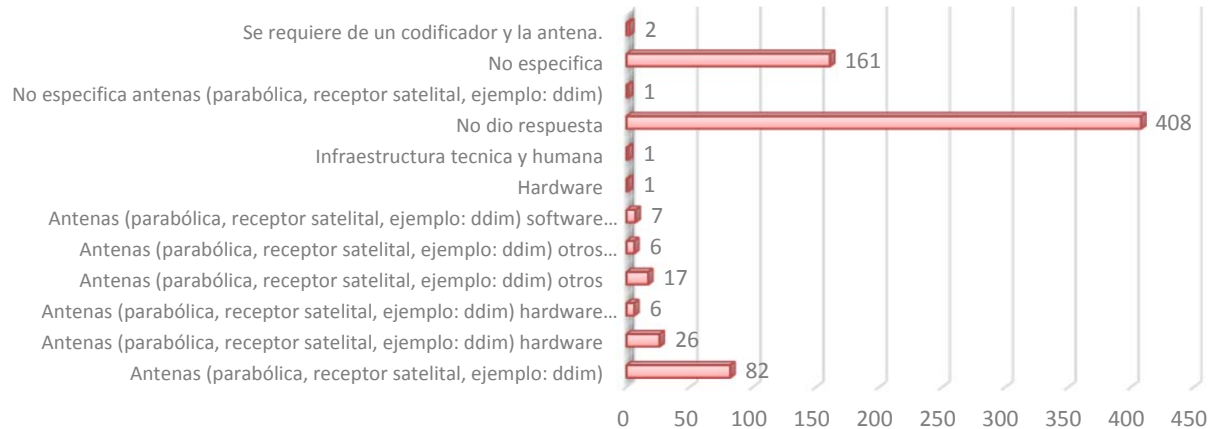
Opciones	Respuestas	Porcentaje
Sí	190	8.19%
No	1,830	78.88%
No dio respuesta	298	12.84%
No especifica	1	0.04%
La concesionaria cuenta con internet, por lo que la recepción puede llevarse a cabo a través de correo electrónico.	1	0.04%
<b>Total</b>	<b>2,320</b>	<b>100.00%</b>

**EN CASO DE SÍ, ¿CUÁL ES LA INFRAESTRUCTURA CON LA QUE CUENTA?**


Opciones	Respuestas	Porcentaje
No dio respuesta	2,115	91.16%
Antenas (parabólica, receptor satelital, ejemplo: ddim)	71	3.06%
Antenas (parabólica, receptor satelital, ejemplo: ddim) hardware software informá tico	1	0.04%
Antenas (parabólica, receptor satelital, ejemplo: ddim) otros	18	0.78%
Antenas (parabólica, receptor satelital, ejemplo: ddim) software informá tico hardware	3	0.13%
Hardware antenas (parabólica, receptor satelital, ejemplo: ddim) software informá tico	3	0.13%
Hardware software informá tico antenas (parabólica, receptor satelital, ejemplo: ddim)	2	0.09%
No especifica	63	2.72%
No especifica otros	3	0.13%
Otros	13	0.56%
Otros antenas (parabólica, receptor satelital, ejemplo: ddim)	24	1.03%
Otros no especifica	2	0.09%
Sistema de alojamiento de la información antenas (paraólica, receptor satelital, ejemplo: ddim) otros	1	0.04%
Software informático hardware antenas (parabólica, receptor satelital, ejemplo: ddim)	1	0.04%
<b>Total</b>	<b>2,320</b>	<b>8.84%</b>

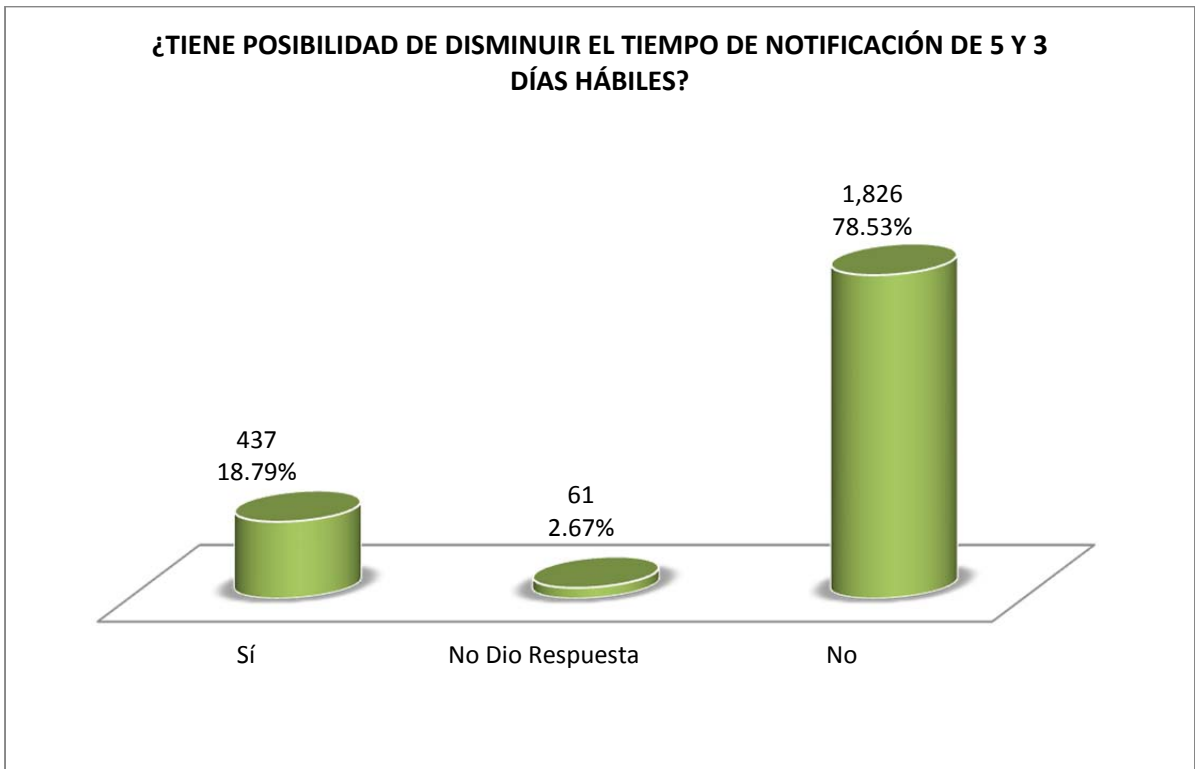


### EN CASO DE NO, ¿QUÉ ELEMENTOS REQUIERE?

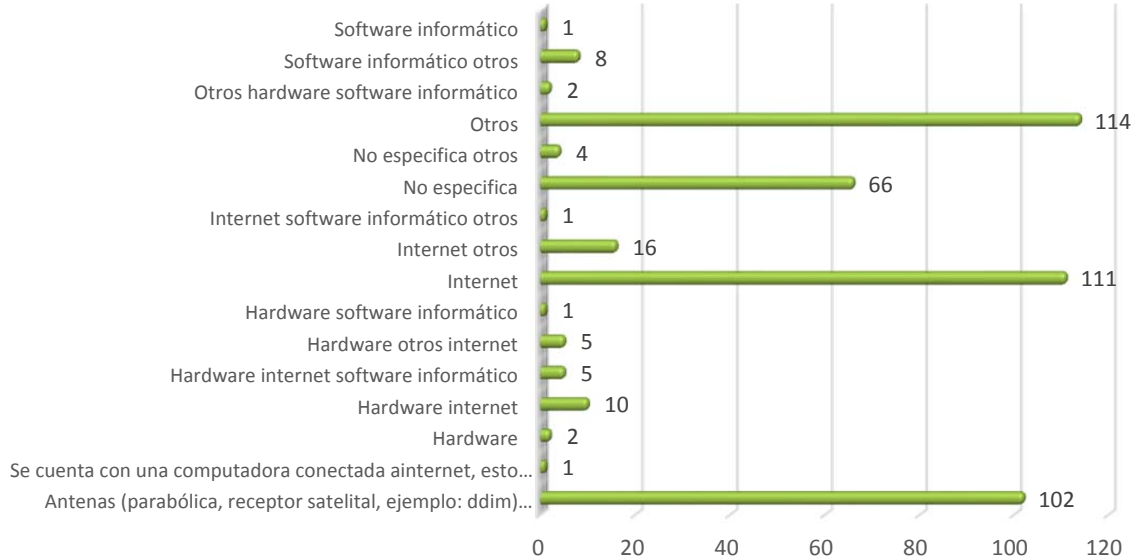


Opciones	Respuestas	Porcentaje
Otros	1,602	69.05%
Antenas (parabólica, receptor satelital, ejemplo: ddim)	82	3.53%
Antenas (parabólica, receptor satelital, ejemplo: ddim) hardware	26	1.12%
Antenas (parabólica, receptor satelital, ejemplo: ddim) hardware software informá tico	6	0.26%
Antenas (parabólica, receptor satelital, ejemplo: ddim) otros	17	0.73%
Antenas (parabólica, receptor satelital, ejemplo: ddim) otros software informático hardware	6	0.26%
Antenas (parabólica, receptor satelital, ejemplo: ddim) software informático otros	7	0.30%
Hardware	1	0.04%
Infraestructura tecnica y humana	1	0.04%
No dio respuesta	408	17.59%
No especifica antenas (parabólica, receptor satelital, ejemplo: ddim)	1	0.04%
No especifica	161	6.94%
Se requiere de un codificador y la antena.	2	0.09%
<b>Total</b>	<b>2,320</b>	<b>100.00%</b>

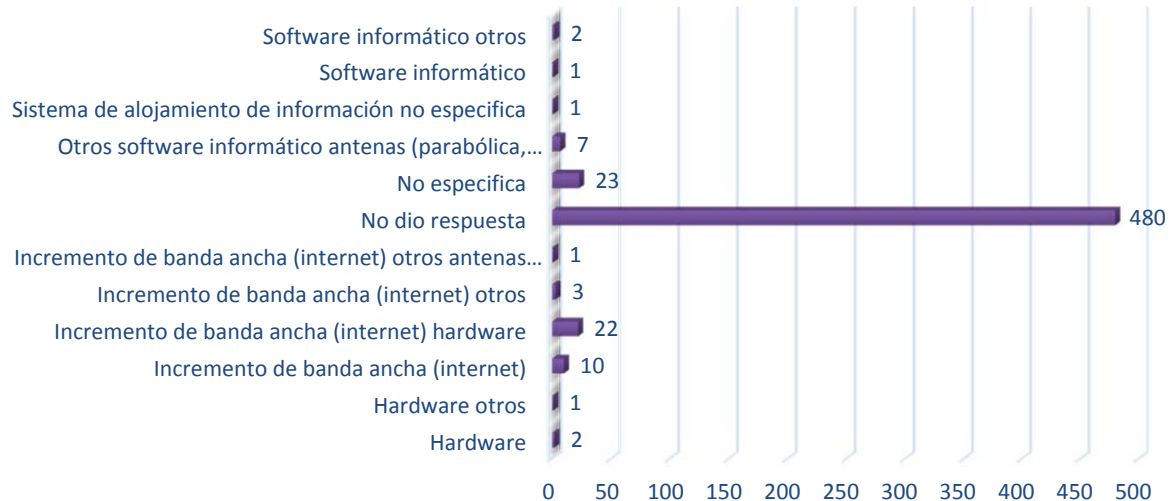
4) Para que la concesionaria a su cargo disminuya los plazos entre la recepción y la transmisión de materiales que le notifique la autoridad electoral a menos de 5 y 3 días hábiles respectivamente, ¿Con qué infraestructura cuenta o qué elementos técnicos requerirá?



**EN CASO DE SÍ, ¿CUÁL ES LA INFRAESTRUCTURA CON LA QUE CUENTA?**



Opciones	Respuestas	Porcentaje
Antenas (parabólica, receptor satelital, ejemplo: ddim) software informático hardware internet	102	4.40%
Se cuenta con una computadora conectada a internet, esto agilizará los tiempos actualmente establecidos	1	0.04%
Hardware	2	0.09%
Hardware internet	10	0.43%
Hardware internet software informático	5	0.22%
Hardware otros internet	5	0.22%
Hardware software informático	1	0.04%
Internet	111	4.78%
Internet otros	16	0.69%
Internet software informático otros	1	0.04%
No especifica	66	2.84%
No especifica otros	4	0.17%
Otros	114	4.91%
Otros hardware software informático	2	0.09%
Software informático otros	8	0.34%
Software informático	1	0.04%
No dio respuestas	1,871	80.65%
<b>Total</b>	<b>2,320</b>	<b>100.00%</b>

**EN CASO DE NO, ¿QUÉ ELEMENTOS REQUIERE?**


Opciones	Respuestas	Porcentaje
Hardware	2	0.09%
Hardware otros	1	0.04%
Incremento de banda ancha (internet)	10	0.43%
Incremento de banda ancha (internet) hardware	22	0.95%
Incremento de banda ancha (internet) otros	3	0.13%
Incremento de banda ancha (internet) otros antenas (parabólica, receptor satelital, ejemplo: ddim)	1	0.04%
No dio respuesta	480	20.69%
No especifica	23	0.99%
Otros software informático antenas (parabólica, receptor satelital, ejemplo: ddim) incremento de banda ancha (internet)	7	0.30%
Sistema de alojamiento de información no especifica	1	0.04%
Software informático	1	0.04%
Software informático otros	2	0.09%
Otros	1,767	76.16%
<b>Total</b>	<b>2,320</b>	<b>100.00%</b>

## Respuestas significativas

En el presente apartado se presentan fragmentos textuales de las respuestas de las dos empresas televisivas con mayor presencia en nuestro país, Televisa y TV Azteca. Esto por su importancia en los medios de comunicación, además que sus respuestas fueron más allá de la consulta planteada.

### **TELEVISA**

#### **1) Eficacia del modelo de comunicación política-electoral actual.**

El modelo de comunicación política-electoral implementado a partir de la reforma constitucional 2007-2008 y que sigue vigente con la reciente reforma de 2014, mediante el cual los medios de comunicación llevan a cabo la difusión de los promocionales y los mensajes de los partidos políticos y las autoridades electorales, particularmente en campañas electorales, ha sido motivo de una gran cantidad de acuerdos, determinaciones, reglamentación por parte de las autoridades administrativas, lo que pone de relieve la complejidad en su implementación y manejo, sin embargo, a la fecha, las medidas adoptadas por esa autoridad, a la luz de los criterios establecidos por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federal, han tenido como resultado un esquema de comunicación eficaz que tiene como resultado la difusión oportuna de los promocionales y mensajes de las autoridades y partidos políticos (con un nivel de cumplimientos de pautas arriba del 98%).

Para cumplir con ese objetivo, la autoridad electoral administrativa en su momento se dio a la tarea de llevar a cabo diversos estudios, dentro de los que destacaron las consultas a las partes interesadas, particularmente a los concesionarios y permisionarios, entre ellas mis representadas, lo que permitió corroborar que la disminución de plazos era viable hasta 3 y 5 días, dependiendo si se trata de periodo electoral u ordinario, siempre y cuando la notificación se hiciera de manera personal, es decir se llegó a la conclusión que era inviable la modificación a los mecanismos de entrega de materiales y órdenes de transmisión, al menos con la infraestructura y tecnología actual.

Así, después de haber recabado la información derivada de su experiencia en la administración de los tiempos del Estado durante diversos procesos electorales, tanto federales como locales, se ha podido comprobar que dicho modelo es el más viable, en ese sentido no se justifica la razón por la cual se hace necesario reducir nuevamente el plazo,

máxime que de los informes de las autoridades electorales sobre los procesos electorales federal y locales, la autoridad ha reconocido que su implementación es exitosa, además de reconocer el esfuerzo que han mostrado las concesionarias para alcanzar estos niveles de cumplimiento.

Bajo las anteriores consideraciones, se denota la inviabilidad de implementar la reducción alguna de plazos o bien la modificación de entrega de los materiales, es decir, se puede afirmar válidamente que el modificar el modelo de comunicación política que ha probado su eficacia, no sólo implica incertidumbre sino se podría catalogar de indeseable pues no garantiza de forma alguna el trabajo de la autoridad electoral y el buen desempeño de la industria.

Se estima que aunque los concesionarios modificaran su infraestructura y tecnología eso no garantiza la disminución de los plazos entre la recepción y la transmisión de los materiales, pues el proceso que ya se detalló no se modifica. Asimismo, el modificar el mecanismo de recepción de los materiales por vía electrónica o satelital que perfila la autoridad electoral tampoco darían certeza de una correcta notificación, pues a pesar de que se modifique la infraestructura de las concesionarias se sabe de las fallas frecuentes que tienen estas vías, lo que generaría otra consecuencia negativa.

Finalmente, se debe recordar que para la reforma del Reglamento de radio y televisión en materia electoral en 2011, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación sostuvo que se 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 (SUP-RAP146/2011).

En este contexto, si el modelo de comunicación es eficaz y exitoso se le debe dar continuidad y evitar que se tomen medidas que dificulten su operación y pongan en riesgo la certeza de los procesos electorales.

## **2) Falta de certeza de las notificaciones electrónicas y/o satelitales.**

El esquema de notificación electrónica y/o satelital que se perfila en la consulta presenta diversos inconvenientes técnicos derivados de que no hay certeza del envío y recepción de los materiales a notificar, el nombre de la persona a la cual se le realizó la notificación, ni en qué momento se genera el acuse, la hora en que se envió y en la que se recibió, ni cuál es el momento exacto a partir del cual éstas quedarían obligadas a hacer las transmisiones en los

términos ordenados, ni mucho menos saber la fecha cierta a partir de la cual podrían controvertir la recepción de los materiales.

Además, el hecho de que exista constancia de la recepción de la notificación no significa que se haya concretado con éxito, pues en ocasiones los correos no se pueden abrir.

Por otra parte se debe tomar en cuenta que, sobre todo en procesos electorales, el tiempo es crucial, y por tanto, es indispensable se tenga certeza plena que el concesionario tiene conocimiento fehaciente del acto que se le comunica.

Cabe señalar que actualmente la SHCP realiza notificaciones electrónicas, sin embargo, establece un margen de 3 días para considerar que han sido notificados los contribuyentes; plazo que en el proceso electoral sería al día en que inicia la transmisión. Bajo esas premisas se estima que las notificaciones deben ser personales.

De los anteriores inconvenientes otros factores exógenos que inciden en la inviabilidad de esos esquemas derivan de los problemas que se producen directamente en la vía satelital y la vía internet ya que en múltiples ocasiones se caen las señales y el internet falla por la lluvia o las corrientes de aire.

Asimismo, en muchas ocasiones se presentan fallas de las antenas madres de las empresas que ofrecen el servicio de internet y fallas satelitales que en ocasiones no se corrigen de manera inmediata, lo que colapsa la comunicación.

Además, se debe hacer notar a la autoridad electoral que no todas las regiones del país tienen buena recepción satelital ni de internet, lo que hace inviable el que los materiales se puedan bajar.

En ese escenario, se puede afirmar válidamente que hasta este momento no existe garantía de que internet y la vía satelital tenga una funcionalidad del 100%, por lo que no es posible garantizar y menos tener una certeza de la correcta recepción del material.

Así, la única manera de tener certeza plena de que se reciben los materiales (sobre todo cuando se cuenta con tan poco tiempo para iniciar la transmisión) es mediante notificación personal.

### **3) Reducción de plazos de entrega para la entrega de materiales.**

Como resultado del proceso de transmisión que siguen mis representadas, basado en los estudios realizados por especialistas en materia de telecomunicaciones, se puede afirmar

que la disminución de plazos entre la recepción y la transmisión de los materiales es inviable pues no garantiza la correcta transmisión de los promocionales en tiempo y forma.

Como ya se mencionó para lograr la transmisión correcta de los promocionales enviados por el Instituto Nacional Electoral es necesario que:

- ✓ El departamento Jurídico reciba personalmente las órdenes de transmisión y los materiales de video y/o audio que deberán insertarse en la programación regular.
- ✓ Se elabore el registro de ingreso a las órdenes de trabajo, enviándose los materiales de video al departamento de Canales para registro del CDM (control y distribución de materiales).
- ✓ Los materiales sean verificados por el departamento de Canales, en su contenido y también se califique su calidad.
- ✓ El área CDM deberá recibir un “cassette” por cada promocional, mismos que se van devolviendo a los diferentes solicitantes cuando ya han sido desocupados.
- ✓ El departamento de Videoteca recibe e ingresa todos los datos de los materiales y solicitantes o clientes al sistema “Paradigme”.
- ✓ El departamento de Canales maneja los materiales de todos los solicitantes o clientes, incluido el INE, a los cuales se da un trato igual para evitar posibles errores en el cumplimiento de las órdenes de trabajo.
- ✓ En el caso de los materiales de audio que deberán ser transmitidos por las estaciones de radio, estos son enviados a Sistema Radiopolis.
- ✓ El departamento Jurídico elabora una pauta de acuerdo con la solicitud del INE, para cada una de las estaciones de televisión que deberán transmitir esos contenidos y la envía al departamento de Tráfico.
- ✓ Para el control de calidad, los ingenieros se auxilian de los equipos necesarios para asegurar que la transmisión tenga contenidos que cumplan con la normatividad de calidad del servicio siempre, rechazando audio bajo y niveles de video fuera de rango, todo esto de acuerdo a la Norma Oficial Mexicana NOM-03-SCT1-93.
- ✓ El departamento de Canales termina de verificar los contenidos y realiza la ingesta a su video-servidor en formato DVC PRO 50.
- ✓ Después de la ingesta, a todos los promocionales se les aplica la marca de agua.



- ✓ El departamento de Tráfico elabora una lista de excepciones o lista de espera para armar la guía de transmisión, respetando las franjas horarias solicitadas por el INE.
- ✓ El departamento de Tráfico conjunta información de las áreas de comercialización y producción, con la información meta- data del departamento Canales, para generar las guías de transmisión del día siguiente, para cada uno de los canales de televisión.
- ✓ Con la guía de transmisión se procede a marcar de manera manual los cortes para bloqueo de materiales del INE y se hace la transferencia de archivos para provincia. El marcaje de bloqueo se hace diario, para cada uno de los canales de televisión.
- ✓ La activación de bloqueos es manual, en coordinación con el “master” en la ciudad de México, insertando material local.
- ✓ El departamento Tráfico integra trabajos de las áreas de Canales, de Producción y de Comercialización para generar la guía de transmisión del día siguiente.
- ✓ Si los contenidos son para ser transmitidos en Red Nacional (sin bloqueos), ya pueden ser transmitidos al día siguiente.
- ✓ Si los contenidos, como los del INE, se deben transmitir como bloqueo en provincia, se envían a los Centros Regionales ubicados en 19 puntos del país.
- ✓ Los Centros Regionales revisan contenidos y calidad de los materiales del INE, recibidos. Se verifica contenido y se establece otro control de calidad detectando posibles fallas.
- ✓ Si los materiales del INE aplican a la localidad donde se ubica el centro regional, se puede transmitir al día siguiente.
- ✓ Los Centros Regionales elaboran copias y redistribuyen los materiales del INE a las Estaciones Repetidoras Locales de provincia que se encuentran dentro de la zona de influencia.
- ✓ El envío se puede realizar por mensajería comercial o de manera física por medio de personal de la empresa, en horarios diurnos por motivos de seguridad.
- ✓ Las estaciones repetidoras locales arman su guía de transmisión con los diferentes contenidos de comercialización y producción nacional y local, incluidos los promocionales del INE, quedando todo listo para ser transmitido al día siguiente.

- ✓ Estas repetidoras transmiten los materiales requeridos por el INE usando equipos especiales y en coordinación con el “master” de la ciudad de México que les da conteo para ir a corte y bloquear la cadena nacional con el contenido que aplique.

Cabe señalar que este proceso es por cada material que es enviado, por lo que en la medida en que las versiones incrementan aumenta la complejidad, pues las concesionarias deben de tener a tiempo los materiales para que estos sean transmitidos, sin que se nos otorgue más tiempo para revisarlos. Sobre todo ahora que hay 3 partidos políticos nacionales más, lo que implica más versiones de promocionales tanto en periodo ordinario como electoral.

Por las razones que se señalaron anteriormente, no es posible garantizar la adecuada transmisión de los tiempos del Estado en materia con plazos reducidos en la entrega de materiales.

### **TV AZTECA**

El proceso utilizado por TVA para el cumplimiento de sus obligaciones de transmitir promocionales pautados por el INE se hace de conformidad con la Disposición Técnica IFT-003-2014: Especificaciones y requerimientos mínimos para la instalación y operación de las estaciones de radiodifusión de televisión analógica (bandas VHF y UHF) vigente y a estándares internacionales recomendados por la Organización Internacional de Telecomunicaciones, principalmente en cuanto al manejo de los materiales video grabados, su preparación para la transmisión, control de calidad y envío a las emisoras ubicadas en diversas localidades del país, vía enlace satelital.

El proceso de recepción de materiales, revisión, control de calidad, digitalización, ingesta del sistema de almacenamiento, digitalización y distribución vía satélite a las emisoras concesionadas a TVA para su transmisión local, así como la elaboración de guías de transmisión y envío de las mismas a las respectivas estaciones, se realiza en un término mínimo de 5.3 días hábiles.

	<b>ETAPA</b>	<b>HORAS</b>
<b>FASE 1</b>	Recepción de Documentos y materiales INE	<b>20 horas</b>
<b>FASE 2</b>	Ingreso de la orden de transmisión al sistema	<b>70 horas</b>
<b>FASE 3</b>	Digitalización de spots	<b>21 horas</b>
<b>FASE 4</b>	Envío de material a cada transmisor	<b>13 horas</b>
<b>FASE 5</b>	Generación de guías para cada transmisión	<b>3 horas</b>
<b>FASE 6</b>	Distribución de guías a cada transmisión	<b>1 hora</b>
<b>FASE 7</b>	Transmisión en sitio	-----
<b>FASE 8</b>	Conciliación de transmisión	-----
<b>FASE 9</b>	Recuperación de testigos de aire	-----
<b>TIEMPO ESTIMADO</b>		<b>128 horas = 5.3 días</b>

Procesar las órdenes de transmisión en tiempos menores a los actualmente previstos en el Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, con sus respectivos materiales, haría imposible la operación de TVA como se ha planteado, lo que generaría incumplimientos involuntarios en las pautas del INE así como de las pautas de sus clientes, ya que conviven en el mismo medio y si es saturado se bloquea el sistema.

Las órdenes de transmisión y los materiales tanto de autoridades como las comerciales son notificadas personalmente en el domicilio de TVA en el Distrito Federal

No resulta técnicamente viable la disminución de los plazos vigentes de anticipación para la notificación de órdenes de transmisión y entrega de materiales en razón del proceso expuesto; siendo que para cumplir con tales plazos durante los procesos electorales TVA frecuentemente se ve forzada a contratar personal eventual.

Para determinar la viabilidad de la modificación del mecanismo de recepción de materiales a una vía electrónica o satelital se requiere información sobre los mecanismos que pretende implementar el INE.

Aún en el supuesto de que la recepción de materiales se llevara a cabo vía electrónica o satelital, ello no modificaría el proceso general de preparación de guías de transmisión ni de distribución de materiales a cada sitio de transmisión por lo que los plazos mínimos de anticipación seguirán siendo los vigentes.

## B) Las organizaciones que los agrupan y los profesionales de la comunicación.

Con la finalidad de dar paso a los análisis estadísticos, se precisa contar con una noción general del total de participación en la consulta así como de la naturaleza de los participantes, con lo que es posible formar una idea respecto de la importancia de los resultados estadísticos que se presentan más adelante.

Por ello, se presenta el número total de participación de organizaciones y profesionales que se les notificó el cuestionario correspondiente y dieron respuesta:

	Número de notificaciones	Sí respondieron	No respondieron
<b>Organizaciones</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>Profesionales de la Comunicación</b>	<b>23</b>	<b>6</b>	<b>17</b>
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>10</b>	<b>21</b>

Las organizaciones que respondieron fueron:

- ✓ Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT)
- ✓ Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México A.C. (Red México)
- ✓ Cámara Nacional de la Industria de Telecomunicaciones por Cable (CANITEC)
- ✓ Sistema Nacional de Productoras y Radiodifusoras de Instituciones de Educación Superior (SINPRIES-ANUIES)

Los profesionales que respondieron fueron:

- ✓ Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMEDI)
- ✓ Canal Once
- ✓ Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM
- ✓ Instituto del Derecho de las Telecomunicaciones (IDET)
- ✓ Sindicato Industrial de Trabajadores y Artistas de TV y Radio, Similares y Conexos de la República Mexicana (SITATYR).
- ✓ Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radio y la Televisión (STIRT).

Es importante realizar las siguientes precisiones, en relación con algunos de los escritos recibidos:

La **Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas** envió oficio de número UCC/DCI/2014/OF/294 donde da respuesta al cuestionario enviado a los concesionarios y permisionarios, ésto por las 21 emisoras que ella opera; por lo tanto, se considera que no dio respuesta como organización que agrupa a permisionarios, ya que su respuesta se contabilizó como permisionaria notificada.

En relación con la respuesta de la **CANITEC**, no se incluye en la información estadística que se presenta más adelante porque, además de no responder las preguntas planteadas, señaló que “el cuestionario que nos remite no atañe a los miembros de esta Cámara, y causa sorpresa que se haya dirigido a nosotros, ya que nuestras concesiones no están obligadas constitucional o legalmente a transmitir tiempos de Estado y mucho menos pautas ordenadas por la autoridad electoral”. Por lo tanto, CANITEC sí envió un oficio de respuesta pero no respondió a los cuestionamientos planteados en la consulta.

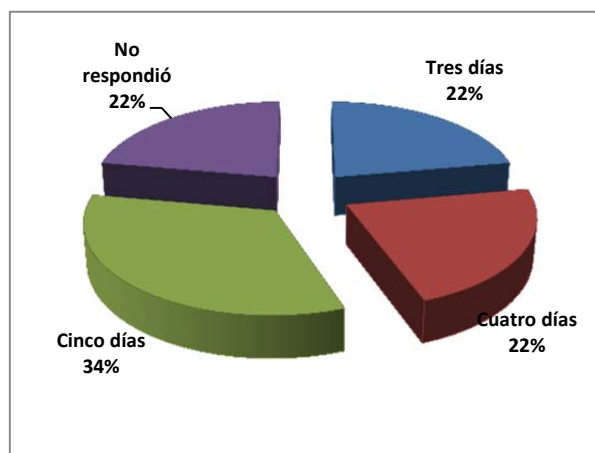
Finalmente, **Canal ONCE** respondió la consulta planteada a los profesionales de la comunicación, aunque se le notificó la consulta al Mtro. Felipe Neri López Veneroni, como Defensor de la Audiencia de Canal Once, quien respondió que no forma parte de la estructura formal y operativa del Canal, *ni tiene injerencia directa en sus políticas de programación o su administración*; por ello, menciona que envió el cuestionario a la Dirección del Canal a fin de atender la petición.

A continuación, se presenta la información de las respuestas sistematizadas, así como una muy breve mención de la respuesta recibida por parte de la organización y/o el profesional de la comunicación; es importante señalar que no todas dieron respuesta a la totalidad de las preguntas.

**1) ¿Cuántos días hábiles mínimos posibles tomaría a un concesionario de radio y televisión para estar en condiciones de transmitir un promocional una vez que reciben éste en los supuestos precisados en la ley -periodo ordinario y periodo electoral-?**

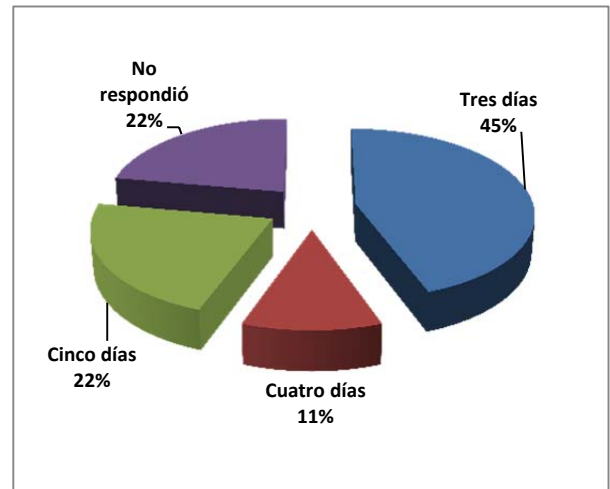
**1.1 Días en periodo ordinario**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Tres días	2	22.22%
Cuatro días	2	22.22%
Cinco días	3	33.33%
No respondió	2	22.22%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>



### 1.2 Días en periodo electoral

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Tres días	4	44.44%
Cuatro días	1	11.11%
Cinco días	2	22.22%
No respondió	2	22.22%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>



*Resumen de la respuesta de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México:*

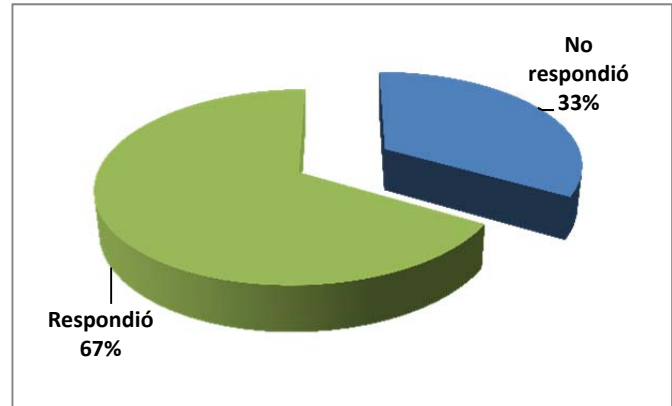
En el caso de las emisoras permisionarias privadas sin fines de lucro (Radio comunitarias), éstas deberían tener un tratamiento diferenciado, atendiendo a sus condiciones específicas, tomando en cuenta que muchas veces operan con restricciones de recursos humanos, técnicos, materiales y financieros. Para este conjunto de emisoras, se estima que un tiempo razonable para el establecimiento de un nuevo pautaado (cambio de materiales) sería de 7 días hábiles con una o dos entregas semanales predefinidas, en vista que en algunas no se cuenta con un responsable de tiempo completo asignado únicamente para los pautaados enviados por el Instituto Nacional Electoral.

*Resumen de la respuesta de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMeDI):*

Naturalmente, no es posible tratar igual a los desiguales y la autoridad debe ser cuidadosa en valorar las condiciones técnicas del resto de la emisoras, particularmente con las emisoras comunitarias, aunque la experiencia nos señala que todas han podido cumplir con lo que hasta hoy ordena el Reglamento, de ahí que se insista en que no debe haber privilegios para la emisoras que más recursos tienen, lo cual es público y notorio ya que se desprende de sus propios fines comerciales, de lo que resulta que tiene capacidad para sustituir materiales mucho más rápido de lo que hoy les permite el reglamento.

2) Explique las razones técnicas y de infraestructura por las que a su juicio se tomaría el tiempo de transmisión que al efecto indique.

Opciones	Respuestas	Porcentaje
No respondió	3	33.33%
Respondió	6	67.77%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>



Resumen de la respuesta de la Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México A.C.:

La Red cuenta con una diversidad de radiodifusoras y televisoras afiliadas; por ello hay divergencia en los tiempos y procesos para generar la parrilla y hoja de programación diaria, mismos que requieren supervisión previa para la autorización ante la instancia que corresponde acorde a la organización de cada Asociado.

Otro factor a considerar en los tiempos de entrega de orden de transmisión y materiales son los recursos humanos tales como: Operadores de Control Maestro para realizar actualizaciones en carpeta y/o en los sistemas de operación existentes; no solo en estaciones principales, sino además en estaciones retransmisoras.

Asimismo, deben considerarse las posibles fallas técnicas y falta de equipo en algunos de los Asociados, que pueden retrasar la operación.

Resumen de la respuesta del Sindicato Industrial de Trabajadores y Artistas de Televisión y Radio Similares y Conexos de la República Mexicana (SITATYR):

El sindicato poco puede aportar desde un punto de vista técnico, respecto de la infraestructura con la que cuentan los concesionarios, y en relación con las responsabilidades legales que a estos conciernen en materia electoral.

✍ *Resumen de la respuesta del Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional (I.P.N.):*

Canal Once comenta su proceso para la transmisión de materiales, el cual cuenta con las siguientes actividades:

- Revisión del área de Control de Calidad;
- Revisión y adecuación de los formatos técnicos para transmisión en pantalla;
- Registro en bitácoras de pautas;
- Ingesta por parte del máster; para lo cual es necesario contar con un tiempo mínimo de (cuatro) días hábiles que permitan cumplir íntegramente con este proceso.

✍ *Resumen de la respuesta de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México:*

Los 3 días para la transmisión se obtienen considerando el uso de tecnologías de la información (TI) que posibilitan la realización de tareas telemáticas que permiten la operación de los sistemas que intervienen en el playout de los materiales.

Radio internet de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales utiliza la aplicación Jazler Radio.

Radio UNAM utiliza el sistema Dalet de Digital Media Systems, que vinculados a Splashtop o Teamviewer, lo cual facilita la operación a distancia de la edición, pautado y transmisión de contenidos, por lo que las restricciones del sistema podrían ubicarse en los procesos o en escases de recursos humanos.

Considerando que, las radios comunitarias podrían no contar con el acceso a esas tecnologías, recomienda lo que sea considerado para el plazo de 7 días hábiles a este tipo de emisoras.

✍ *Resumen de la respuesta del Instituto de Derecho de las Telecomunicaciones, A.C.(IDET):*

IDET comenta que, para la radio y televisión mexicanas como para organismos especializados en la materia, es fundamental contar con un marco sobre el cual se anticipan los cambios a las normas que rigen el modelo de comunicación política.

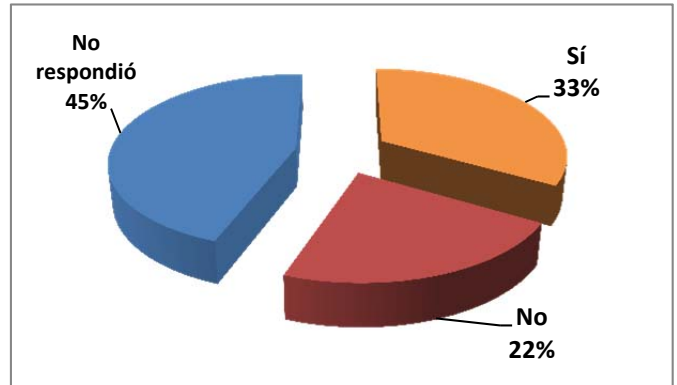
Lo referente a la información que se provee para el desahogo de la consulta, el IDET no advierte un objetivo sobre el cual esté sustentada la necesidad de una nueva reforma en los temas relativos a una “posible disminución de plazos y mecanismos de entrega en órdenes de transmisión”.



3) ¿Usted considera que los concesionarios de radio y televisión estarían en posibilidad de recibir los promocionales por vía electrónica (internet y correo electrónico) o satelital, mediante mecanismos que al efecto implemente el Instituto Nacional Electoral?

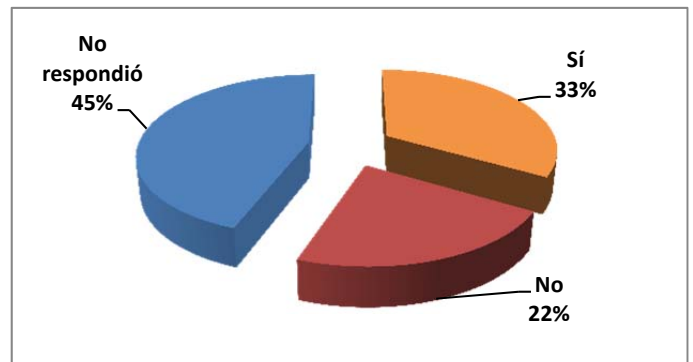
**Pregunta 3.1 Recepción electrónica internet**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Sí	3	33.33%
No	2	22.22%
No respondió	4	44.44%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>



**Pregunta 3.2 Recepción satelital**

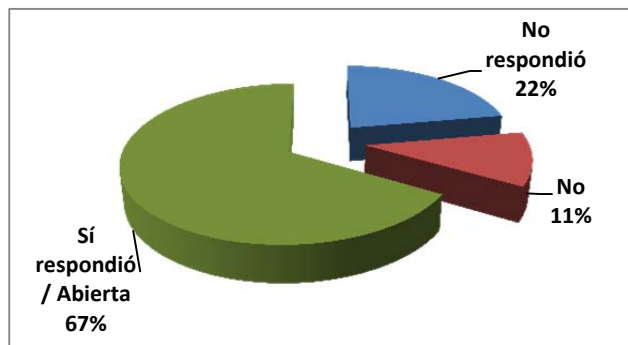
Opciones	Respuestas	Porcentaje
Sí	3	33.33%
No	2	22.22%
No respondió	4	44.44%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>



4) Explique las razones técnicas y de infraestructura que a su juicio enfrentarían los concesionarios de radio y televisión para recibir los promocionales que enviaría el Instituto Nacional Electoral por los medios antes señalados.

57

Opciones	Respuestas	Porcentaje
No respondió	2	22.22%
No	1	11.11%
Sí respondió / Abierta	6	66.67%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>



Resumen de la respuesta de la Red de Radiodifusoras y televisoras Educativas y Culturales de México:

Mencionan que de utilizarse únicamente medios electrónicos, sus Afiliados podrán incurrir en incumplimientos por fallas tales como: Falta de energía eléctrica que repercute en la operación de los equipos receptores en sus estaciones principales y en aquellos que cuentan con retransmisoras.

También consideran los fenómenos meteorológicos como vientos y/o tormentas eléctricas, los cuales generan problemas de recepción satelital por lentitud en bajada del material y por ende en la velocidad de transmisión de datos.

Resumen de la respuesta del Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional (I.P.N.):

Resaltan la importancia de la notificación previa por escrito, con el objetivo de evitar omisión y dar seguimiento oportuno a las solicitudes. Asimismo, que los materiales entregados se realicen con las características técnicas que cada emisora de televisión requiera; en el caso de Canal Once, en formato HD y SD, con las siguientes especificaciones:

	<b>ALTA RESOLUCIÓN</b>	<b>RESOLUCIÓN DIGITAL</b>
	<b>Archivos para transmisión</b>	<b>Archivos para recepción</b>
<b>Tipo de archivo</b>	Quicktime/".mov"	H264/".m4v"
<b>Códec</b>	XDCAM HD422 1080i60 (50 Mb/s)	H.264
<b>Tamaño</b>	1920X1080	1280x720
<b>Audio</b>	16-bit Integer (little Endian), Stereo (L,R) 48000KHz	ACC, Stereo (L,R) 44100
<b>Frame Rate</b>	29.97	29.97
<b>Resolución de Aspecto</b>	N/A	N/A

☞ *Resumen de la respuesta del Instituto de Derecho de las Telecomunicaciones, A.C. (IDET):*

Para este nuevo ejercicio 2014, no eran necesarias las preguntas planteadas en los numerales 1 al 4 del cuestionario que les fue enviado, en virtud de que se cuenta con respuestas sustentadas en estudio realizado por la autoridad electoral en 2011.

Referente a las modalidades de entrega de órdenes de transmisión, cabe recordar que de la consulta a concesionarios y permisionarios en 2011, apenas el 5% de los consultados señaló recibir promocionales vía satelital o por internet, mientras que casi el 50% indicó entregas en domicilio.

☞ *Resumen de la respuesta de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México:*

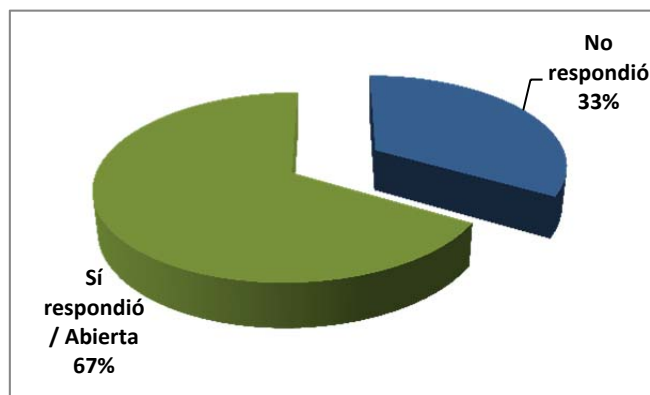
La disponibilidad de los servicios de Tecnología de Información depende de varios factores, los cuales no están bajo control de los concesionarios y permisionarios de radio y televisión, entre esos factores podemos mencionar la alimentación de energía eléctrica y la estabilidad de las redes de telecomunicaciones suministradas por terceros, estos elementos podrían tener repercusiones en la eficiente entrega-recepción de promocionales.

☞ *Resumen de la respuesta de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMeDI):*

Los concesionarios comerciales, cuentan con herramientas tecnológicas para recibir materiales vía electrónica, se hace énfasis de que el INE ya cuenta con medios electrónicos como: (<http://pautas.ine.mx/>) e infraestructura satelital para que los medios de comunicación descarguen los materiales, contando con estos medios, no tendrían por qué obligar a la autoridad electoral a disponer de recursos materiales y humanos para la notificación física de materiales hasta su domicilio legal.

**5) Derivado de las recientes reformas constitucionales y legales en materia electoral y en telecomunicaciones, además de los cuestionamientos antes planteados, indique si desde su perspectiva existe algún otro tema que debe ser tratado indefectiblemente en la reforma del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, considerando en todo momento los alcances de las atribuciones legales del Instituto en materia electoral.**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
No respondió	3	33.33%
Sí respondió / Abierta	6	66.67%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>



☞ *Resumen de la respuesta de la Red de Radiodifusoras y televisoras Educativas y Culturales de México:*

Los Asociados de la Red se encuentran en el proceso de escalada a la televisión digital terrestre, sugiere que el nuevo formato de los promocionales sea en alta definición.

☞ *Resumen de la respuesta del Sindicato Industrial de Trabajadores y Artistas de Televisión y Radio Similares y Conexos de la República Mexicana (SITATYR):*

No encuentran fundamentos para hacer extensiva la siguiente disposición a su gremio: Que en materia electoral, todos los días son hábiles; debido que para ellos es una franca contradicción con las condiciones del Contrato Ley de la Industria vigente.

Para que los materiales se entreguen por vías distintas a la notificación personal, no ven condiciones, ni están capacitados en esas actividades. Finalmente, les preocupa que sus representados sean responsabilizados de supuestos incumplimientos electorales, lo que les parece contrario a las conquistas sindicales logradas.

*Resumen de la respuesta del Instituto de Derecho de las Telecomunicaciones, A:C:*

Recomienda incorporar entre otros elementos fundamentales los siguientes:

1. Viabilidad de la operación de la recepción de materiales;
2. Cantidad de recursos que el INE invertirá;
3. Determinar los límites máximos de promocionales que el INE puede recibir y calificar técnicamente por día;
4. Establecer escenarios máximos y mínimos sobre el esquema de operación de candidatos independientes;
5. Indicar el alcance del sistema de monitoreo en televisión abierta y establecer cuál sería el alcance de monitoreo en televisión restringida y canales de multiprogramación.

*Resumen de la respuesta de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM:*

Desde el punto de vista de los profesionales de la comunicación consultados para expresar esta opinión, existen dos temas que deben ser incorporados a la reforma del Reglamento de Radio y televisión en Materia Electoral a fin de delinear con mayor claridad las condiciones, derechos y obligaciones que deben tener los actores relacionados con los siguientes temas:

- Regulación específica para Radios Comunitarias, que considere sus particularidades.
- Especificación de tiempos y procedimientos relacionados con el Monitoreo de Noticieros.

*Resumen de la respuesta de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información (AMeDI):*

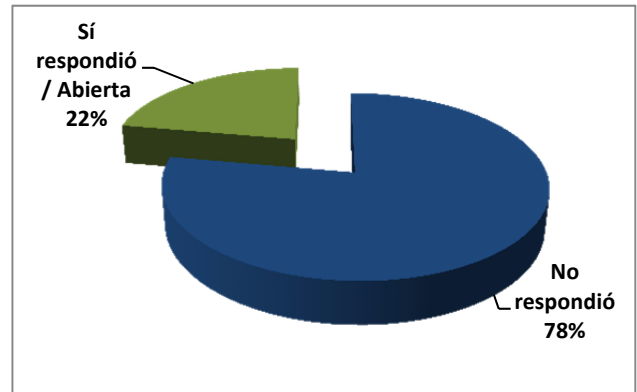
Precisar la regulación de los temas siguientes:

1. Multiprogramación y televisión restringida

2. Must Carry
3. Bloqueos en repetidoras
4. Monitoreo de señales
5. Mapas de Coberturas
6. Emisoras comunitarias.
7. "Informe " de labores de legisladores y otros servidores públicos

**6) Exponer las razones y bases jurídicas por las que, a su juicio, deben de incorporarse los temas propuestos en la reforma en comento.**

Opciones	Respuestas	Porcentaje
No respondió	7	77.78%
Sí respondió / Abierta	2	22.22%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>



*Resumen de la respuesta de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México:*

La Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE) no contempla ninguna consideración especial para las Radios Comunitarias, respecto de la entrega, sustitución o puesta a disposición de los materiales y órdenes de transmisión respectivas, haciendo énfasis que las Radios Comunitarias cuentan con menos recursos.

Por otra parte, la LGIPE indica que el Consejo General ordenará la realización de monitoreos de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas de radio y televisión que difundan noticias. En este tema existen áreas de oportunidad para definir con precisión los tiempos y procedimientos, en particular con lo relativo al establecimiento de los criterios metodológicos, así como la integración del catálogo de programas que difunden noticias.

## Respuestas significativas

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

### ➤ *Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT)*<sup>4</sup>

#### **1. Respecto a los días hábiles mínimos posibles para transmitir un promocional.**

De acuerdo a la experiencia y conocimiento de esta Cámara, resulta infructuoso que se tome como base de consulta un hecho hipotético, ya que no es posible que únicamente se pauté un sólo promocional a los concesionarios, pues el modelo de comunicación que se implementó desde la reforma electoral de 2007 y que no sufrió modificación con la reforma constitucional de este año, mantiene la obligación para todos los canales de televisión abierta de poner a disposición del Instituto Nacional Electoral 48 minutos diarios durante los periodos en que se celebre alguna elección, ya sea federal o local, lo que implica la difusión de una múltiple cantidad de versiones de promocionales correspondientes a los distintos partidos políticos y mensajes de las autoridades electorales y no sólo un promocional.

Ahora bien, en el supuesto de conocer el número preciso de órdenes de transmisión y el número total de versiones que se pretenden difundir –que desde este momento se anticipa que incrementará para el próximo proceso electoral en virtud de la creación de 3 nuevos partidos políticos nacionales y la difusión de los promocionales de los candidatos independientes- cabe señalar que la mayoría de las concesionarias que agrupa esta Cámara requieren por lo menos de 3 días hábiles, a partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral, para difundir materiales, y 5 días hábiles en periodos ordinarios, como ha quedado material, humana y legalmente documentado a lo largo de casi tres años de experiencia desde noviembre de 2011.

#### **2. Respecto a las razones técnicas y de infraestructuras.**

Es importante tomar en cuenta que no puede existir una respuesta uniforme a esta pregunta, pues la infraestructura con la que cuenta cada emisora, ya sean agremiados a esta Cámara, o

---

<sup>4</sup> LA CIRT envió dos respuestas, una como organización que agrupa a los concesionarios y la otra a nombre de los concesionarios, las cuales son similares. La que se presenta en este apartado, se refiere a la respuesta como organización.

alguna otra organización, es distinta en cada caso, es decir cada concesionario cuenta con recursos técnicos y condiciones operativas diferentes y particulares.

Así, no se puede emitir una opinión generalizada por lo menos de los agremiados a esta Cámara, pues como se mencionó en el párrafo anterior cada uno tiene sus propias particularidades operativas y por consiguiente su propio punto de vista técnico para llevar a cabo el proceso de transmisión.

En ese sentido, la autoridad electoral debe tomar en cuenta que los sujetos obligados no comparten las mismas características, pues además de las diferencias antes señaladas, algunos operan una o varias emisoras al mismo tiempo, de manera central o local, diferencias que hacen necesario un análisis objetivo, justo, racional y ponderado de todas las circunstancias inherentes al manejo de los tiempos del Estado en cada caso.

### **3. Respecto a la posibilidad de recibir los promocionales por vía electrónica (internet y correo electrónico) o satelital.**

El artículo 186, párrafo 5, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales establece que: *“La entrega de los materiales de los partidos políticos y autoridades electorales para su difusión en los tiempos del Estado en radio y televisión, con su correspondiente orden de transmisión y notificación a cada concesionario se llevará a cabo de manera electrónica, personal o satelital, en los términos y bajo las modalidades que determine el Reglamento correspondiente”.*

Como se puede observar, la legislación electoral prevé diferentes esquemas para la entrega de las órdenes de transmisión y de los materiales, por lo que tales posibilidades no deberían reducirse al que arbitrariamente decida la autoridad electoral a través de un reglamento, sino que, para privilegiar la certeza y no afectar el trabajo de cada concesionario, se estima que no se debe sustituir la notificación personal.

A la fecha, este esquema personal de notificaciones ha probado ser funcional, y sólo en caso de que un determinado concesionario conozca a detalle el mecanismo que pretende implementar la autoridad electoral para la notificación vía electrónica o satelital, y cuente con los recursos técnicos por su manejo, podrá adherirse a esos sistemas, en el entendido de que esa autoridad asumirá los riesgos por las fallas que originen estos últimos esquemas. Sin embargo, se insiste, en que dicho sistema no debiera emplearse por la incertidumbre e inviabilidad que representa.

Efectivamente, en la pregunta que se contesta se hace referencia a un mecanismo para realizar las notificaciones vía electrónica o satelital; sin embargo, no se precisan cuáles serían



sus características, especificaciones técnicas o particularidades, por lo que al contar sólo con datos en abstracto, resulta imposible opinar sobre su pertinencia.

Si esta Cámara emitiera una respuesta sobre un mecanismo del cual desconoce su funcionamiento, además de ser un acto irresponsable, podría generar un daño mayor al modelo de comunicación ya que presentaría información producto de afirmaciones dogmáticas que podría contrastar con las condiciones funcionales bajo las que reciben los materiales y las órdenes de transmisión.

Otra problemática deriva de la deficiente o mala calidad en el servicio que brindan los prestadores de internet, que en múltiples casos no generan una señal que sea de calidad o que presentan fallas cotidianamente, lo que implicaría incertidumbre y retrasos en las notificaciones materiales. Además, como ya se dijo, el ancho de banda de internet no es uniforme en todo el país y la cobertura de este servicio no es universal.

Sobre este último aspecto, cabe señalar que en múltiples comunidades del país ni siquiera se proporciona el servicio de internet, o no existe algún medio que permita recibir comunicaciones por esta vía, por lo que resulta materialmente imposible implementar ese esquema.

Bajo esas condiciones es incuestionable que no existe garantía de que el internet y la vía satelital sean esquemas que garanticen la correcta recepción de los materiales, por lo que se considera que deben seguir operando las notificaciones personales que a la fecha han mostrado ser el método más eficaz.

Las reformas del 2014 tanto en materia electoral como en radiodifusión imponen obligaciones adicionales a la radio y televisión (ya sea en su señal radiodifundida o en las retransmisiones que de sus señales hacen otros concesionarios como pueden ser los de televisión y audio restringidos).

En la virtud desde la óptica de la CIRT el reglamento debiera ser el mismo con que se operó en el Proceso Electoral Federal de 2012 y evitar litigios.

➤ ***Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, A.C. (RED)***

**1. Respecto a los días hábiles mínimos posibles para transmitir un promocional.**

El mínimo de tiempo de acuerdo a lo precisado en la ley para periodo ordinario sería de 96 horas y para el caso de periodo electoral sería de 72 horas.

## **2. Respeto a las razones técnicas y de infraestructuras.**

Dada la diversidad de radiodifusoras y televisoras afiliadas a la Red; debe considerarse la divergencia existente en los tiempos y procesos para generar la parrilla y hoja de programación diaria, mismos que requieren su presentación previa para la autorización ante la Instancia que corresponde acorde a la estructura orgánica de los Asociados.

Inciden también los tiempos de entrega de orden de transmisión y materiales a Operadores de Control Maestro para realizar actualizaciones en carpeta y/o en los sistemas de operación existentes en master de radio y televisión; no solo en estaciones principales, sino además en estaciones retransmisoras.

Aunado a ello, deben considerarse las posibles fallas técnicas y falta de equipo en algunos de los Asociados, que pueden retrasar la sustitución del mismo e incluso de personal operativo asignado a la elaboración de la continuidad.

## **3. Respeto a la posibilidad de recibir los promocionales por vía electrónica (internet y correo electrónico) o satelital.**

Si bien se considera que la mayoría de los Asociados cuenta con alguno de los mecanismos descritos en el párrafo que antecede, para una mayor seguridad, operatividad y en estricto cumplimiento de las ordenes de transmisión y los materiales emitidos por el Instituto Nacional Electoral, se sugiere que la notificación sea física en las instalaciones de cada uno de los mismos, por medio de oficio y disco compacto, ya que en la citada notificación se describe el periodo correspondiente, la vigencia, el material nuevo, aquel que sale del aire e incluso en caso que un determinado instituto político no entregue su material qué versión de las existentes debe transmitirse o no para cubrir dichos espacios.

Cabe señalar, que el contar con la notificación y el material físicamente ha permitido a los Asociados recibir, revisar y turnar al Funcionario Responsable la pauta y promocionales, corresponsabilizándolo de su correcta programación, evitando con ello en la medida de lo posible, generar omisiones.

## **4. Respeto a las razones técnicas y de infraestructura que a su juicio enfrentarían para recibir los promocionales.**

En caso de utilizarse únicamente medios electrónicos, los Afiliados podrán incurrir en incumplimientos por fallas tales como: Falta de energía eléctrica que repercute en la operación de los equipos receptores en sus estaciones principales y en aquellos que cuentan con retransmisoras.

Además, existen problemas de recepción satelital por vientos y/o tormentas eléctricas, lentitud en bajada del material y por ende en la velocidad de transmisión de datos en los enlaces.

Por último y considerando que los Asociados se encuentran en el proceso de transición a la televisión digital terrestre, se sugiere que el nuevo formato de los promocionales sea en alta definición.

➤ **INSTITUTO POLITECNICO NACIONAL (IPN)**

**1. Respecto a los días hábiles mínimos posibles para transmitir un promocional.**

Canal Once requiere mínimo 4 (cuatro) días hábiles para la recepción de materiales para transmisión en la pantalla de la emisora.

**2. Respecto a las razones técnicas y de infraestructuras.**

El proceso de Canal Once para la transmisión de materiales pasa por la revisión del área de Control de Calidad; la revisión y adecuación de los formatos técnicos para transmisión en pantalla; el registro de bitácoras de pautas; y, una ingesta por parte del máster; para lo cual es necesario contar con un tiempo mínimo de 4 (cuatro) días hábiles que permitan cumplir integralmente con este proceso.

**3. Respecto a la posibilidad de recibir los promocionales por vía electrónica (internet y correo electrónico) o satelital.**

Canal Once está en capacidad de recibir los materiales de forma electrónica, ya sea por correo electrónico o satelital, siempre y cuando se notifique previamente a la emisora y se haga el contacto oficial establecido para estas solicitudes.

**4. Respecto a las razones técnicas y de infraestructura que a su juicio enfrentarían para recibir los promocionales.**

Es importante que se realice la notificación previa al área correspondiente, por escrito, de la recepción del mismo con el objetivo de evitar omisión y dar seguimiento pertinente a las solicitudes. Asimismo, que los materiales entregados por la vía que el Instituto designe se realicen con las características técnicas que cada emisora de televisión requiera; en el caso de Canal Once, en formato HD y SD, con las siguientes especificaciones:

	<b>ALTA RESOLUCIÓN</b>	<b>RESOLUCIÓN DIGITAL</b>
	<b>Archivos para transmisión</b>	<b>Archivos para recepción</b>
<b>Tipo de archivo</b>	Quicktime/".mov"	H264/".m4v"
<b>Códec</b>	XDCAM HD422 1080i60 (50 Mb/s)	H.264
<b>Tamaño</b>	1920X1080	1280x720
<b>Audio</b>	16-bit Integer (little Endian), Stereo (L,R) 48000KHz	ACC, Stereo (L,R) 44100
<b>Frame Rate</b>	29.97	29.97
<b>Resolución de Aspecto</b>	N/A	N/A

➤ **Sindicato Industrial de Trabajadores y Artistas de Televisión y Radio (SITATYR)**

**1. Respeto a los días hábiles mínimos posibles para transmitir un promocional.**

Se nos dice que en materia electoral, todos los días son hábiles, pero no entendemos por qué esa disposición se hace extensiva a nuestro gremio, en franca contradicción con las *condiciones del Contrato Ley de la Industria vigente*.

**2. Respeto a las razones técnicas y de infraestructuras.**

El sindicato desde un punto de vista técnico respecto de la infraestructura con la que cuentan los concesionarios poco puede aportar en relación con las responsabilidades legales que a éstos conciernen en materia electoral.

No obstante, agradezco el gesto del comunicado para expresarle una preocupación relacionada con el tema que nos ocupa respecto de los trabajadores que forman parte del gremio. Desde la implementación de la reforma electoral en 2008, la carga de trabajo de mis representados se ha visto incrementada año con año, especialmente durante procesos electorales, sean federales o locales. La exigencia al personal sindicalizado es cada vez mayor, a pesar de que nos explican que el modelo no ha cambiado. Se nos dice que estamos por iniciar un reto todavía mayor en las elecciones del próximo año con la incorporación de materiales de nuevos partidos políticos y la inclusión de candidatos independientes.

**3. Respeto a la posibilidad de recibir los promocionales por vía electrónica (internet y correo electrónico) o satelital.**

Si bien hemos exigido a la parte patronal una capacitación especial para hacer frente a nuestras responsabilidades laborales en materia electoral, no hemos dejado de ser objeto de

señalamientos, a veces injustos o desproporcionados, sobre supuestos incumplimientos o retrasos en el cumplimiento de las pautas que ordena la autoridad electoral, las cuales son de una complejidad nunca vista. Lo que incluso ha derivado en sanciones a nuestros agremiados. Todo ello derivado de que la ejecución, durante las elecciones, de las pautas electorales, no tienen paralelismo con la operación cotidiana y rutinaria de las estaciones de radio y televisión.

Los trabajadores de la industria que represento ven con especial preocupación esta circunstancia, ya que para nosotros resulta alarmante que se pretendan acortar los tiempos en que nuestros representados cumplen con sus tareas cotidianas. Si de por sí, en el contexto actual, resulta extenuante cumplir con las pautas y tiempos que impone la autoridad, no nos imaginamos lo que pudiera resultar si los plazos se ven disminuidos, situación que además no está contemplada por el contrato ley que se firmó con la industria, teniendo como testigo al Gobierno Federal, el 31 de enero de 2014 y que estará vigente ya iniciado el Proceso Electoral de 2014-2015.

#### **4. Respecto a las razones técnicas y de infraestructura que a su juicio enfrentarían para recibir los promocionales.**

Consideramos que una medida de esta naturaleza nos pondría en una situación precaria frente a los concesionarios que en nada abona el ambiente laboral que queremos propiciar.

Aunado a la situación aducida, es importante se considere las condiciones de inminente inseguridad en que laboran los trabajadores sindicalizados a quienes represento, esto por la ola de incertidumbre y violencia que ha impactado en los últimos años en el país y que hasta la fecha no ha sido controlada. Si bien se han recibido indicaciones por parte de las autoridades locales de no salir a las calles, incluso no acudir a los sitios de trabajo de ciertas horas por la seguridad, esto no lo han podido acatar, pues con las tareas que nos da la parte patronal de atender lo ordenado por la autoridad electoral nos es imposible.

Así, no sólo el acotar el tiempo se ve con preocupación, sino también las horas y horarios en que se obliga a laborar al personal sindicalizado para cumplir con las pautas y tiempos que impone la autoridad electoral, las cuales en muchos estados –como Guerrero, Tamaulipas, Coahuila, Sinaloa, Morelos, Michoacán, Tabasco- se consideran por demás peligrosas.

➤ **Asociación Mexicana del Derecho a la Información (AMEDI)**

**1. Respeto a los días hábiles mínimos posibles para transmitir un promocional.**

Para la Asociación Mexicana de Derecho a la Información, A.C. (AMEDI), es necesario que los conceptos brinden certeza a los sujetos regulados, de ahí que en relación con el plazo para sustitución de materiales electorales en emisoras de radio y televisión, es necesario que previamente se determine una regla básica sobre el cómputo de los días “mínimos” para lo cual requiere, desde nuestro punto de vista, señalar con precisión qué debe entenderse por “días hábiles”.

Desde el arranque del proceso electoral correspondiente, todos los días deben ser considerados hábiles y por lo tanto, los plazos para sustitución de materiales pueden reducirse, no sólo en etapas de precampaña y campaña, sino también en periodos ordinarios de años electorales, en donde el reglamento vigente no considera esta diferencia entre el periodo ordinario de proceso electoral y periodo ordinario fuera del proceso electoral.

De ahí la importancia de que el Instituto Nacional Electoral no abra la puerta a interpretaciones sobre qué entender por “días hábiles”, a efecto de que exista certeza para todos los actores involucrados. Es así que en opinión de la AMEDI, debe prevalecer un principio de coherencia entre la ley, el Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral (RART) y los criterios que el propio Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación estableció en su sentencia SUP-RAP 535/2011 (\*ver página 219), lo que implica considerar como días naturales, no sólo los de las etapas de precampaña, intercampaña, campaña, periodo de reflexión y jornada electoral, sino también de los periodos ordinarios una vez que inicie el proceso electoral correspondiente.

Respetuosamente, la Asociación considera inadecuado que si durante el último proceso electoral federal las emisoras permisionarias (que se transformarán en concesionarias de uso social) con mayores carencias económicas pudieron sustituir materiales en 3 días naturales, prevalezca en el nuevo Reglamento un privilegio en el numeral 3 del artículo 40 del RART vigente para que se permitan 4 días a las repetidoras de las dos televisoras con más poder económico y recursos técnicos a su alcance.

A la luz de lo anterior consideramos que sería razonable que en periodos ordinarios se redujeran los plazos para difusión de materiales una vez entregados a 3 días en lugar de 5, debido a que todos los días son hábiles cuando hay proceso electoral y todas las emisoras han demostrado no tener impedimento para difundir en 3 días naturales promocionales durante precampaña y campañas, por lo que tampoco tendrían por qué tener impedimento

en trimestres ordinarios (antes de que el INE administre 48 minutos diarios de tiempos del Estado) que se presente a partir del arranque formal del proceso electoral.

Al mismo tiempo, por lo menos las dos principales empresas de televisión deben sustituir materiales cada 24 horas en sus canales nacionales y en sus señales locales en un máximo de 3 días naturales, que es el mismo tiempo que acorde a sus propios planes comerciales ocupan cuando se trata de anuncios contratados.

Cualquier reducción en los plazos para sustituir materiales debe considerarse que cuando menos el mismo tiempo que se tarde en subir un promocional es el que debe garantizarse para ser retirado en los casos de que el propio INE dicte medidas cautelares sobre mensajes propagandísticos.

## **2. Respeto a las razones técnicas y de infraestructuras.**

No es posible tratar igual a los desiguales y la autoridad debe ser cuidadosa en valorar condiciones técnicas de las emisoras, particularmente con las emisoras comunitarias, aunque la experiencia nos señala que todas han podido cumplir con lo que hasta hoy ordena el Reglamento, de ahí que se insista en que no debe haber privilegios para las empresas que más recursos tienen, lo cual es público y notorio ya que se desprende de sus propios planes comerciales, de lo que resulta que tienen capacidad para sustituir materiales más rápido que lo que hoy les permite el Reglamento.

## **3. Respeto a la posibilidad de recibir los promocionales por vía electrónica (internet y correo electrónico) o satelital.**

Sí, las actuales tecnologías de información otorgan capacidades técnicas suficientes al conjunto de emisoras, salvo que no cuenten con internet, receptor satelital o correo electrónico.

Si lo que se busca es acortar plazos y optimizar recursos es muy importante que los medios que cuenten con capacidad para recibir notificación de pautas, órdenes de transmisión y materiales por vía remota o electrónica, se encuentren obligados en términos del Reglamento a utilizar esos medios de transmisión, de tal forma que no sea obligatorio para la autoridad entregar materiales físicamente hasta sus instalaciones. Es decir, en caso de que las emisoras tengan internet o receptor satelital, es importante que no sea optativo recibir electrónicamente las notificaciones y los materiales correspondientes, porque eso optimiza uso de recursos públicos y acorta plazos para sustituir materiales.

#### **4. Respeto a las razones técnicas y de infraestructura que a su juicio enfrentarían para recibir los promocionales.**

Los concesionarios, particularmente los comerciales, no tienen limitaciones técnicas para recibir materiales vía electrónica, además de que el INE ya cuenta con medios electrónicos incluso de acceso público como su portal de pautas e infraestructura satelital (<http://pautas.ine.mx/>) para que los medios de comunicación descarguen los materiales, por lo que en caso de que los medios tengan acceso a internet no tendrían por qué obligar a la autoridad electoral a disponer de recursos materiales y humanos para enviar físicamente materiales hasta su domicilio legal.

#### **➤ Instituto del Derecho de las Telecomunicaciones (IDET)**

##### **1. Respeto a los días hábiles mínimos posibles para transmitir un promocional.**

Para cumplir con el objeto de una consulta de esta naturaleza, tal como lo ha mandado el TEPJF, y IDET estima necesario contar con la propuesta específica y formal de la reforma al Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, pues ello permitirá dimensionar la eficacia, eficiencia, oportunidad y viabilidad de la nueva regulación. En este orden de ideas, el no contar con dicha propuesta vicia el principio de certeza a que está obligada la autoridad electoral.

##### **2. Respeto a las razones técnicas y de infraestructuras.**

Por otra parte, el IDET hace notar a la autoridad electoral que, tanto para la radio y televisión mexicanas como para organismos especializados en la materia, es fundamental contar con un marco sobre el cual se anticipan los cambios a las normas que rigen el modelo de comunicación política.

De la información que se provee para el desahogo de la consulta al IDET no se advierte un solo objetivo sobre el cuál esté sustentada la necesidad de una nueva reforma en los temas relativos a una “posible disminución de plazos y mecanismos de entrega en órdenes de transmisión”. Por ello, muy respetuosamente se recomienda a la autoridad electoral que fije con objetividad y certeza los fines de la reforma que persigue.



### **3. Respecto a la posibilidad de recibir los promocionales por vía electrónica (internet y correo electrónico) o satelital.**

Ahora bien, de la consulta formulada, como se advierte, las preguntas planteadas en los numerales 1 al 4 de la consulta que se realizó a mi representada resultan inocuas e insustanciales para este nuevo ejercicio 2014, en virtud de que ya cuentan con respuestas sustentadas en un estudio cabal, profesional y exhaustivo de parte de la autoridad electoral, pues justamente la reforma reglamentaria 2011 tuvo como objetivo primordial darle mayor velocidad al modelo de comunicación política.

En el tenor de estas importantes conclusiones de la autoridad electoral y habida cuenta con la reforma reglamentaria resultó exitosa con un cumplimiento superior al 99% por la radio y la televisión mexicana con la pauta electoral, la opinión de la IDET es que los plazos deben mantenerse como en el reglamento vigente. Conviene señalar que aquella consulta de 2011 incluso señalaba la posibilidad de disminuir los plazos a 2 días, propuesta que a la distancia se concluyó inviable como se desprende del Dictamen de Factibilidad.

Relativo a las modalidades de entrega de órdenes de transmisión es pertinente, nuevamente, recordar al INE que de la consulta a concesionarios y permisionarios en 2011, apenas el 5% de los consultados señaló recibir promocionales vía satelital o por internet, mientras que casi el 50% indicó entregas en domicilio.

De esta información consolidada y dado que el modelo de la comunicación política ha funcionado adecuadamente con las modalidades de entrega personales, el IDET considera oportuno que la propuesta de reglamento que se elabore garantice que cada concesionario pueda elegir (condición optativa, no predeterminada) la modalidad que más le convenga sin imponer un mecanismo particular ex ante.

### **4. Respecto a las razones técnicas y de infraestructura que a su juicio enfrentarían para recibir los promocionales.**

Para mayor abundamiento en las opiniones del IDET sobre temas consultados, es importante que el INE fundamente y motive la nueva propuesta de reforma reglamentaria tal como lo señaló el TEPJF en 2011, pues ello dotaría de objetividad legalidad y certeza las nuevas normas y que hasta este momento de consulta no se advierte el desarrollo de ese esfuerzo. El organismo que presido, bajo la más firme convicción democrática de auxiliar a la autoridad electoral en esta materia, le recuerda que en 2011 se obligó a un dictamen de factibilidad

producto de una deficiente justificación de las reformas en relación con la funcionalidad del modelo previo.

➤ ***Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS-UNAM)***

**1. Respeto a los días hábiles mínimos posibles para transmitir un promocional.**

Los concesionarios de radio y televisión podrían estar en condiciones de transmitir un promocional, una vez que lo reciben del Instituto Nacional Electoral, como mínimo 3 días hábiles después de que se actualice tal supuesto, indistintamente del periodo que se trate.

En el caso de las emisoras permisionarias privadas sin fines de lucro (Radios Comunitarias), éstas deberían tener un tratamiento diferenciado, atendiendo a sus condiciones específicas, tomando en cuenta que muchas veces operan con restricciones de recursos humanos, técnicos, materiales y financieros. Para este conjunto de emisoras, se estima que en un tiempo razonable para el establecimiento de un nuevo pautaado (cambio de materiales) sería de 7 días hábiles con una o dos entregas semanales predefinidas, en vista que en algunas no se cuenta con un responsable de tiempo completo asignado únicamente para los pautaados enviados por el Instituto Nacional Electoral.

**2. Respeto a las razones técnicas y de infraestructuras.**

El tiempo señalado considera el uso de tecnologías de la información (TI) que posibilitan la realización de tareas telemáticas que permiten la operación de los sistemas que intervienen en el playout de los materiales. En el caso de la estación de radio internet de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales se utiliza la aplicación Jazler Radio. Por su parte, Radio UNAM utiliza el sistema Dalet de Digital Media Systems, que vinculados a utilerías como Splashtop o Teamviewer facilitan la operación a distancia de la edición, pautaado y transmisión de contenidos a la audiencia, por lo que las restricciones del sistema podrían ubicarse en los procesos o en la escasez de recursos humanos. Cabe señalar, que las Radios Comunitarias podrían no contar con el acceso a estas tecnologías, lo que fue considerado para señalar el plazo de 7 días hábiles.

**3. Respeto a la posibilidad de recibir los promocionales por vía electrónica (internet y correo electrónico) o satelital.**

En su gran mayoría los concesionarios de radio y televisión, podrían recibir los promocionales por los medios anteriormente descritos. Lo anterior, con la notable excepción de las emisoras permisionarias privadas sin fines de lucro (Radios Comunitarias), que requieren de parámetros acordes a su infraestructura y presupuesto e inclusive probablemente no puedan prescindir de la entrega personal de los materiales.

#### **4. *Respecto a las razones técnicas y de infraestructura que a su juicio enfrentarían para recibir los promocionales.***

La estabilidad y disponibilidad de los servicios de TI depende de varios factores, entre ellos algunos que no están bajo el control, en términos generales, de los concesionarios y permisionarios de radio y televisión, entre esos factores podemos mencionar la alimentación de energía eléctrica y la estabilidad de las redes de telecomunicaciones suministradas por terceros, estos elementos podrían tener repercusiones en la eficiente entrega-recepción de promocionales.

Con respecto de las implicaciones de las reformas Constitucionales, desde el punto de vista de los profesionales de la comunicación consultados para expresar esta opinión, existen dos temas que deben ser incorporados a la reforma del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral a fin de delinear con mayor claridad las condiciones, derechos y obligaciones que deben tener los actores relacionados con los siguientes temas:

- Regulación específica para Radios Comunitarias, que considere sus particularidades.
- Especificación de tiempos y procedimientos relacionados con el Monitoreo de Noticieros.

#### ➤ ***Emisoras de Oaxaca XEAH, XETEK, XECORO, XEYG, XECE, XEHL, XEPNX***

Este grupo de emisoras manifiesta su inconformidad conforme a las disposiciones de la LEGIPE y el RRYTV, porque bajo su opinión, este tipo de consultas atenta contra los derechos humanos:

“En nuestra opinión, la aplicación de las disposiciones de la Ley General de Instituciones y Procedimiento Electorales y del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, que invoca el Instituto para apoyar su exigencia, violentan en perjuicio de los concesionarios que representamos Derechos Humanos enunciados y garantizados en la propia Constitución, al imponerles la obligación de transmitir propaganda electoral de los partidos políticos, contraviniendo los Derechos Humanos reconocidos por los artículos 1, 6 y 7 de la misma Ley Constitucional, bajo la amenaza de aplicarles sanciones, en caso de no acatar esa imposición...”

“...En este sentido a la imposición de reglas que obligan a nuestras representadas a poner a disposición del Instituto Nacional Electoral y de los partidos políticos una porción del tiempo de sus transmisiones, refleja la discriminación de que son objeto, toda vez que, por el hecho de ser concesionarios de estaciones de radiodifusión se les obliga a prestar servicios para beneficio de terceros, como lo son los partidos políticos, medida que no se aplica a otros medios de comunicación, como lo son la prensa y la cinematografía...”

## V. EN RESUMEN

A continuación, se presenta un resumen general del resultado a la consulta planteada, a los **concesionarios y permisionarios**, indicando el porcentaje de cada una de las respuestas.

1. *¿Cuáles son las condiciones técnicas o de infraestructura de la concesionaria a su cargo para la recepción electrónica, personal y/o satelital de órdenes de transmisión y de materiales para la pauta electoral? Indicando si se diferencian de otras pautas de distinta naturaleza (pauta comercial o de autoridades no electorales).*

<p><b>RECEPCIÓN ELECTRÓNICA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>El 69.44% respondió que no cuentan con condiciones técnicas o infraestructura para recepción electrónica.</b></li> <li>- El 26.81% respondió que sí cuentan con condiciones técnicas o infraestructura para recepción electrónica.</li> <li>- El 3.75% no dio respuesta.</li> </ul>
<p><b>RECEPCIÓN SATELITAL</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>El 67.63% respondió que no cuentan con condiciones técnicas o infraestructura para recepción satelital.</b></li> <li>- El 20.26% no dio respuesta.</li> <li>- El 12.11% respondió que sí cuentan con condiciones técnicas o infraestructura para recepción satelital.</li> </ul>
<p><b>RECEPCIÓN FÍSICA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>El 73.41% respondió que no cuenta con personal para recepción física.</b></li> <li>- El 23.75% no dio respuesta.</li> <li>- El 2.59% respondió que sí cuenta con personal para recepción física.</li> <li>- El 0.26% respondió que no existe ninguna diferencia con respecto a las pautas.</li> </ul>
<p><b>PAUTA COMERCIAL</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>El 73.36% respondió que no existe diferencia con la pauta comercial.</b></li> <li>- El 23.79% no dio respuesta.</li> <li>- El 2.59% respondió que sí existe diferencia con la pauta comercial.</li> <li>- El 0.26 respondió que no existe ninguna diferencia con respecto a las pautas.</li> </ul>
<p><b>DIFERENCIA CON LA PAUTA DE AUTORIDADES</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>El 75.65% respondió que no existe diferencia con la pauta de autoridades no electorales.</b></li> <li>- El 19.91% no dio respuesta.</li> <li>- El 4.18% respondió que sí existe diferencia con la pauta de autoridades no electorales.</li> <li>- El 0.26% respondió que no existe ninguna diferencia con respecto a las pautas.</li> </ul>

2. En la concesionaria a su cargo, ¿cuáles son los plazos en días y procedimientos entre la recepción de materiales y su transmisión para la pauta electoral?, indicando si se diferencian de otras pautas de distinta naturaleza (pauta comercial o de autoridades no electorales).

<b>PAUTA ELECTORAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>El 61.12% respondió que 3 días posteriores a la recepción de materiales se transmite la pauta electoral.</b></li> <li>- El 18.49% respondió que 5 días posteriores a la recepción de materiales se transmite la pauta electoral.</li> <li>- El 6.47% no dio respuesta.</li> <li>- El 6.42% respondió que de 6 a 10 días posteriores a la recepción de materiales se transmite la pauta electoral.</li> </ul>
<b>PAUTA COMERCIAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El 1.16% respondió que 1 día posterior a la recepción de materiales se transmite la pauta comercial.</li> <li>- El 2.41% respondió que 2 días posteriores a la recepción de materiales se transmite la pauta comercial.</li> <li>- El 3.45% respondió que 3 días posteriores a la recepción de materiales se transmite la pauta comercial.</li> <li>- <b>El 28.49% respondió que 5 días posteriores a la recepción de materiales se transmite la pauta comercial.</b></li> <li>- El 63.53% no dio respuesta.</li> </ul>
<b>PAUTA DE AUTORIDADES NO ELECTORALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El 2.37% respondió que 2 días posteriores a la recepción de materiales se transmite la pauta de autoridades no electorales.</li> <li>- El 5.65% respondió que 3 días posteriores a la recepción de materiales se transmite la pauta de autoridades no electorales.</li> <li>- <b>El 29.18% respondió que 5 días posteriores a la recepción de materiales se transmite la pauta de autoridades no electorales.</b></li> <li>- El 3.58% respondió que de 6 a 8 días posteriores a la recepción de materiales se transmite la pauta de autoridades no electorales.</li> <li>- El 57.72% no dio respuesta.</li> </ul>
<b>RECEPCIÓN DE MATERIALES Y SU TRANSMISIÓN PAUTA COMERCIAL Y ELECTORAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>El 74.18% respondió que sí es idéntico el procedimiento entre la recepción de materiales y su transmisión para la pauta comercial y la electoral.</b></li> <li>- El 15.99% no dio respuesta.</li> <li>- El 2.80% respondió que no es idéntico el procedimiento entre la recepción de materiales y su transmisión para la pauta comercial y la electoral.</li> <li>- El 7.03% no especifican (sino es posible identificar distinción entre los procedimientos y tipos de pauta)</li> </ul>

**RECEPCIÓN DE MATERIALES Y SU TRANSMISIÓN DE AUTORIDADES NO ELECTORALES Y ELECTORAL**

- **El 74.70% respondió que sí es idéntico el procedimiento entre la recepción de materiales y su transmisión para la pauta de autoridades no electorales y la electoral.**
- El 16.29% no dio respuesta
- El 2.50% respondió que no es idéntico el procedimiento entre la recepción de materiales y su transmisión para la pauta de autoridades no electorales a la electoral.
- El 6.47% no especifica (sino es posible identificar distinción entre los procedimientos y tipos de pauta).
- El 0.04% No aplica a las estaciones radiodifusoras que mis representadas operan, en virtud de que son estaciones permisionarias, las cuales de acuerdo a sus características no cuenta con publicidad.

3. *Para que la concesionaria a su cargo modifique el mecanismo de recepción de materiales que le notifique a la autoridad electoral a una vía electrónica (internet y correo electrónico) o satelital ¿Con qué infraestructura cuenta o qué elementos técnicos requerirá?*

**INFRAESTRUCTURA RECEPCIÓN VÍA ELECTRÓNICA**

- El 26.90% respondió que sí cuenta con la infraestructura para recibir la pauta de la autoridad electoral vía electrónica.
- El 1.94% no dio respuesta
- **El 71.16% respondió que no cuenta con la infraestructura para recibir la pauta de la autoridad electoral vía electrónica.**

**CON QUE INFRAESTRUCTURA CUENTAN**

- **El 73.19% no dio respuesta**
- El 16.51% cuentan con internet
- El 1.90% otros
- El 2.16% cuentan con internet otros

**QUE ELEMENTOS REQUIERE**

- **El 69.53% otros.**
- El 26.81% no dio respuesta.

**INFRAESTRUCTURA RECEPCIÓN VÍA SATELITAL**

- El 8.19% respondió que sí cuenta con la infraestructura para recibir la pauta de la autoridad electoral vía satelital.
- El 78.88% respondió que no cuenta con la infraestructura para recibir la pauta de la autoridad electoral vía satelital.
- El 12.84% no dio respuesta.

**CON QUE INFRAESTRUCTURA CUENTAN**

- **El 91.16% no dio respuesta**
- El 3.06% dice contar con antena parabólica y receptor.
- El resto 5.78% señaló otros.

**QUE ELEMENTOS REQUIERE**

- **El 69.05% otros.**
- El 17.59% no dio respuesta.

4. Para que la concesionaria a su cargo disminuya los plazos entre la recepción y la transmisión de materiales que le notifique la autoridad electoral a menos de 5 y 3 días hábiles respectivamente, ¿Con qué infraestructura cuenta o qué elementos técnicos requerirá?

<b>POSIBILIDAD DE DISMINUIR EL TIEMPO DE NOTIFICACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El 18.79% sí.</li> <li>- El 2.67% no dio respuesta.</li> <li>- <b>El 78.53% no.</b></li> </ul>
<b>INFRAESTRUCTURA CON LA QUE CUENTA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El 4.40% Antenas (parabólicas, receptor satelital, ejemplo: ddim) Software informático hardware internet.</li> <li>- El 4.78% Internet.</li> <li>- El 2.84% no especifica.</li> <li>- El 4.91% otros.</li> <li>- <b>El 80.65% no dio respuestas.</b></li> </ul>
<b>ELEMENTOS QUE REQUIERE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El 20.69% no dio respuesta.</li> <li>- <b>El 76.16% otros.</b></li> </ul>

A continuación, se presenta un resumen general del resultado a la consulta planteada, a las **organizaciones que los agrupan y a los profesionistas de la comunicación.**

Conviene precisar que las respuestas no necesariamente son cuantitativas, lo anterior en razón de que las preguntas fueron abiertas con la intención de recibir de manera libre sus opiniones o comentarios, bajo este contexto, las respuestas no fueron similares.

Preguntas	Respuestas y temas más relevantes
<p>1) ¿Cuántos días hábiles mínimos posibles tomaría a un concesionario de radio y televisión para estar en condiciones de transmitir un promocional una vez que reciben éste en los supuestos precisados en la ley -periodo ordinario y periodo electoral?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Para el periodo Ordinario 5 días.</li> <li>* Para el proceso electoral 3 días para periodo ordinario.</li> </ul>
<p>2) Explique las razones técnicas y de infraestructura por las que a su juicio se tomaría el tiempo de transmisión que al efecto indique.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Diversidad de radiodifusoras y televisoras</li> <li>* Recursos humanos</li> <li>* Fallas técnicas</li> <li>* Falta de equipo</li> <li>* Tiempos y movimientos en los procesos operativos</li> <li>* Uso de tecnologías de la información</li> <li>* Considerar las condiciones especiales de las radios comunitarias.</li> </ul>

3) ¿Usted considera que los concesionarios de radio y televisión estarían en posibilidad de recibir los promocionales por vía electrónica (internet y correo electrónico) o satelital, mediante mecanismos que al efecto implemente el Instituto Nacional Electoral?

Internet y satelital podrían ser opciones, tomando en cuenta los factores expresados en la respuesta 4.

4) Explique las razones técnicas y de infraestructura que a su juicio enfrentarían los concesionarios de radio y televisión para recibir los promocionales que enviaría el Instituto Nacional Electoral por los medios antes señalados.

- \*De utilizarse únicamente medios electrónicos, podrán incurrir en incumplimientos
- \*Consideran los fenómenos meteorológicos
- \*Que los materiales entregados se realicen con las características técnicas que cada emisora requiera
- \*La disponibilidad de los servicios de Tecnología de Información depende de varios factores, los cuales no están bajo control de los concesionarios y permisionarios de radio y televisión
- \*Los concesionarios comerciales, cuentan con más herramientas tecnológicas para recibir materiales vía electrónica

5) Derivado de las recientes reformas constitucionales y legales en materia electoral y en telecomunicaciones, además de los cuestionamientos antes planteados, indique si desde su perspectiva existe algún otro tema que debe ser tratado indefectiblemente en la reforma del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, considerando en todo momento los alcances de las atribuciones legales del Instituto en materia electoral.

- \*Televisión digital terrestre (TDT)
- \* Viabilidad de la operación de la recepción de materiales
- \*Cantidad de recursos que el INE invertirá
- \*Determinar los límites máximos de promocionales que el INE puede recibir y calificar técnicamente por día
- \*El esquema de operación de candidatos independientes
- \*Indicar el alcance del sistema de monitoreo
- \* Especificación de tiempos y procedimientos relacionados con el Monitoreo de Noticieros
- \*Regulación específica para Radios Comunitarias
- \*Multiprogramación y televisión restringida
- \*Must carry
- \*Bloqueos en repetidoras
- \*Mapas de Coberturas

6) Exponer las razones y bases jurídicas por las que, a su juicio, deben de incorporarse los temas propuestos en la reforma en comentario.



## **NOTA ACLARATORIA CORRESPONDIENTE AL CUADRO DESCRIPTIVO DE LAS SEÑALES A LAS QUE SE REMITIÓ EL CUESTIONARIO Y DE LAS RESPUESTAS RECIBIDAS**

Con la finalidad de tener conocimiento de los criterios utilizados para calcular los números totales descritos en el cuadro de referencia, es preciso tomar en consideración lo siguiente:

La consulta mandatada por la Junta General Ejecutiva fue notificada a los concesionarios de radio y televisión con base en el Catálogo de emisoras actualmente vigente, mismo que toma en consideración todas y cada una de las señales radiodifundidas que al momento se encuentran transmitiendo programación, lo anterior toda vez que dicha circunstancia dota de certeza a los actores políticos y autoridades electorales respecto del impacto que la transmisión de sus mensajes y promocionales tiene en el total de la población. Ello implica que las señales que se encuentran en proceso de migración de la señal de AM a la FM, o en proceso de transición de señal análoga a digital, fueron contempladas en el universo total de emisoras que para efectos de la consulta fue notificado.

Así, el total de señales es de 3194, sin que del mismo se hubieran desagregado las señales de radio FM en proceso de migración, las de Televisión Digital o frecuencias adicionales (Combo).

Por otro lado, el universo de respuestas recibidas se conformó en atención a los datos proporcionados por los propios concesionarios o permisionarios que remitieron, es decir, en algunos casos estos señalaron específicamente que sus observaciones o comentarios eran respecto de una señal en específico, mientras que en casos diversos la respuesta abarcaba la opinión del concesionario respecto del total de señales que detentaba. Por lo anterior, las 2320 respuestas que se describen en el cuadro de referencia incluyen algunas señales de televisión digital o de radio FM que son resultado de un proceso de migración.

Tomando en cuenta lo expuesto, 2320 respuestas corresponden a un 72.6 % del total de 3194 señales notificadas, sin embargo, si para formar el universo de las respuestas recibidas se toma en consideración la existencia de señales en migración o en transición digital que, por la naturaleza de dichos procesos siguen la suerte de la emisora principal, el número total de respuestas sería de 2751, lo que nos arroja un porcentaje de participación real de la industria del 86.1 %.

Finalmente, para este Informe Ejecutivo de las respuestas se consideró como el universo de las mismas, los 2320 oficios recibidos de los concesionarios y permisionarios, como se puede apreciar en las cifras y porcentajes de cada una de las gráficas.