



Secretaría Ejecutiva
19 de octubre de 2011

**RELATORÍA DE LAS RESPUESTAS Y OPINIONES EMITIDAS POR CONCESIONARIOS,
PERMISIONARIOS, ORGANIZACIONES QUE LOS AGRUPAN, ESPECIALISTAS Y PÚBLICO
EN GENERAL, CON MOTIVO DE LA CONSULTA PÚBLICA PARA LA REFORMA AL
REGLAMENTO DE ACCESO A RADIO Y TELEVISIÓN EN MATERIA ELECTORAL.**

Índice

I. INTRODUCCIÓN	2
II. ALGUNAS CONCLUSIONES RELEVANTES	3
III. INFORMACIÓN GENERAL DE LA CONSULTA	4
a. EL CUESTIONARIO, BASE DE LA CONSULTA	24
b. EL PROCESO DE LA CONSULTA. INTERACCIÓN ENTRE EL IFE Y LOS PERMISIONARIOS Y CONCESIONARIOS	25
IV. RESPUESTAS A LA CONSULTA	30
a. AGRUPACIONES	30
b. CONCESIONARIOS	39
c. PERMISIONARIOS	46
d. OPINIONES DE ESPECIALISTAS	46
e. OPINIONES INDEPENDIENTES	51

I. INTRODUCCIÓN

La presente relatoría tiene como objeto informar al Consejo General del IFE y a la opinión pública, los principales elementos y argumentos que se desprenden de la consulta pública, convocada para la reforma al reglamento de acceso a radio y televisión.

Se trata de un trabajo que resume 441 entregas debidamente firmadas, oficiales, que expresan los puntos de vista y las preocupaciones del grueso de la industria de la radio y la televisión en México, así como de las instituciones, organizaciones y las personas especializadas en éstos temas.

Se trata, por un lado, de subrayar los planteamientos más reiterados y los más relevantes, y por otro, de extraer las conclusiones que se desprenden de la lectura de esa documentación remitida al IFE.

Esta relatoría intenta orientar con datos, argumentos y pruebas documentales, las decisiones de reforma que las distintas instancias del Instituto deberán asumir en el proceso de cambio del Reglamento de Acceso de Radio y Televisión.

A efecto de conocer las dimensiones de este ejercicio, a continuación se muestra la numeralia general de la consulta:

1. Numero de oficios girados a concesionarios y permisionarios para solicitar su opinión técnica	1886
2. Número de emisoras que agrupan los concesionarios y permisionarios consultados	2319
3. Número de oficios de respuesta por parte de concesionarios y permisionarios	441
4. Número de concesionarios y permisionarios representados en los oficios	493
5. Número de emisoras representadas en los oficios de respuesta	2044
6. Cuestionarios contestados por permisionarios y concesionarios:	372*
7. Cuestionarios contestados por concesionarios	302
8. Cuestionarios contestados por permisionarios	68
9. Permisionarias y concesionarias con una sola emisora	327
10. Permisionarias y concesionarias con dos o más emisoras	114

* Existen dos cuestionarios que no se pudo identificar si fueron respondidos por una concesionaria o permisionaria.

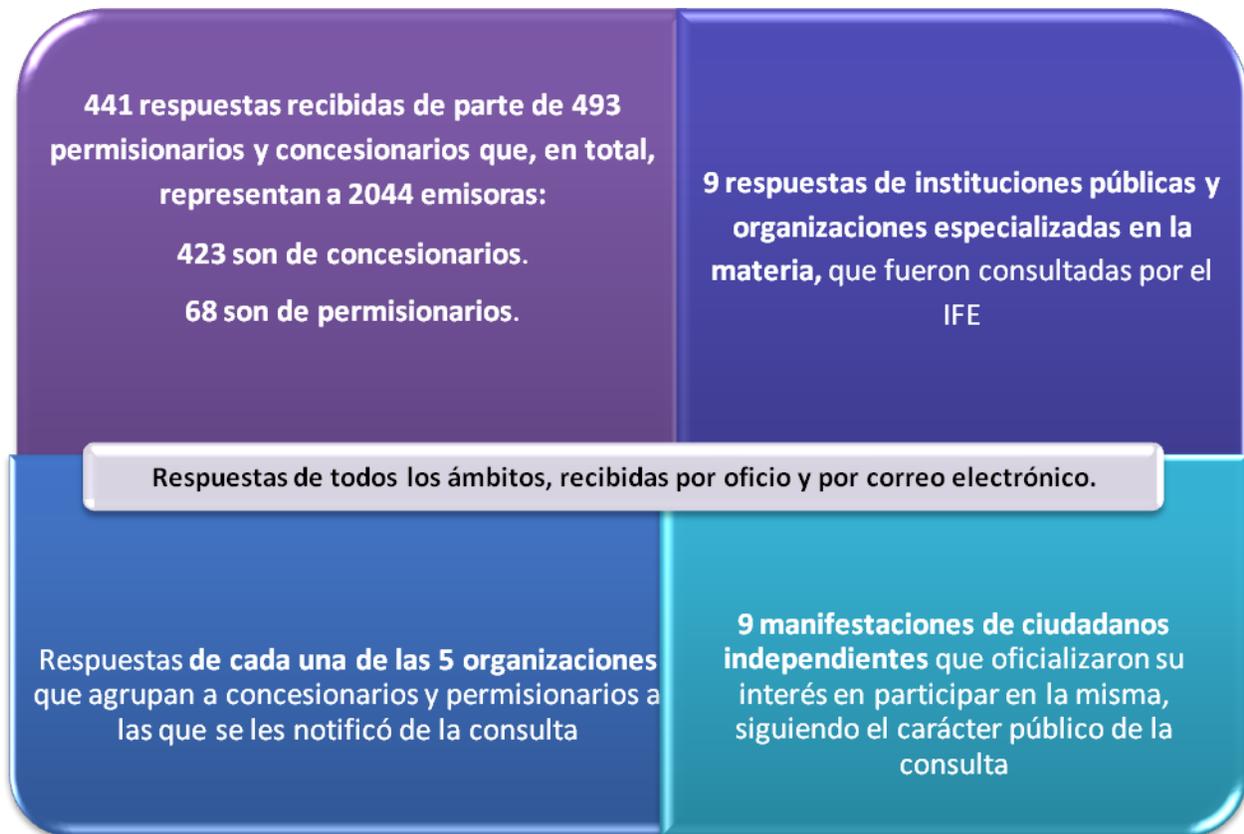
II. ALGUNAS CONCLUSIONES RELEVANTES

1. El Instituto Federal Electoral considera un éxito la consulta pues propició una amplia participación y una serie de respuestas diversas, razonables y atendibles: 441 oficios de respuesta por parte de concesionarios y permisionarios que implican a 493 concesionarios y permisionarios; este número de concesionarios y permisionarios representan a 2044 emisoras.
2. De los 441 oficios de respuesta, 327 fueron presentados por concesionarios y permisionarios en lo individual (esto es, representan a una sola emisora); en tanto que 114 fueron presentados por concesionarios y permisionarios que representan a dos o más emisoras.
3. Se respondieron 372 cuestionarios técnicos, de los cuales 302 fueron contestados por concesionarios y 68 por permisionarios.
4. La consulta suscitó la respuesta de los sectores de la industria de la radio y la televisión, la mayoría de concesionarios y permisionarios, así como un buen número de especialistas en la materia, asociaciones civiles, universidades y diversos ciudadanos interesados.
5. La consulta refleja una diversidad de procesos operativos y de dispositivos tecnológicos usados por los concesionarios y permisionarios del país, que van de la ingesta en minidiscos (tecnología de tres generaciones anteriores) hasta la alta definición y operación de distintas emisoras a escala nacional.
6. No obstante ello, destaca que el 80.81% de los concesionarios y permisionarios que respondieron, manifiestan poder transmitir un promocional en menos de tres días.
7. El 92.14% de los concesionarios y permisionarios que respondieron manifiestan que pueden insertar un promocional en 72 horas o menos.
8. A la pregunta 8 (“¿Los tiempos de transmisión de materiales a que se refiere la propuesta que se pone a su consideración son plausibles?”) el 75.10% declararon que los tiempos de transmisión propuestos son difíciles, complejos, poco o nada viables.
9. En promedio, una concesionaria o permisionaria transmite 219 promocionales (privados e institucionales del Estado mexicano) por día.
10. Del universo de respuestas que explícitamente respondieron, se concluye que la modalidad preferente de entrega de promocionales es la directa en domicilio, con un 48.10%.
11. Hay un consenso entre los consultados para exigir al IFE condiciones de mayor previsión y planeación en la entrega de órdenes de transmisión y en el formato de entrega de materiales.
12. Resulta de la mayor relevancia anticipar, con el mayor tiempo posible, la pauta que deberán transmitir los concesionarios y permisionarios, así como brindar certeza y regularidad a la entrega de las órdenes de transmisión.

III. INFORMACIÓN GENERAL DE LA CONSULTA

RESULTADO: respuestas recibidas del 29 de septiembre al 14 de octubre. ¹

El Instituto Federal Electoral recibió las respuestas y opiniones de los concesionarios, permisionarios, organizaciones que los agrupan, instituciones públicas, organizaciones especializadas y ciudadanos independientes, que a continuación se mencionan:²



¹ Conviene precisar que el número de respuestas de los concesionarios y permisionarios no necesariamente coincide con la cantidad de emisoras que estos representan, lo anterior en razón de que existieron diversas modalidades de opiniones, bajo este contexto, el Instituto procederá a realizar un análisis con la finalidad de determinar el número preciso de respuestas que cada concesionario y permisionario emitió por emisora.

² Estas cifras no coinciden con las mostradas en el desplegado publicado por el IFE el lunes 17 de octubre, toda vez que, posterior al 14 de octubre –fecha límite para participar en la consulta-, se siguieron recibiendo más oficios de respuesta de concesionarios y permisionarios. La mayoría de estas respuestas fueron recibidas en las delegaciones del IFE en el país, o bien, enviadas vía correo o mensajería dentro del plazo otorgado para la consulta. Por esta razón, se consideran presentadas en tiempo y forma y se contabilizan en el total de respuestas recibidas por el IFE.

Organizaciones que agrupan a concesionarios y permisionarios

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

Concesionarias y Permisionarias

1. RADIO IBERO A.C.
2. TELEVISIÓN DE LA FRONTERA S.A.
3. JOSÉ HUMBERTO Y LOUCILLE MARTINEZ.
4. TELEVISIÓN DE MICHOACÁN S.A. DE C.V.
5. CORPORACION TAPATIA DE TELEVISIÓN S.A. de C.V.
6. CANAL 13 DE MICHOACÁN S.A. DE C.V.
7. CADENA RADIODIFUSORA MEXICANA S.A. DE C.V.
8. RADIO TAPATIA S.A. DE C.V.
9. RADIO MELODIA S.A. DE C.V.
10. Radio Televisora de Mexicali S.A. de C.V.
11. Radiodifusora XEGB-AM S.A. de C.V.
12. Alberto Elorza García.
13. Promotora Radiofónica de la Laguna.
14. Omega Experimental A.C.
15. Universidad Autónoma de Chihuahua.
16. Radio Tauro S.A. de C.V.
17. Gobierno del Estado de Tlaxcala.
18. Graciela Barrera y de la Garza .
19. Televisora de Hermosillo S.A. de C.V.
20. Gobierno del Estado de Sonora.
21. Organización Radiofónica del Norte S.A. de C.V.
22. Ecos de Manantlán A.C.
23. Carlos de Jesús Quiñones Armendariz (XEI-AM)
24. Radio Integral S.A. de C.V.
25. Arnoldo Rodríguez Zermeño.
26. Radio Universidad de Guanajuato.
27. XETBV-AM S.A. de C.V.
28. Universidad de Guadalajara.
29. Instituto Tecnológico de Tijuana.
30. Universidad Autónoma del Estado de México.
31. Teponaztle Cultura y Comunicación A.C.
32. Universidad Autónoma de Yucatán.
33. Sistema Quintanaroense de Comunicación Social.
34. Ernesto Montemayor Ibarra.

35. Radio BMP de Nuevo Laredo S.A. de C.V.
36. Radio BMP de Ciudad Camargo S.A. de C.V.
37. Radio BMP de Reynosa S.A. de C.V.
38. Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.
39. José Francisco Álvarez López (director comercial de Radio Universal).
40. Red Radio Universidad de Guadalajara.
41. Radio y Televisión de Durango S.A. de C.V.
42. Comisión de Radio y Televisión de Tabasco.
43. Televisión Tabasqueña S.A. de C.V.
44. Gobierno del Estado de Hidalgo.
45. Súper FM S.A. de C.V.
46. Radio Publicidad de Aguascalientes S.A. de C.V.
47. Radio XEDC S.A. de C.V.
48. Radio AGS S.A. de C.V.
49. Cosmoradial S.A. de C.V.
50. Universidad Autónoma de Aguascalientes.
51. Instituto Mendel A.C.
52. Universidad Juárez del Estado de Durango.
53. Raúl Romero Rivera y Suc. de Alfonso Macías Galaviz.
54. Asociación Veracruzana de Comunicadores Populares A.C.
55. Televisión Metropolitana S.A. de C.V. (Canal 22).
56. Gloria Herminia Enciso Power y otros.
57. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
58. Gobierno del Estado de Sinaloa.
59. Radio Integral S.A. de C.V.
60. Media Sports de México S.A. de C.V.
61. Sucesión de Jorge Cárdenas González.
62. Universidad Autónoma de Morelos.
63. Universidad Autónoma de Sinaloa.
64. Gobierno del Estado de Aguascalientes.
65. Secretaría de Educación Pública.
66. Universidad Nacional Autónoma de México.
67. Instituto Tecnológico de Celaya.
68. DESARROLLO COMUNITARIO Y CULTURAL MANGHUE, A. C.
69. FRENTE CÍVICO TANGANCÍCUARO PUEBLO UNIDO A.C.
70. Arnoldo Cabada de la O.
71. Rolando Ramiro González Treviño.
72. TVNORTE, S. de R.L. de C.V.
73. Ernesto Montemayor Ibarra.
74. Grupo Radio Monte A.C.
75. Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.
76. Asociación Cultural Arandina, A.C.
77. Universidad Autónoma Metropolitana.
78. Juan Enríquez Rivera.
79. EMISORAS SISTEMA MORELENSE DE RADIO Y TELEVISIÓN

80. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
81. Adrián y Alfonso Esper Cárdenas
82. La Voladora Comunicación A.C.
83. SISTEMA TELE YUCATÁN S.A. de C.V.
84. RADIO UNIVERSIDAD VERACRUZANA
85. Gobierno del Estado de Campeche
86. Patronato Pro Radio Cultural de Reynosa A.C.
87. Universidad de Monterrey
88. Patronato para Inst. repetidoras Canales de T.V. Coatzacoalcos Veracruz A.C.
89. Gobierno del Estado de Chiapas
90. Sucesión de José Jesús Jaquez Acuña
91. Universidad de Sonora
92. Radio Cultural de Tepalcatepec A.C.
93. Universidad Autónoma Antonio Narro
94. Fidel Balbuena Sánchez
95. Promotora de la Comunicación S.A.
96. Jased S.A. de C.V.
97. XHOO-FM S.A de C.V.
98. XHML-FM S.A. de C.V.
99. XEGTO S.A.
100. Publicidad Radiofónica de la Laguna S.A. de C.V.
101. TELEVISIÓN METROPOLITANA S.A. DE C.V.
102. Tele Nacional S. de R.L. TV.
103. Televisora Alco S. de R.L. de C.V.
104. Universidad Autónoma de Tlaxcala.
105. GRUPO NUEVA RADIO S.A. de C.V.
106. RADIO ECOLOGÍA LA VOZ DEL MAYAB.
107. Enrique Cárdenas González.
108. Gobierno del Estado de Nuevo León.
109. Gobierno del Estado de Jalisco.
110. GOBIERNO DEL ESTADO DE ZACATECAS.
111. Radiotelevisora de México Norte S.A. de C.V.
112. TELEVIMEX, S.A. DE C.V.
113. CANALES DE TELEVISIÓN POPULARES S.A. DE C.V.
114. RADIOTELEVISIÓN S.A. DE C.V.
115. COMPAÑÍA TELEVISORA DE LEÓN GUANAJUATO S.A. DE C.V.
116. TELEVISORA PENINSULAR S.A. DE C.V.
117. TELEHERMOSILLO S.A. DE C.V.
118. CADENA TELEVISORA DEL NORTE S.A. DE C.V.
119. TELEVISORA DEL GOLFO S.A. DE C.V.
120. TELEVISIÓN DELGOLFO S.A. DE C.V.
121. TELEVISORA DE OCCIDENTE S.A. DE C.V.
122. TELEVISIÓN DE PUEBLA S.A. DE C.V.
123. TELEVISORA DE MEXICALI S.A. DE C.V.
124. TELEVISORA DE CALIMEX S.A. DE C.V.
125. TELEIMAGEN DEL NORESTE S.A. DE C.V.
126. CANAL 23 DE ENSENADA S.A. DE C.V.
127. TV DEL HUMAYA S.A. DE C.V.
128. TV DE LOS MOCHIS S.A. DE C.V.

129. XHCC TELEVISIÓN S.A. DE C.V.
130. TELEVISORA DE NAVOJOA S.A.
131. RADIO INTEGRAL, S.A. DE C.V. (XEEB-AM) CD. OBREGON, SONORA.
132. ESPECTÁCULO AUDITIVO, S.A. (XHMV-FM) HERMOSILLO, SONORA.
133. PROMOTORA RADIOVISIÓN, S.A. DE C.V. (XENS-AM) NAVOJOA, SONORA.
134. RADIODIFUSORA XEHOS, S.A. DE C.V. (XEHOS-AM) HERMOSILLO, SONORA.
135. RADIODIFUSORA XHFL, S.A. DE C.V. (XHFL-FM) CD. OBREGON, SONORA.
136. PROMOTORA UNIMEDIOS, S.A. DE C.V. (XEKE-AM) NAVOJOA, SONORA.
137. RADIO INDEPENDIENTE A.C., REPRESENTACIÓN DE 303 EMISORAS.
138. RADIO XEVILL, S.A. DE C.V. VILLAHERMOSA, TABASCO.
139. RADIO XEAGS, S.A. DE C.V. ACAPULCO, GUERRERO.
140. RADIO XEOH-AM DE CAMARGO S.A. DE C.V. CAMARGO, CHIHUAHUA.
141. ALBACEA DE LA SUCESIÓN DE DOMINGO SALAYANDÍA NÁJERA (XEGD-AM) HIDALGO DEL PARRAL CHIHUAHUA.
142. RADIO EMISORA CENTRAL S.A. DE C.V. (XELJ - XHLJ)
143. TELEMISIÓN S.A. DE C.V. (XHAUC-TV) CHIHUAHUA.
144. XEQR, S.A. DE C.V., XERC, S.A. DE C.V., XEEST-AM S.A. DE C.V., RADIO RED, S.A. DE C.V., EMISORA 1150 S.A. DE C.V., RADIO SISTEMA MEXICANO, S.A., XEQR-FM S.A. DE C.V., XERC-FM S.A. DE C.V., XEJP-FM S.A. DE C.V., ESTACIÓN ALFA S.A. DE C.V., RADIO RED-FM S.A. DE C.V., XEDKR-AM S.A. DE C.V. SANTA CATARINA, NUEVO LEÓN.
145. REYNA LÓPEZ HERMANOS, S.A. DE C.V (XEJE-AM XHEJE-FM) GUANAJUATO.
146. RADIODIFUSORA DEL VALLE DE ZAMORA, S.A. (XEQL-AM) ZAMORA, MICHOACÁN.
147. RADIO ZAMORA, S. DE R.L. (XEGT-AM) ZAMORA, MICHOACÁN.
148. JOSÉ LARIS ITURBIDE (XHZN-FM) ZAMORA, MICHOACÁN.
149. JOSÉ LARIS RODRÍGUEZ (XEAPM-AM) APATZINGÁN, MICHOACÁN.
150. X.E.M.L., S.A. (XEMPL-AM) APATZINGAN, MICHOACÁN.
151. RADIO MÉRIDA, S.A. (XEMH-AM) MÉRIDA, YUCATÁN.
152. RADIO MAYAB, S.A. (XEMQ-AM) MÉRIDA, YUCATÁN.
153. LA VOZ DEL COMERCIO DE ZAMORA, S. DE R.L. (XEZM-AM) ZAMORA, MICHOACÁN.
154. RADIO 6.20 S.A. DE C.V. (XENK-AM) SAN ANDRÉS DE LA CAÑADA, MÉXICO.
155. MULTIMEDIA DEL SURESTE, S.A. DE C.V. (XHMIA-FM) KANASÍN, YUCATÁN.
156. LA VOZ DEL CARIBE, S.A. (XEUP-AM) TIZIMIN, YUCATÁN.
157. MEDIOS ELECTRÓNICOS DE VALLADOLID, S.A. DE C.V. (XEUM-AM) VALLADOLID, YUCATÁN.

158. COMERCIAL (XEPY-AM) MÉRIDA, YUCATÁN.
159. RADIO PROGRESO DE YUCATÁN, S.A. DE C.V. (XEUL-AM) MÉRIDA, YUCATÁN.
160. JOSÉ DE JESÚS PARTIDA VILLANUEVA (XHTX-TV) CHIAPAS.
161. XECJU-AM/XHECJU-FM PTO. VALLARTA, JALISCO.
162. XELD RADIO AUTLAN, S.A. DE C.V. AUTLÁN DE NAVARRO, JALISCO.
163. MILENIUM ORBITAL S.A. DE C.V. IXMIQUILPAN, HIDALGO.
164. CONGLOMERADO HOTELERO DE MÉXICO, S.A. DE C.V. (XHAV-FM) GUADALAJARA, JALISCO.
165. ADMINISTRADORA ARCANGE, S.A. DE C.V. XHLTN-FM TIJUANA B.C., XHOLA-FM PUEBLA, XEQOO-AM XEQOO-FM QUINTANA ROO, XHHLL-FM SONORA, XHCC-FM COLIMA, XHRP-FM SALTILLO, XEDE-AM SALTILLO, XHEN-FM TORREÓN, XHMIG-FM SAN MIGUEL DE ALLENDE, XHOZ-FM QUERÉTARO.
166. COMPAÑÍA INTERNACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN S.A. (XHTRES-TV) MÉXICO, D.F.
167. IMAGEN TELECOMUNICACIONES, S.A. DE C.V. (XEDA-FM) (XHDL-FM) MÉXICO, D.F.
168. IMAGEN MONTERREY, S.A. DE C.V. XHMN-FM MONTERREY, XHCMS-FM MEXICALI, XHSC-FM ZAPOPAN, JALISCO, XHCHI-FM SACRAMENTO, CHIHUAHUA, XHMDR-FM TAMPICO, XHTLN-FM NUEVO, LAREDO.
169. EMISIONES RADIOFÓNICAS, S.A. DE C.V.
170. GRUPO RADIAL SIETE, S.A. DE C.V.
171. GRUPO NUEVA RADIO, S.A. DE C.V.
172. (XHNQ-FM) (XHSE-FM) ACAPULCO, (XHPX-FM) CD. JUÁREZ, (XHCT-FM) (XHVZ-FM) CUERNAVACA, (XHADA-FM) (XHENA-FM) ENSENADA, (XHVG-FA) XHPF-AM) XHJC-FM) (XEMX-AM) MEXICALI, (XHTIM-FM) (XHGLX-FM) TIJUANA, (XHMA-FM) XHRO-FM GUADALAJARA, (XEBH-AM) XHBH-FM) HERMOSILLO, (XHSO-FM) (XHMD-FM) LEÓN, (XHMRA-FM) MÉRIDA, (XHMVS-FM) (XHEXA-FM) MÉXICO, (XHSR-FM) (XHSRO-FM) MONTERREY, XHQT-FM) (XHNGS-FM) NOGALES, XHOX-FM) (XHJT-FM) TAMPICO, (XHCJX-FM) NAYARIT, (XHPS-FM) (XHVE-FM) VERACRUZ, (XHOCL-FM) TIJUANA.
173. STELLA GENEROSA MEJIDO HERNÁNDEZ (XHTIX-FM) MORELOS.
174. RADIO XEOF-AM GUANAJUATO.
175. RADIODIFUSORAS DEL GALLO S.A. DE C.V. (XEOR-AM) REYNOSA, TAMAULIPAS.
176. RADIODIFUSORAS EL GALLO S.A. DE C.V. (XEO-AM) MATAMOROS, TAMAULIPAS.
177. SEÑAL 84, S.A. DE C.V. (XEFG-AM) CELAYA, GUANAJUATO.
178. RADIO XHOZ-FM S.A. DE C.V. (XEZN-AM) (XHZN-FM) CELAYA, GUANAJUATO.
179. CORPORADIO GAPE DE TAMAULIPAS, S.A. DE C.V. (Xefd-AM) RIO BRAVO, TAMAULIPAS.

180. CORPORADIO GAPE DE TAMAULIPAS, S.A. DE C.V. (XEOQ-AM) RIO BRAVO, TAMAULIPAS.
181. EMPRESA RADIODIFUSORA DE PUEBLA XEHR, S.A. DE C.V. (XEHR-AM) PUEBLA.
182. XEPOP S.A. DE C.V. (XEPOP-AM) PUEBLA.
183. SUPER SONIDO EN FRECUENCIA MODULADA, S.A. DE C.V. (XHJE-FM) PUEBLA.
184. RADIO XHVP-FM S.A. DE C.V. (XHVP-FM) ATLIXCO, PUEBLA.
185. AM DE TEHUACAN, S.A. DE C.V. (XETE-AM) TEHUACAN, PUEBLA.
186. OPERADORA DE RADIO DE PUEBLA, S.A. DE C.V. (XEPUE-AM) PUEBLA.
187. RADIO XHMAXX S.A. DE C.V. (XHMAXX-FM) SAN MARTIN TEXMELUCAN, PUEBLA.
188. OPERADORA DE RADIO DE PUEBLA, S.A. DE C.V. (XHNP-AM) PUEBLA.
189. HELD, RADIO AUTLAN S.A. DE C.V. (XELD-AM) AUTLAN DE NAVARRO, JALISCO.
190. RADIO MILENIUM ORBITAL, S.A. DE C.V. (XEQH-AM) IXMIQUILPAN, HIDALGO.
191. XHKR-FM.
192. OPERADORA DE MEDIOS DEL PACIFICO, S.A. DE C.V. (XEEJ-AM) JALISCO, (XETD-AM) (XELH-AM) NAYARIT.
193. XEFS RADIO MATAMOROS 980 AM UZÚCAR DE MATAMOROS, PUEBLA.
194. YOLANDA GONZÁLEZ MEZA (XEGX-AM) GUANAJUATO, (XEDZ-AM) (XHPG-FM) VERACRUZ.
195. XEKN 720 AM HUETAMO, MICHOACÁN.
196. NUEVA GENERACIÓN, S.A. HUAUCHINANGO, PUEBLA.
197. REYNA IRAZÁBAL Y HERMANOS, S.A. DE C.V. (XEGI-AM) SAN LUIS POTOSÍ.
198. RICARDO LEÓN GARZA LIMÓN (XGDNG-FM) (XESRD-AM) (XHSRD-FM) DURANGO, (XHCJZ-FM) (XHCPH-FM) CHIHUAHUA.
199. COMPLEJO SATELITAL, S.A. DE C.V. (XECE-AM) XHCE-FM) (XECORO-AM) XEYG-AM) (XEPNX-AM) (XHPNX-FM) (XEAH-AM) (XHAH-FM) (XETEK-AM) (XHTEKA-FM) (XEHL-AM) (XHLL-FM) OAXACA.
200. COSMORRADIAL, S.A. DE C.V. (XELTZ-AM) (XHLTZ-FM) (XEAGA-FM) XHAGA-FM) (XEDC-AM) (XGDC-FM) AGUASCALIENTES, (XHZER-FM) ZACATECAS, (XHNNO-FM) (XHSAP-FM) SONORA.
201. TELE EMISORAS DEL SURESTE, S.A. DE C.V. (XHTVL-TV) TABASCO.
202. COMUNICACIÓN DEL SURESTE, S.A. DE C.V. (XHDY-TV) CHIAPAS.
203. COMUNICACIÓN DEL SURESTE S.A. DE C.V. (XHGK-TV) CHIAPAS.
204. RADIO TELEVISIÓN MEXIQUENSE ESTADO DE MÉXICO.
205. BAJA SATÉLITE Y SERVICIOS, S.A. DE C.V. (XHBTJ-TV) BAJA CALIFORNIA.

206. RADIO PROMOTORA DE MEXICALI (XEWV-FM).
207. RADIO SENSACIÓN DE TIJUANA XHMORE-FM).
208. RADIO TIJUANA, S.A. (XEBG-AM)
209. RADIO OCHENTA, S.A. (XESPN-AM) BAJA CALIFORNIA.
210. RADIO ENSENADA, S.A. (XEDX-AM)
211. RADIODIFUSORA CACHANILLA, S.A. DE C.V. (XEMBC-AM) BAJA CALIFORNIA.
212. TELEVISORA POTOSINA, S.A. DE C.V. (XHDE-TV) SAN LUIS POTOSÍ.
213. RADIO TEZIUTLAN, S.A. DE C.V. PUEBLA.
214. XEACM-AM TABASCO.
215. "TRIBUNA COMUNICACIÓN PUEBLA."
216. TELEVISORA DEL VALLE DE MÉXICO, S.A. DE C.V. MÉXICO, D.F.
217. TELEVISIÓN AZTECA, S.A. DE C.V.
218. ULTRADIGITAL TULANCINGO, S.A. DE C.V. (XHTNO-FM) HIDALGO.
219. RADIODIFUSIÓN DE XICOTEPEC, S.A. DE C.V. (XEVJP-AM) PUEBLA.
220. IMER/XHUAR-FM, XELAC-AM, XERF-AM, XEB-AM, XEDTL-AM, XEMP-AM, XEQK-AM, XECAH-AM, XECHZ-AM, XEMIT-AM, XHIMR-FM, XHOF-FM, XHIMER-FM, XHYUC-FM, XHSCO-FM, XHUAN-FM Y XEFQ-AM
221. TOTAL FM 99.1 JALISCO
222. CÍA PERIODÍSTICA CRITERIOS, S.A. DE C.V./EL DIARIO DE COAHUILA.
223. SISTEMA MICHOACANO DE RADIO Y TELEVISIÓN XHREL-FM, XEREL-AM, XHTZI-FM, XHHID-FM, XHJIQ-FM, XHDEN-FM, XHRUA-FM, XHZMA-FM, XHZIT-FM XHCAP-FM, XHDAD-FM, XHAMB-FM, XHAND-FM, así como de la permisionarias para televisión con siglas XHMOR-TV.CANAL 2, XHAPA-TV, CANAL 4, XHMHG-TV, CANAL33, XHMJI-TV, CANAL7, XHPMG-TV CANAL 10, XHLAM-TV 6, XHMPU-TV, CANAL 26, XHMTCTV, CANAL 31, XHURU-TV, CANAL10, XHMZA-TV CANAL34, XHTZA-TV, CANAL 10, XHMZI-TV CANAL13.
224. PUBLICIDAD POPULAR POTOSINA, S.A. / RADIO PANOTRÁMICA 1120 AM.
225. TELEVISORA METROPOLITANA, S.A. DE C.V./ CANAL 22.
226. ORGANISMO PROMOTOR DE MEDIOS AUDIOVISUALES.
227. RADIODIFUSORA XHIDO-FM / SUPER STEREO DE TULA, S.S. DE C.V.
228. PATRONADO PARA INSTALAR REPETIDORAS, CANALES DE TELEVISIÓN COATZACOALCOS, VER. A.C. XHCVP-TV CANAL 109.
229. RADIO UNIVERSIDAD DE TLAXCALA / XHUTX * 2 FOLIOS SG.
230. RADIODINÁMICA DEL SURESTE, S.A. DE C.V. / XEKV-AM Y XHKV-FM.
231. LA PRIMERISIMA, S.A. DE C.V. / XHSAV-FM.
232. PUTLA RADIO DIFUSIÓN, S.A. DE C.V. / TPRENDE XEPOR-AM.
233. RADIO IMPACTO, S.A. XEOL.
234. J. JESÚS LIRA RIVERA / XHFN Y XEFN.

235. JORGE RAFAEL CUEVAS RENAUD / XESJC-AM, XEPAB-AM, XELPZ-AM, XEHZ-AM, XHW-FM, XHPAL-FM, XHPAZ-FM, XHZPL-FM, XEVSD-AM, XELBC-AM, XESR-AM, XERLA-AM, XHGNS-FM, XHGNSB-FM, XEPAS-AM, XHPAS-FM, XEBAC-AM, XHANS-FM, XEBTS-AM, XHBTA-FM, XHSFP.
236. JESÚS MANUEL LÓPEZ CASTRO / RADIO ORGANIZACIÓN SALTILLO, S.A.
237. ISMAEL ABELARDO RANGEL CALDERÓN / SEÑAL 84, S.A. DE C.V.
238. GUILLERMO JESÚS VALERO HERNÁNDEZ / RADIO SANTA FE DE GUANAJUATO.
239. MARIA CONCEPCIÓN RODRÍGUEZ MEDEL / RADIODIFUSORA DE PUEBLA XEHR, S.A. DE C.V.
240. J. JESÚS LIRA RIVERA / XHFN - XEFN.
241. RADIO RUIZ, S.A. DE C.V. / XESK-AM
242. FRANCISCO JOSÉ NARVÁEZ RINCÓN / XEWM-AM Y XHWM-FM.
243. RADIO KORITA DE NAYARIT, S.A. DE C.V. / XERK-AM.
244. Radio Teponaztli, Radio Unido, Radio Olin (XHTR-FM, XEVHT-AM/XHVHT-FM, XEREC-AM/XHREC-FM).
245. Radio Altiplano, Tlaxcala.
246. Patronato Pro-Televisión de Cozumel (XHCOZ-TV Canal 5).
247. XEPOP Puebla, Puebla (María Concepción Rodríguez Medel).
248. XHVP-FM Atlixco, Puebla (María Concepción Rodríguez Medel).
249. AM de Tehuacan, Puebla (María Concepción Rodríguez Medel).
250. Radio XHMAXX, San Martín Texmeluca, Puebla (María Concepción Rodríguez Medel).
251. XHNP-FM Puebla, Puebla (María Concepción Rodríguez Medel).
252. XEPUE-AM Puebla, Puebla (María Concepción Rodríguez Medel).
253. Súper Sonido en FM, Puebla, Puebla (María Concepción Rodríguez Medel).
254. Multimedios Radio (XHCHA-FM Chihuahua, XHCLO-FM Monclova, XHCTO-FM Torreón, XHHPR-FM Hidalgo del Parral Coah., XHNLO-FM Nuevo Laredo, XHSNP-FM SLP, XHTPO-FM Tampico, XHTRR-FM Torreón).
255. Radio Informativa (XEAW-AM MTY, XHAW-FM MTY, XHCHH-FM CHIH, XHITS-FM MTY, XHJD-FM MYT, XHLRS-FM LINARES NL, XHPAG-FM MTY, XHRYS-FM REYNOSA).
256. La Voz de Linares (XELN-AM LINARES NL, XENL-AM MTY, XERG-AM MTY, XHAAA-FM REYNOSA, XHAHC-FM CHIH, XHCTC-FM CD CUAUHTEMOC CHIH, XHFMTU-FM MTY, XHVTH-FM CD MADERO TAMS).
257. Radio Triunfos (XEJUA-AM CD JUAREZ, XET-AM MTY, XET-FM MTY, XHHIT-FM TECATE BC, XHPJ-FM MTY, XHQCFM SALTILLO).
258. Multimedios Televisión (XHLGG-TV LEON GTO, XHNAT-TV NL TAMS, XHOAH-TV TORREON, XHTAO-TV TAMPICO, XHVTU-TV CD VICTORIA).

259. Televisión Digital (XHAW-TV MTY, XHSAW-TV SABINAS NL, XHVTV-TV MATAMOROS).
260. Transmisora Monterrey (XETKR-AM MTY).
261. Radio Contenidos (XEJM-AM MTY).
262. Interamericana de Radio (Mario César Wilkins Estrada).
263. Multimedia del Sur (XEVG-AM/XHVG-FM MERIDA YUC).
264. Radio la Veraz (XEVZ-AM/XHEVZ-FM ACAYUCAN VER).
265. Radio XHOZ-FM CELAYA GTO.
266. Radio XEOF-AM CELAYA GTO.
267. Radiodifusora XEMO-AM TJ BC.
268. Tijuana FM XHTY-FM, TJ BC.
269. Broadcasting Baja California XERCN-AM, TJ BC.
270. Broadcasting Baja California XHA-FM, TJ BC.
271. Radiodifusora XHFG-FM, TJ BC.
272. Radio Frontera de Coah. (XHPNS-FM PIEDRAS NEGRAS).
273. Radio Zócalo (XHPC-FM PIEDRAS NEGRAS).
274. Radio Millenium (XHCDU-FM CD ACUÑA COAH).
275. RADIO CELEBRIDAD, S.A., XERPR-AM, TUXTLA GTZ, CHIAPAS; XEMK-AM, S.A. DE C.V., XEMK-AM, HUIXTLA, CHIAPAS, XHMK-FM, S.A. DE C.V., HUIXTLA, CHIAPAS; RADIO CARMEN, S. DE R.L., XEIT-MVXHIT-FM, CD. DEL CARMEN, CAMP.; XEMAB-AM, S.A. DE C.V., XEMAB-AMHMAB-FM, CD. DEL CARMEN, CAMP.; PUBLICIDAD RADIOFONICA DE LA LAGUNA, S.A. DE C.V.; XELZ-AM, XHLZ-FM, COAHUILA, COAH., CADENA REGIONAL RADIO FÓRMULA, S.A. DE C.V., XEQN-AM, COAHUILA, COAH., RADIO UNION TEXCOCO, S.A. DE C.V., XEUR-AM, DISTRITO FEDERAL, PUBLICIDAD COMERCIAL DE MEXICO, S.A. DE C.V., XECO-AM, DISTRITO FEDERAL, LA VOZ DE LA LAGUNA, S.A., XEBPAM XHBP-FM, GÓMEZ PALACIO, DGO., DIFUSORAS DEL NORTE, S.A., XEDNAM XHDN-FM, GÓMEZ PALACIO, DGO., RADIODIFUSORA XEGZ-AM, S.A. DE C.V., XEGZ-AM XHGZ-FM, GÓMEZ PALACIO, DGO., XEWF, S.A., XEWF-AM, ESTADO DE MEXICO, RADIO PUBLICIDAD LATINOAMERICANA, S.A. DE C.V., XEVOZ-AM, ESTADO DE MEXICO, ESTEREO RITMO, S.A., XHNS-FM, GUERRERO, XHPO-FM, S.A. DE C.V., XHPO-FM, GUERRERO, XEVP-AM, S.A. DE C.V., XHEVP-FM (CAMBIO DE FRECUENCIA), GUERRERO, RADIO MUNDO DE ACAPULCO, S.A. (XEACD-AM), XHACD-FM (CAMBIO DE FRECUENCIA), GUERRERO, RADIO CONCIERTO ACAPULCO, S.A., XHPA-FM, GUERRERO, XHNU-FM, S.A., XHNU-FM, GUERRERO, MEDIO RADIAL DEL PACIFICO, S.A. DE C.V. (XEKOK-AM), XHKOK-FM (CAMBIO DE FRECUENCIA), GUERRERO, RADIO MAR, S.A. (XEKJ-AN1), XHKJ-FM (CAMBIO DE FRECUENCIA), GUERRERO, XECI, S.A., XHCI-AM (CAMBIO DE FRECUENCIA), GUERRERO, MULTIESTEREOFONICA, S.A. DE C.V., XHZIH-FM, GUERRERO, XEZJ-AM, S.A. DE

C.V., XEZJ-AM, GUADALAJARA, RADIO INTEGRAL, S.A. DE C.V., XEPJ-AM, GUADALAJARA, FRECUENCIA RADIOFONICA DE OCCIDENTE, S.A. DE C.V., XEHK-AM, GUADALAJARA, XHOJ-FM, S.A. DE C.V., XHOJ-AM, GUADALAJARA, XHJQ-FM, S.A. DE C.V., XHJQ-FM, GUADALAJARA, XEDK, S.A. DE C.V., XEDK-AM, GUADALAJARA, XEDKT-AM, S.A. DE C.V., XEDKT-AM, GUADALAJARA, RADIO UNIDO, S.A., XHRX-FM, GUADALAJARA, MEDIOS DE INFORMACION DE OCCIDENTE, S.A. DE C.V., XHGDA-FM, GUADALAJARA, XEIRG-AM, S.A. DE C.V., XHIRG-FM (CAMBIO DE FRECUENCIA), GUANAJUATO, XESAG-AM, S.A. DE C.V., XESAG-AM, GUANAJUATO, RADIO NOVA, S.A. DE C.V., XHNG-FM, MORELOS, ESTEREOPOLIS, S.A., XHTB-FM, MORELOS, RADIO UNION, S.A., XEJPA-AM, MORELOS, XHCU-FM, S.A. DE C.V., XHCU-FM, MORELOS, RADIO ELECTRONICA MEXICANA, S.A., XHCM-FM, MORELOS, NEGOCIOS MODERNOS, S DE R.L., XEASM-AM, MORELOS, XHSW-FM, S.A. DE C.V., XHSW-FM, MORELOS, SISTEMA RADIANTE XXI, S.A. DE C.V., HCMR-FM, CUAUTLA, MORELOS, XELCM, S.A. DE C.V., XELCM-AM, MICHOACAN, XEZAR, S. S. A. DE C.V., XEZAR-AM, PUEBLA, XETCP-AM, S.A. DE C.V., XETCP-AM, PUEBLA, RADIO ORIENTAL, S.A. DE C.V., XHTEU-FM, PUEBLA, XERTP, S.A. DE C.V., XERTP-AM, PUEBLA, PUE., XENAY, AM, S.A. DE C.V., XENAY-AM, PTO. VALLARTA, XEPVJ-AM, S.A. DE C.V., XEPVJ-AM, PTO. VALLARTA, INFORMACION RADIOFONICA, S.A.,

XEST-AM, XHST-FM, SINALOA, AUDIO PANORAMA, S.A., XHZS-FM, SINALOA, XERTP, S.A. DE C.V., XERTP-AM, SAN MARTÍN TEXMELUCAN, PUE., RADIO NAYARITA, S.A. DE C.V., XEZE-AM XHZE-FM, SANTIAGO IXCUINTLA, NAY., GRUPO RADIALDE TAMPICO, S.A. DE C.V., XHHF-FM, TAMPICO, TAMPS., ESTEREO VIDA DE TAMPICO, S.A. DE C.V., XHMU-FM, TAMPICO, TAMPS., JUAN GUALBERTO GUERRA LUNA, XERP-AM, TAMPICO, TAMPS., MUSICA RADIOFONICA, S.A., XEOLA-AM, TAMPICO, TAMPS., RADIO TELEVISORA DE TAMPICO, S.A., XES-AM, TAMPICO, TAMPS., RADIO TRANSMISORA TAMAULIPECA, S.A., XERRT-AM, TAMPICO, TAMPS., XHRW-FM TAMPICO, S.A. DE C.V., XHRW-FM, TAMPICO TAMPS., RADIO TIEMPO, S.A. DE C.V., XETO-AM, TAMPICO, TAMPS., IMPULSORA MODERNA DEL RADIO, S.A. DE C.V., XETU-AM, TAMPICO, TAMPS. XEPAV-AM, S.A. DE C.V., XEPAV-AM, TAMPICO, TAMPS., COMERCIALIZADORA DE EVENTOS RADIOFÓNICOS, S.A. DE C.V., XEAR-AM, TAMPICO, TAMPS., XHPP-FM, S.A. DE C.V., XHPP-FM, TAMPICO, TAMPS., RADIO TOLUCA, S.A. DE C.V., XEQY-AM, TOLUCA, ALEJANDRO SOLIS BARRERA, XHCRA-FM, ALAMO TEMAPACHE, VER., RADIO TUXPAN, S.A. DE C.V., XETVR-AM, XHTVR-FM, TIERRA BLANCA, VER., XEBY, S.A. DE C.V., XHBY-FM (CAMBIO DE FRECUENCIA), TUXPAN, VER., XHTU-FM, S.A. DE C.V., XHTU-FM, TUXPAN, VER., RADIO CLUB, S.A., XHRRR-AM, PAPANTLA, DE OLARTE, VER., RADIO XEPW, S.A., XEPW-AM XHPW-FM, POZA RICA, VER., RADIO

- TAJÍN, S.A., XEPV-AM XHPV-FM, PAPANTLA DE OLARTE, VER., COMPAÑÍA RADIOFÓNICA DE POZA RICA, S.A., XEPR-AM XHPR-FM, LA GRANDEZA, VER., RADIO TROPICANA, S.A., XEJD-AM XHEJD-FM, POZA RICA, VER., XECOV-AM, S.A. DE C.V., XECOV-AM XHCOV-FM, POZA RICA, VER., XEQAA-AM, S.A. DE C.V., XEQAA-AM, (CAMBIO DE FRECUENCIA) XHQAA-FM, QUINTANA, ROO, XEZAZ-AM, S.A. DE C.V., XEZAZ-AM, XHZAZ-FM, ZACATECAS,
276. XHSD-FM HERMOSILLO SON.
277. ORGANIZACIÓN RADIO ORO, S.A. DE C.V./XHRS-FM, PUEBLA.
278. RADIO 88.8, S.A. DE C.V./XHM-FM, DISTRITO FEDERAL.
279. CORPORACIÓN RADIOFÓNICA DE PACHUCA, S.A. DE C.V./XEPK-AM, HIDALGO.
280. CORPORACIÓN RADIOFÓNICA DE TOLUCA, S.A. DE C.V./XHRJ-FM, ESTADO DE MÉXICO.
281. ESTEREO SAN LUIS, S.A. DE C.V./XHTL-FM, SAN LUÍS POTOSÍ.
282. FÓRMULA MELÓDICA, S.A. DE C.V./XHDFM-FM, DISTRITO FEDERAL.
283. COLIMA FRECUENCIA MODULADA, S.A. DE C.V./XHCIA-FM, COLIMA.
284. RADIO XEOZ, S.A. DE C.V./XEOZ-AM, VERACRUZ.
285. RADIO VALLARTA, S.A. DE C.V./XEVAY-AM, JALISCO.
286. RADIO POBLANA, S.A. DE C.V./XEHIT-AM, PUEBLA.
287. RADIO ONDAS DE LOS TUXTLAS, S.A. DE C.V./XEDQ-AM, VERACRUZ.
288. RADIO MIL DEL PUERTO, S.A. DE C.V./XHCS-FM, VERACRUZ.
289. RADIO FRECUENCIA MODULADA, S.A. DE C.V./XHPOP-FM, DISTRITO FEDERAL
290. RADIO XEAGS. S.A. DE C.V./XEAGS-AM, GUERRERO
291. RADIO XHJHS, S.A. DE C.V./XHJHS-FM, QUERÉTARO
292. CARLOS DE JESUS QUIÑONES ARMENDARIZ/XEPB-AM
293. CARLOS DE JESUS QUIÑONES ARMENDARIZ / XEDL-AM
294. CARLOS DE JESUS QUIÑONES ARMENDARIZ/XEVS-AM Y XHVS-FM
295. CARLOS DE JESUS QUIÑONES ARMENDARIZ/XHGON-FM
296. CARLOS DE JESUS QUIÑONES ARMENDARIZ/XEAB-AM
297. PROMOTORA DE RADIO XHCMN-FM, S.A. DE C.V./ XHCMN-FM, DISTRITO FEDERAL
298. RADIODIFUSORA ESTEREOFIEL, S.A. DE C.V./ XHMX-FM, DISTRITO FEDERAL
299. MENSAJE RADIOFÓNICO, S.A. DE C.V./XELIA-AM, DISTRITO FEDERAL
300. RADIO MIL DE VERACRUZ, S.A. DE C.V./XECSV-AM
301. FANTASIA MUSICAL 58, S.A. DE C.V./XEHO-AM, DISTRITO FEDERAL
302. VOZ DEL SUR, S.A. DE C.V./XHLI-FM, XELI-AM, DISTRITO FEDERAL

303. PUBLICITAS, S.A./XEDA-AM, DISTRITO FEDERAL.
304. COMUNICACIONES ALREY, S.A. DE C.V./XHMMO-FM, DISTRITO FEDERAL.
305. RADIO PALACIOS, S.A. DE C.V./XEUK-AM, XEEZ-AM, XHCBR-FM, SONORA.
306. AMPLITUDES Y FRECUENCIAS DE OCCIDENTE, S.A. DE C.V./XEXT-AM, NAYARIT.
307. RADIO TESORO, S.A. DE C.V./XHZZZ-FM, COLIMA.
308. CLAUDIA ELENA LIZÁRRAGA/XHNZI-FM, SONORA.
309. RADIO XHVC-FM, S.A. DE C.V./XHVC-FM, PUEBLA.
310. EMISORAS DEL NORTE, S.A. DE C.V./XEVM-AM, COAHUILA.
311. GRUPO RADIODIGITAL SIGLO XXI, S.A. DE C.V./XEAA-AM, XEAZ-AM, BAJA CALIFORNIA, XEXV-AM, XHXV-FM, GUANAJUATO, XEKF-AM, GUERRERO, XEKB-AM, JALISCO, XEYK-AM, XERRF-AM, YUCATÁN.
312. LUIS EDUARDO STEPHENS ZAVALA/XEUX-AM, NAYARIT
313. RADIO AMISTAD DE SONORA, S.A. DE C.V./XEPS-AM, SONORA.
314. RADIO ARMERÍA, S.A. DE C.V./XEMAX-AM, COLIMA.
315. RADIO Y TELEVISIÓN DE COLIMA, S.A. DE C.V./XETTT-AM, COLIMA.
316. XHTA, S.A. DE C.V./XHTA-FM, COAHUILA
317. SUCESIÓN D EMODESTO ORTEGA SERRANO/XEDR-AM, XHDR-FM, SONORA
318. XERL, SUCESORES DE J. ROBERTO LEVY, S.A. DE C.V./XERL-AM, COLIMA
319. RADIODIFUSION MODERNA, S.A. DE C.V./XEZL-AM, VERACRUZ
320. RADIODIFUSORAS CAPITAL, S.A. DE C.V./XEITE-AM, DISTRITO FEDERAL, XECH-AM, ESTADO DE MÉXICO, XECHH-AM, XHCHH-FM, GERRERO, XENA-AM, QUERÉTARO, XEHQ-AM, SONORA, XERV-AM, TABASCO
321. XEIK, S.A. DE C.V./XEIK-AM, COAHUILA
322. RADIO CENTINELA, S.A. DE C.V./ XER-AM LINARES, N.L., Y XEAU-AM DE MONTERREY, N.L.
323. RADIO TRANSMISORA DEL PACÍFICO, S.A. DE C.V./XEACA-AM, DE ACAPULCO, GRO.
324. TRANSMISORA REGIONAL RADIO FORMULA, S.A., DE C.V./XEAGR-AM DE ACAPULCO, GRO., XHAGR-AM: ACAPULCO, GRO., XECAQ-AM DE CANCUN, Q-ROO., XHCAQ-FM DE CANCUN, Q.ROO, XEAHGR-AM DE VILLA HERMOSA, TAB., XEIZ-AM DE MONTERREY, N.L., XEKAM-AM DE TIJUANA, B.C., XEOM-AM DE COATZACOALCOS, VER., XEXK-AM DE POZA RICA, VER, XEZ-AM DE MERIDA, YUC., XEAVR-AM DE ALVARADO, VER.
325. RADIO FORMULA DEL NORTE, S.A., DE C.V./XENLT-AM DE NUEVO LAREDO, TAMPS.
326. MULTIMEDIA DEL SUR, S.A., DE C.V./XEVG-AM Y XHVG-FM DE MÉRIDA, YUC.

327. CADENA REGIONAL RADIO FORMULA, S.A. DE C.V./XEACN-AM DE LEÓN, GTO., XEE-AM DE DURANGO, DGO., XHE-FM DE DURANGO, DGO., XEGAJ-AM DE GUADALAJARA, JAL., XEJX-AM DE QUERÉTARO, QRO., XERW-AM DE LEÓN, GTO., XEQN-AM DE TORREÓN, COAH., XETF-AM DE VERACRUZ, VER., XEYF-AM DE HERMOSILLO, SON., XHCVC-FM DE CUERNAVACA, MOR.
328. FÓRMULA RADIOFÓNICA, S.A., DE C.V./XEACE-AM DE MAZATLÁN, SIN., XEACH-AM DE GUADALUPE, N.L., XEBON-AM DE GUADALAJARA, JAL., XEDKN-AM DE GUADALAJARA, JAL., XEEX-AM DE CULIACÁN, SIN., XEHF-AM DE NOGALES, SON., XEMON-AM DE GUADALUPE, N.L., XEMTS-AM DE TAMPICO, TAMPS., XERM-AM DE MEXICALI, B.C., XESMR-AM DE SAN LUIS POTOSÍ, S.L.P., XEV-AM DE CHIHUAHUA, CHIH., XEYC-AM DE CD. JUÁREZ, CHIH., XENT-AM DE LA PAZ, B.C.S.
329. RADIO UNO FM, S.A./XEDF-FM DE MÉXICO, D.F.
330. LA B GRANDE FM, S.A./XERFR-FM DE MÉXICO, D.F.
331. LA B GRANDE FM, S.A./XEAI-AM DE MÉXICO, D.F.
332. RADIO ORO, S.A., DE C.V./XEDF-AM DE MÉXICO, D.F.
333. PEGASO RADIOCOMUNICACIONES, S.A., DE C.V./XEZHO-AM, DE ZIHUATANEJO, GRO.
334. RADIO UNO, S.A./XERFR-AM DE MÉXICO, D.F.
335. RADIODIFUSORA COMERCIAL X.E.A.Z. 720 AM DE SAN JUAN DE LOS LAGOS, JALISCO.
336. XEID RADIO COMUNICACIÓN DE ALAMO, S.A., DE C.V.
337. RADIO XEVILL, S.A. DE C.V./XEVILL-AM (650 Khz.) DE LA CIUDAD DE VILLAHERMOSA, TABASCO.
338. RADIO CANCÚN, S.A. DE C.V./XHROO FM 95.3.
339. STEREO MAYA, S.A., DE C.V./XHGL FM 97.7.
340. TELEVISORA DE YUCATÁN, S.A. DE C.V./XHY-TV CANAL 2.
341. TELEVISORA DE CANCÚN, S.A. DE C.V./XHCCU-TV CANAL 13.
342. RADIO CAMPECHE, S.A. DE C.V./XECAM-AM 1280 Y XHCAM FM 98.9.
343. LA VOZ DE QUINTANA ROO, S.A. DE C.V./XEROO AM 960.
344. RADIO INTEGRAL, S.A. DE C.V./XHMT-FM 98.5.
345. RADIO INTEGRAL, S.A. DE C.V./XHYU-FM 100.1.
346. RADIO FORTÍN, S.A./XEKG-AM EN EL ESTADO DE VERACRUZ.
347. COMUNICACIÓN XERSA, S.A. DE C.V./XETRA-FM DE TIJUANA B.C., XHRM-FM DE TIJUANA B.C., Y XHITZ-FM DE TIJUANA, B.C.
348. XEVC, S.A./XEVC-AM EN EL ESTADO DE VERACRUZ.
349. PROMOTORES DE RADIO, S.A./XEZU-AM UBICADA EN ZACAU, MICH.

350. MULTIMEDIA DE SAN LUIS, S.A., DE C.V./XERASA-AM, UBICADA EN SAN LUIS POTOSÍ, S.L.P.
351. RADIO LA BARCA, S.A./XELB-AM, UBICADA EN JAMAY, JAL.
352. TELEVISORA XHBO, S.A. DE C.V.
353. COMUNICACIÓN 2000, S.A. DE C.V./XHSLV-7
354. RADIODIFUSORAS EL GALLO, S.A. DE C.V.
355. RADIODIFUSORA COMERCIAL X.E.Z.K. 550 AM DE TEPATITLÁN DE MORELOS, JALISCO.
356. CORPORADIO GAPE DE TAMAULIPAS, S.A. DE C.V.
357. RADIO FRONTERA DEL SURESTE, S.A. DE C.V./XEFRT-AM, EN EL EDO. DE CHIAPAS.
358. ORGANIZACIÓN EDITORIAL MEXICANA, S.A. DE C.V./XECZ-AM, EN EL ESTADO DE S.L.P.
359. RADIO PANZACOLA, S.A./XEEG-AM, EN EL EDO. DE PUEBLA.
360. RADIO MIL CHIAPAS, S.A. DE C.V./XETAC-AM YXHTAC-FM EN EL ESTADO DE CHIAPAS.
361. MÉXICO RADIO S.A. DE C.V./XEABC-AM MEXICO, XEVOX-AM SINALOA, XENX-AM SINALOA, XEABCJ-AM JALISCO, XEAV-AM JALISCO, XEQG-AM QUERÉTARO, XEZUM-AM GUERRERO, XEXC-AM GUERRERO, XHIGA-FM GUERRERO, XHTXO-FM GUERRERO, XETOT-AM TAMAULIPAS, XEMMM-AM BAJA CALIFORNIA, XE11-1-AM VERACRUZ.
362. X.E.F.N., S.A./XEFN-AM, UBICADA EN URUAPAN, MICH.
363. LARIS HERMANOS, S.A./XELQ-AM, UBICADA EN MORELIA, MICH.
364. JOSEFINA RODRÍGUEZ MÉNDEZ,/XEATM-AM, UBICADA EN MORELIA, MICH.
365. MANUEL FLORES Y CÍA., S. EN N.C./XECJ-AM, UBICADA EN APATZINGÁN, MICH.
366. LY, S.A./XELY-AM, UBICADA EN MORELIA, MICH.
367. OPERADORA DEL VALLE ALTO, S.A. DE C.V./XETOL-AM DE LA CIUDAD DE TOLUCA, EDO. DE MÉXICO.
368. RADIO XHENO, S.A. DE C.V./XHENO-FM DE LA CIUDAD DE TOLUCA, EDO. DE MÉXICO.
369. RADIO XHRH-FM, S.A. DE C.V./XHRH-FM DE LA CIUDAD DE PUEBLA, PUEBLA.
370. RED CENTRAL RADIOFÓNICA, S.A. DE C.V./XERD-AM, COMBO XHRD-FM DE LA CIUDAD DE PACHUCA, HGO.
371. XHRC-FM, S.A. DE C.V./XHRC-FM DE LA CIUDAD DE PUEBLA, PUEBLA.
372. RADIO PARAÍSO, S.A., DE C.V./XEMAR-AM, COMBO XHMAR-FM DE LA CIUDAD DE ACAPULCO, GRO.
373. RADIO ALAR, S.A., DE C.V./XHCLI-FM DE LA CIUDAD DE CULIACÁN, SINALOA.
374. RADIO INTEGRAL, S.A. DE C.V. /XERE-AM (920 Khz.) COMBO XHRE-FM de la ciudad de Celaya, Guanajuato; XHITO-FM (106.3 Mhz.) y XHJTA-FM (94.3 Mhz.) de la ciudad de Irapuato, Guanajuato; XEXF-AM (1140 Khz.) y XHPQ-FM (97.5 Mhz.) de la ciudad de León, Guanajuato; XEMM-AM (960 Khz.) y XHMO-FM (93.9 Mhz.) de la ciudad de Morelia, Michoacán;

XEGV-AM (1120 Khz.) y XHQTo- FM (97.9 Mhz.) de la ciudad de Querétaro, Querétaro; XEBB-AM (600 Khz.) COMBO XHBB-FM y XHAGE-FM (102.3 Mhz.) de la ciudad de Acapulco, Guerrero; XECOC-AM (1430 Mhz.) de la ciudad de Colima, Colima; XHPI-FM (93.1 Mhz.) y XEMIA-AM (850 Khz.) de la ciudad de Guadalajara, Jalisco; XHME-FM (89.5 Mhz) de la ciudad de Puerto Vallarta, Jalisco; XEFR-AM (1180 Khz.), XEL-AM (1260 Khz.) y XHSH-FM (95.3 Mhz.) de la ciudad de México, Distrito Federal, XHCNA-FM (100.1 Mhz.) y XEVQ-AM (830 Khz.) de la ciudad de Culiacán, Sinaloa; XHMAT-FM (99.5 Mhz.) de la ciudad de Mazatlán, Sinaloa; XEOK-AM (900 Mhz.) de la ciudad de Monterrey, Nuevo León; XHNB-FM (95.3 Mhz.) y XHQB-FM (98.5 Mhz.) de la ciudad de San Luis Potosí, San Luis Potosí; XHUSS-FM (92.3 Mhz.), XEDM-AM (1580 Khz.) y XEFEM-AM (1170 Mhz.) de la ciudad de Hermosillo, Sonora; XEYI-AM (580 Khz.) COMBO XHYI-FM de la ciudad de Cancún, Quintana Roo; XHNE-FM (100.1 Mhz.) y XHOM-FM (107.5 Mhz.) de la ciudad de Coatzacoalcos, Veracruz; XEPP-AM (1190 Khz.) COMBO XHPP-FM de la ciudad de Orizaba, Veracruz; XH -FM (89.7) de la Ciudad de Oaxaca, Oax. XEIL-AF de la Ciudad de Veracruz, Veracruz, XHOP-FM y XHSAT-FM de la Ciudad de Villahermosa, Tabasco.

375. RADIO XEIU, S.A. DE C.V./XEIU-AM COMBO XHIU-FM DE LA CIUDAD DE OAXACA, OAX.

376. XHPVA-FM DE LA CIUDAD DE PUERTO VALLARTA, JALISCO.

377. RADIO CENTRAL, S.A. DE C.V./XEBI-AM y XHBI-FM, Radio San Marcos, S.A. de C.V., concesionaria de XERO-AM y XHRO-FM, Solasol, S.A. de C.V., concesionaria de XEUVA-AM y XHUVA-FM, Súper FM, S.A. de C.V., concesionaria de XHUZ-FM, Energía Digital, S.A. de C.V., concesionaria de XHUNO-FM, Radio y Publicidad de Aguascalientes, S.A. de C.V., concesionaria de la estación XEYZ-FM y XHYZ-FM de Aguascalientes, Ags.; Compañía Campechana de Radio, S.A. de C.V., concesionaria de XERAC-AM y XHRAC-FM, Radio Amiga, S.A., concesionaria de XHMI-FM, Radiorama del Sureste, S.A. de C.V., concesionaria de XEA-AM y XHAC-FM de San Francisco de Campeche, Camp.; Radio Palizada, S.A., concesionaria de XETH-AM y XHTH-FM de Palizada, Camps.; Radio Escárcega, S.A., concesionaria de XEESC-AM de Escárcega, Camp.; Radio Comercial de Campeche, S.A., concesionaria de XESE-AM de Champotón, Camps.; Radio Cajeme, S.A. de C.V., concesionaria de XEOX-AM y XHOX-FM, Organización Sonora, S.A. de C.V., concesionaria de XEOS-AM, XEHX, S.A. de C.V., concesionaria de XEHX-AM de Ciudad Obregón, Son.; Luis Felipe García de León Martínez, concesionario de XHVJS-FM de Villa Juárez, Son.; Difusoras de Durango, S.A. de C.V., concesionaria de XECK-AM y XHCK-FM, TV Diez Durango, S.A. de C.V., concesionaria de XHA-TV de Durango, Dgo.; Organización Radiofónica de Acambaro, S.A. de C.V., concesionaria de XEAK-AM, XEVW-AM y XHVW-FM de Acambaro, Gto.; Francisco Antonio

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

Son.; El Herald Fronterizo, S.A., concesionaria de XEWD-AM de Ciudad Miguel Alemán, Tamps.; Cadena Radial del Sur, concesionaria de XESUR-AM de Chilapa, Gro.; Radio Iguala, S.A. de C.V., concesionaria de XEIG-AM de Iguala, Gro.; Radiodifusoras de Zacatecas, S.A. de C.V., concesionaria de XEZC-AM de Río Grande, Zac.; Ralla Zacatecana, S.A. de C.V., concesionaria de XEYQ-AM y XHYQ-FM de Fresnillo, Zac.; Radio Publicidad Zacatecana, S.A. de C.V., concesionaria de XELK-AM, Raza Publicidad, S.A de C.V., concesionaria de XEXZ-AM de Zacatecas, Zac.; Radio Colima, S.A., concesionaria de XEUU-AM y XHUU-FM de Colima, Col.; Radio Manzanillo, S.A. de C.V., concesionaria de XECS-AM de Manzanillo, Col.; Radio Tropical, S.A. de C.V., concesionaria de XEHU-AM, José Manuel Manterola Sainz, concesionario de XEHU-FM, Radio XEUZ, S.A., concesionaria de XEHTY-AM de Martínez de la Torre, Ver.; Radio XEPT, S.A. de C.V., concesionaria de XEPT-AM de Misantla, Ver.; Radio XEVO, S.A. de C.V., concesionaria de XEVO-AM de San Rafael, Ver.; Radiodifusora de Monclova, S.A., concesionaria de XEMF-AM, Radio XEMF-AM, concesionaria de XEWGR-AM y XHWGR-FM de Monclova, Coah.; Sucesión de Alejandro Padilla Reyes, concesionaria de XEBQ-AM y XHBQ-FM de Guaymas, Son.; Josefina Reyes Sahagún, concesionaria de XEEY-AM de El Sauz II, Ags.; Radio Popular Fronteriza, S.A., concesionaria de XEMJ-AM de Piedras Negras, Coah.; Francisco Everardo Elizondo Cedillo, concesionario

de XEXU-AM de Frontera, Coah.; José Luis Oliva Meza, XETP-AM y XHTP-FM, RADIO LUJO, S.A. DE C.V. XEBD-AM y XHBD-FM DE BANDERILLA, VER., RADIO VARIEDADES, S.A. DE C.V., XEYV-AM y XHYV-FM DE PUEBLO DE SANTA LETICIA, VER., JASZ RADIO, S.A., DE C.V., XEVT-AM y XHVT-FM DE VILLAHERMOSA. TAB., RADIO ENSENADA, S.A. XEDX-AM DE ENSENADA, B.C., RADIODIFUSORA CACHANILLA, S.A. DE C.V., XEMBC-AM de Mexicali, B.C.; Radio Tijuana, S.A., concesionaria de XEBG-AM, Radio 80, S.A., concesionaria de XESPN-AM, Radio Sensación, S.A. de Tijuana, S.A., concesionaria de XHMORE-FM de Tijuana, B.C.; Radio Promotora de Mexicali, S.A., concesionaria de XEWV-FM de Mexicali, B.C.; Mario Enrique Mayans Concha, concesionario de XHBJ-TV de Tijuana, B.C.; Radio Carmen, S. de R. L., concesionaria de XEIT-AM y XHIT-FM Ciudad del Carmen, Camp., Raúl Eduardo Martínez Ramón, concesionario de XHTF-FM de Monclova, Coah.; Sucesión de José Ismael Alvarado Robles, concesionaria de XEQZ-AM de San Juan de los Lagos, Jal., y XEZK-AM de Tepatlán, Jal.; Sucesión de Francisco Vidal Esquer, concesionaria de XEXN-AM de Ures, Son.; Jesús Ávila Femat, concesionario de XEXM-AM de Jerez de García Salinas, Zac.

- 378. RADIO XEFIL, S.A. DE C.V./XEFIL-AM UBICACIÓN EN MAZATLÁN, SINALOA.
- 379. IMPULSORA DE FRECUENCIA MODULADA, S.A. DE C.V./XHLS-FM, UBICACIÓN EN GUADALAJARA, JALISCO.

- 380. SISTEMA DE RADIO Y TELEVISIÓN, S.A. DE C.V./XEZOL-AM, UBICACIÓN EN CIUDAD JUÁREZ, CHIHUAHUA.
- 381. FRECUENCIA MODULADA DE OCCIDENTE, S.A. DE C.V./XHRA-FM, UBICACIÓN EN GUADALAJARA, JAL.
- 382. RADIO ESTEREO XHH-FM, S.A. DE C.V./XHH-FM, UBICACIÓN EN CIUDAD JUÁREZ, CHIHUAHUA.
- 383. RADIO INTERNACIONAL DE MÉXICO, S.A., DE C.V./XEWV-AM, UBICACIÓN EN CIUDAD JUÁREZ, CHIHUAHUA.
- 384. RADIOFÓNICA XEBW DEL NORTE, S.A., DE C.V./XEBW-AM, UBICACIÓN EN CHIHUAHUA, CHIHUAHUA.
- 385. RADIO XEVU, S.A. DE C.V./XEVU-AM Y XHVU-FM, UBICACIÓN EN MAZATLÁN, SINALOA.
- 386. PEDRO BOONE MENCHACA/XEWU-AM, UBICACIÓN EN MATEHUALA, SAN LUIS POTOSÍ.
- 387. RADIO XHGU, S.A. DE C.V./XHGU-FM, UBICACIÓN EN CIUDAD JUÁREZ, CHIHUAHUA.
- 388. RADIO IMPULSORA DE OCCIDENTE, S.A. DE C.V./XESP-AM, UBICACIÓN EN SAN PEDRO TLAQUEPAQUE, JALISCO.
- 389. RADIO VIDEO DE LA FRONTERA, S.A., DE C.V./XEJPV-AM, UBICACIÓN EN CIUDAD JUÁREZ, CHIHUAHUA.
- 390. CONSORCIO TELERADIAL DEL NORTE, S.A. DE C.V./XEFV-AM, UBICACIÓN EN CIUDAD JUÁREZ, CHIHUAHUA.

391. RICARDO BOONE MENCHACA/XEFF-AM, UBICACIÓN EN MATEHUALA, SAN LUIS POTOSÍ.
392. SERGIO UGALDE DÍAZ/XEBU-AM, UBICACIÓN EN CHIHUAHUA, CHIHUAHUA.
393. JOSÉ LUIS BOONE MENCHACA/XEF-AM, UBICACIÓN EN CIUDAD JUÁREZ, CHIHUAHUA.
394. RADIO XEQD, S.A. DE C.V./XEQD-AM, UBICACIÓN EN CHIHUAHUA, CHIHUAHUA.
395. ONCE TV MÉXICO.
396. TELE-EMISORAS DEL SURESTE, S.A., DE C.V./XHTOE-TV CANAL 12 EN TENOSIQUE, TABASCO.
397. DIRECCIÓN GENERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DE HIDALGO/XHAMH-TV CANAL 6, XHMOH-TV CANAL 7, XHPFH-TV CANAL 6, XHTDA-TV CANAL 10 Y XHZAH-TV CANAL 5.
398. DIRECCIÓN GENERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DE HIDALGO/XHPAH-TV CANAL 3, XHTOV-TV CANAL 6 (+), XHTUH-TV CANAL 6, XHIXM-TV CANAL 7, XHHUH-TV CANAL 13 Y XHTHI-TV CANAL 8.
399. DIRECCIÓN GENERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DE HIDALGO/XHACT-FM, XEHGO-AM, XEHUI-AM, XHD-FM, XEZG-AM, XEAWL-AM, XHBCD-FM, XEPEC-AM, XEIND-AM Y XHLLV-FM.
400. O.P.D. RADIO Y TELEVISIÓN DE GUERRERO.
401. FOMENTO RADIOFÓNICO DEL BAJIO, S.A. / XEZH-AM.
402. RADIOTEC TIJUANA / XHITT.
403. RADIO ZACATECAS / XHZH-FM.
404. FOMENTO CULTURAL Y EDUCATIVO / XHFCE-FM.
405. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SAN LUIS POTOSÍ / XEXQ-AM Y XHUSP-FM
406. SISTEMA MORELENSE DE RADIO Y TELEVISIÓN.
407. Televisión la Paz, S.A. de C.V.
408. Universidad Autónoma de Baja California Sur.
409. Cabo Mil, S.A. de C.V.
410. La Onda del Mar, S.A. de C.V.;
411. Radio Integral, S.A. de C.V.;
412. XHECO-FM, S.A. de C.V.;
413. XHTY-FM, S.A. de C.V.;
414. Silvia Evangelina Godoy Cárdenas.
415. Universidad de Colima.
416. Servicios Publicitarios de Cuauhtémoc, S.A.;
417. Audio grabaciones Belmont de Cuauhtémoc, S.A. de C.V.;
418. Radio Casas Grandes, S.A.;
419. Sabe Digital, S.A. de C.V.
420. Sistema Regional de Televisión, A.C.
421. EL VOCERO DEL NORTE, S.A.;
422. RADIODIFUSORAS UNIDAS DE CHIHUAHUA, S.A.;
423. XEHES-AM, S.A. DE C.V.;

- | | |
|--|--|
| 424. RED NACIONAL RADIOEMISORA, S.A.; | 434. Canal 1190 S.A. de C.V. |
| 425. Difusoras de Chihuahua S.A. de C.V.; | 435. La Voz de Norteamérica S.A. de C.V. |
| 426. Impulsora de Radio Chihuahua S.A.; | 436. FRECUENCIA MODULADA MONTERREY, S.A. DE C.V. |
| 427. XHUA-FM S.A. DE C.V. | 437. Radio Laredo S.A. de C.V. |
| 428. Ana Cristina Pelaez Domínguez. | 438. Universidad de Nuevo León |
| 429. Radio Orizaba, S.A. | 439. Universidad Autónoma de Campeche. |
| 430. XEOV, S.A. | 440. Gobierno del Estado de Campeche. |
| 431. Universidad Autónoma de Baja California. | 441. Universidad de Sonora. |
| 432. Gobierno del Estado de San Luis Potosí. | |
| 433. PROMOTORA DE RADIO XHCMN-FM, S.A. DE C.V. | |

Instituciones públicas y organizaciones especializadas

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

Ciudadanos independientes

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

a. CUESTIONARIO, BASE DE LA CONSULTA.

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

Con respecto a la disminución de plazos

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

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

Con respecto a los mecanismos de entrega de órdenes de transmisión

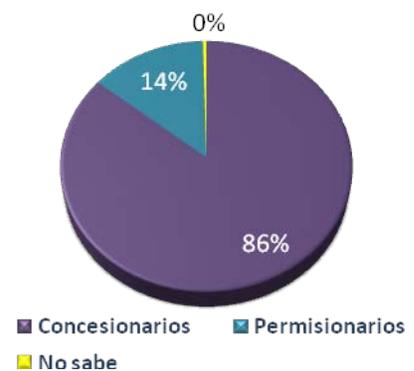
1. Actualmente, ¿cuál es la modalidad por la que le entregan promocionales los particulares o personas morales que contratan espacios en la pauta comercial de su concesionario/permisionario o las instituciones del Estado mexicano para ser transmitidos en tiempos comerciales o tiempos del Estado? Detalle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

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

- El Instituto Federal Electoral consultó a 1886 concesionarios y permisionarios que representan a 2319 emisoras de todo el país.
- Recibió 441 respuestas que representan a 493 concesionarios y permisionarios.
- De los 493 concesionarios y permisionarios que respondieron, no todos se pronunciaron sobre el cuestionario.
- Además, en varios de los cuestionarios no se pronunciaron respecto a algunas preguntas. Por ello, los datos estadísticos que mostramos a continuación, están basados únicamente en los pronunciamientos explícitos por pregunta y, por ende, el universo total puede variar de un gráfico a otro.

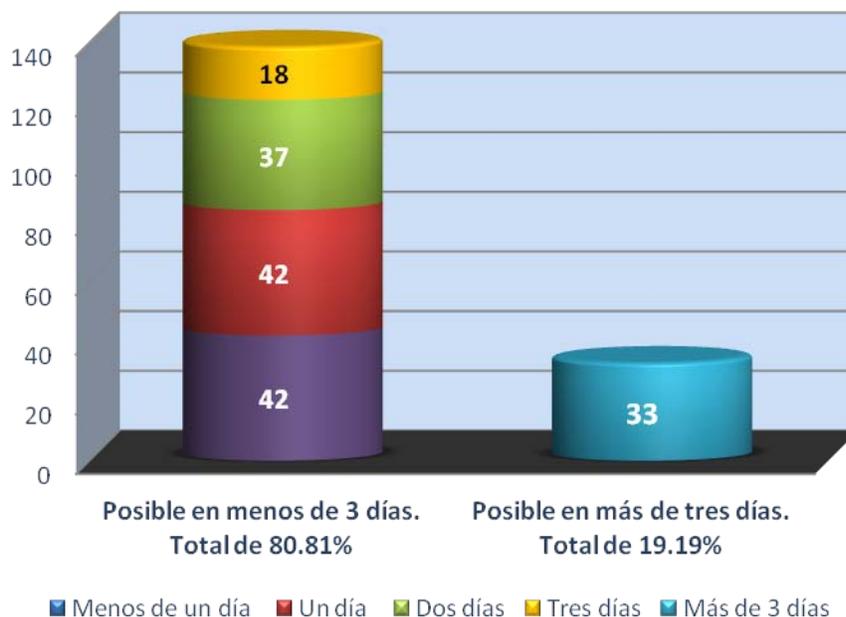
Consulta	Opción	Cantidad	% de respuesta
2. ¿Cómo se recibió la respuesta?	Por correo electrónico	124	25.15
	Por oficio	364	73.83
	Ambos	5	1.01
3. Indique si la respuesta fue recibida dentro del plazo otorgado o fuera de éste.	En tiempo	486	98.58
	Extemporánea	7	1.42

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

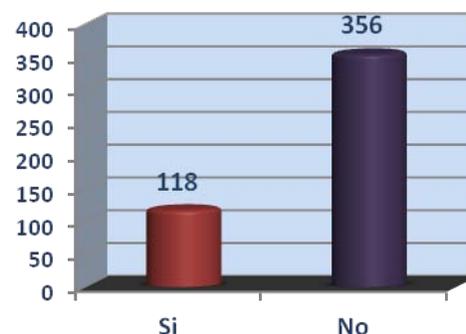


Consulta	Opción	Cantidad	% de respuesta
6. ¿Cuál es el tiempo mínimo posible en la concesionaria/permisionaria a su cargo para transmitir un promocional, tomando en cuenta el tiempo que transcurre desde que se recibe el promocional, ya sea de carácter privado o de instituciones del Estado mexicano?	Menos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

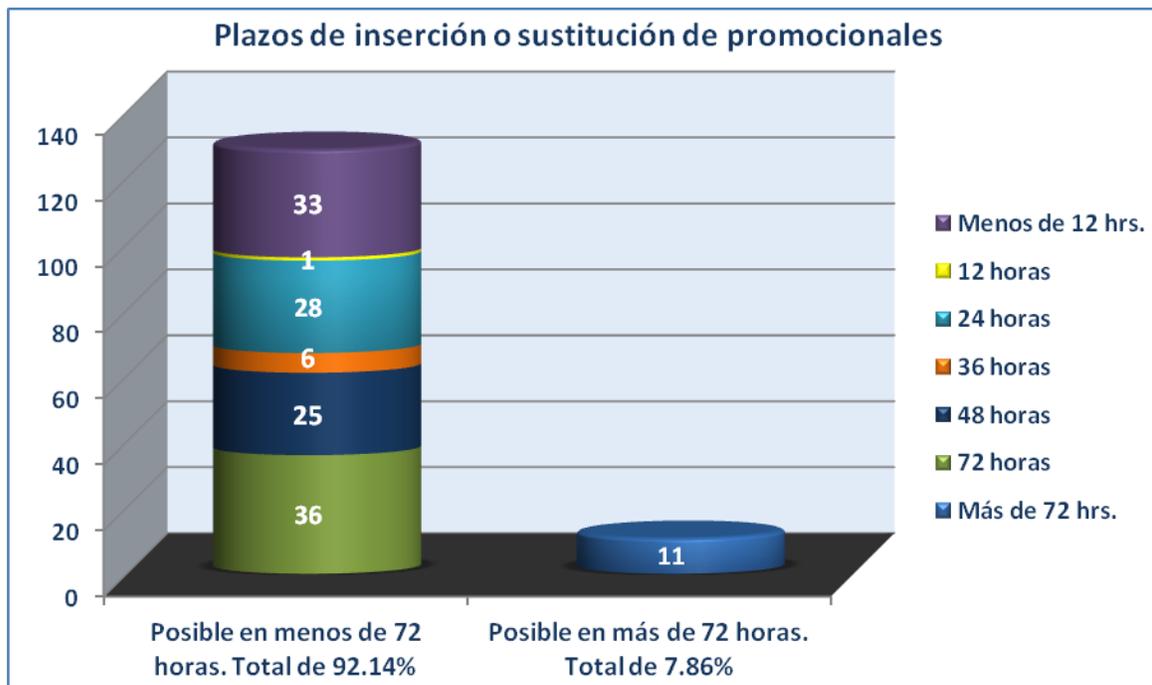
Tiempo mínimo posible para transmitir un promocional.



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



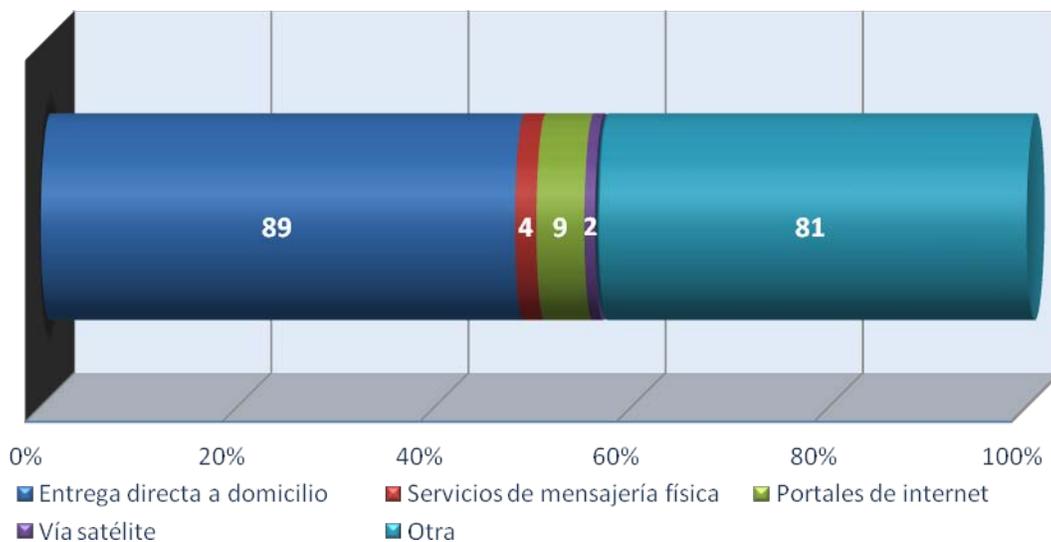
Consulta	Opción	Cantidad	% de respuesta
10. Informe, con base en los planes comerciales o mecanismos formales de ventas de la concesionaria/permisionaria a su cargo, cuáles son los plazos de inserción o sustitución de promocionales.	Menos de 12 horas	33	23.57
	12 horas	1	0.71
	24 horas	28	20.00
	36 horas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



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

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

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



IV. RESPUESTAS DE LA CONSULTA

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

a. AGRUPACIONES

Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT)

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

Principales deficiencias de la propuesta reglamentaria:

- **Disminución significativa de los plazos para la entrega de órdenes de transmisión y materiales.** La autoridad no considera la problemática de los concesionarios y permisionarios en cuanto a:
 - Infraestructura tecnológica (equipos limitados, falta de recursos económicos para invertir);
 - Recursos humanos (número de empleados, condiciones laborales, capacidades de entrenamiento y capacitación, personal calificado en plazas remotas del país);
 - Proceso de transmisión utilizado por los concesionarios y permisionarios que se **verifica en varios días** (abarca distintas etapas: recepción del material por representante legal; canalización al área de producción para revisión; elaboración de la pauta; ingreso del material al sistema; y por último, su transmisión);
 - Diferenciación del tipo de sujetos obligados (concesionario- permisionario, radio-tv, varias emisoras, de manera central o local, etc);
 - Condiciones laborales: régimen sindical, y
 - Dificultades con la señal satelital y la calidad del servicio de Internet para la notificación de las órdenes de transmisión y los materiales.

- **Falta de certeza en el número de órdenes de transmisión y versiones que se notificarán a concesionarios y permisionarios de radio y televisión para su transmisión durante el proceso electoral federal 2011-2012.**
 - Durante el proceso electoral, la autoridad electoral podrá notificar el número de órdenes de transmisión que considere necesarias;
 - Genera incertidumbre: en 2009 hubo 2,314 versiones de materiales de partidos, y 273 de autoridades electorales; para 2012, el número de cargos aumenta por lo que también aumentará el número de versiones;
 - Bajo este marco, podría darse el caso de que diariamente tuviera que ajustarse la programación, lo que resulta materialmente imposible, y
 - Esto provocará la disminución en los niveles de cumplimiento.
- **Ausencia de un esquema para realizar las notificaciones de órdenes de transmisión y materiales (vía electrónica, satelital o domicilio).**
 - No se puede obligar a los sujetos regulados a definir la vía de entrega si no se fijan sus alcances.
 - Incertidumbre sobre el tiempo para poder instalar y operar los nuevos mecanismos de notificación. En diciembre inician las precampañas.
 - El esquema de notificación no puede especificarse en un “lineamiento” sino en la Ley, donde se pormenore y precisen los requisitos de forma y fondo.
- **El sistema de notificación de las órdenes de transmisión y materiales es incierto.**
 - No cumplen con las formalidades jurídicas de las notificaciones personales, por lo que no generan certeza para el sujeto regulado al que van destinadas.
 - Tampoco hay certeza de que la persona facultada legalmente haya sido quien tuvo conocimiento de la notificación.
 - En consecuencia, la autoridad electoral podrá iniciar procedimientos de sanción basado en información incierta.
- **Trato diferenciado con permisionarios.**
 - La propuesta reglamentaria no impone la obligación para que los permisionarios transmitan los programas mensuales de 5 minutos.
- **Los “Lineamientos” transgreden el principio de subordinación jerárquica de ley.**
 - Ni la Constitución ni el COFIPE contemplan la posibilidad de emitir tales ordenamientos.

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

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

- La indefinición e incertidumbre de los momentos en los cuales la autoridad electoral entrega los promocionales a las emisoras, es el principal problema que enfrentan las radiodifusoras y televisoras educativas y culturales afiliadas a la Red.
 - Constituye el principal factor de riesgo que provoca incumplimiento, confusión y ruptura en los esquemas de programación de las permisionarias.

- Resulta necesario prever un modelo mejor planeado y que defina con antelación los calendarios en los cuales el IFE entregará los materiales durante el proceso electoral.
- Es muy importante que las emisoras cuenten, con suficiente antelación, con las pautas legalmente aprobadas y diseñadas por el IFE para poder insertarlas en la programación general de nuestras emisoras, de modo que nuestros técnicos continuistas cuenten con el mayor tiempo posible para garantizar este trabajo.
- Solicita que la autoridad electoral afirme y amplíe los criterios de flexibilidad para programaciones que, por definición, no son comerciales y cuyos programas no admiten cortes en espacios mayores a una hora o más.
- Aunque la propuesta de reforma reglamentaria presentada por el IFE contiene ya elementos que apuntan a la atención de los tres puntos antes citados, resulta necesaria mayor precisión y detalle para su instrumentación.
- Si estas condiciones son atendidas por la autoridad electoral, la radio y la televisión educativa y cultural de México no tiene objeción alguna para el resto de la propuesta de reforma; lo que es más, nuestras afiliadas se disponen a cumplir con la Ley y las reglas derivadas de ella, como parte de su compromiso con el éxito de las elecciones y el proceso democrático del país.

SISTEMA NACIONAL DE PRODUCTORAS Y RADIOEMISORAS DE INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

- Resulta verdaderamente inútil y ofensivo el tipo de campañas que se presentan a través de promocionales durante el periodo electoral. El auditorio de las radios universitarias es en su mayoría personas con un nivel educativo de licenciatura o más y un nivel económico superior, lo que determina que su selección de candidato o partido, o digamos su intención de voto, está completamente decidido desde mucho tiempo antes de escuchar los miles de promocionales que serán transmitidos por nuestras frecuencias. De hecho les molesta y se molestan con el IFE y con los partidos políticos.
- Estas campañas son tan obligatorias como la "Hora Nacional" y producen el mismo efecto: la gente se molesta y apaga los aparatos o cambia de estación. La diferencia con el programa dominical es el elevado costo de producción que erogan los partidos políticos y el enorme gasto del IFE para vigilar vía monitoreo su exacto cumplimiento. Dinero que bien podría utilizarse para otros fines como el de una verdadera educación democrática a través de los medios.
- El IFE y los partidos políticos pareciera el duopolio de la comunicación democrática en México y no permiten otro tipo de comunicación, en particular aquella que intenta educar como la que transmitimos en las radios universitarias.

- La batalla que libra el IFE contra los medios concesionarios es una batalla perdida. Ahora se quieren reglamentar los espacios noticiosos, los medios privados entonces pondrán a los candidatos con una coca cola y dirán que es un comercial; si se reglamenta esto, pondrán a los candidatos en las telenovelas y tendremos no solo malos candidatos sino malos actores. Sé que esto es absurdo pero intentar controlar a los medios también lo es.
- Se debe cumplir la ley tal cual está, y la debemos cumplir todos aunque sea injusta pues, en el caso de las radios universitarias, tienen todas las obligaciones pero no los derechos, ya que están impedidas para comercializar espacios como lo hace la radio comercial.
- El futuro debería contemplar una distribución equitativa de las frecuencias cuando la banda sea digital. Podrían tener medios de comunicación todos los partidos, los sindicatos, las asociaciones civiles, los grupos ambientalistas, de derechos humanos etc., incluyendo el propio IFE, y que cada quien lo mantenga con sus propios recursos y su propia capacidad creativa. De esta manera, la población podría escoger que ver o escuchar de manera libre y democrática y no obligada y dictatorialmente como lo es ahora.

ASOCIACIÓN MUNDIAL DE RADIOS COMUNITARIAS/REPRESENTACIÓN EN MÉXICO

- La característica principal de la radio comunitaria es ser un medio para que las comunidades ejerzan su libertad de expresión y derecho a la información, convirtiéndose en actores claves para el fortalecimiento y rescate de la identidad cultural de las comunidades; promueven la cultura local y popular a través del uso del medio de comunicación y en la producción de mensajes sobre diversos temas como derechos humanos, equidad de género, medio ambiente, todos tratados con pertinencia cultural y en concordancia con el contexto local, además de que contribuyen al rescate o difusión de los idiomas originarios.
- Diferentes organismos internacionales han reconocido la importancia que tienen los medios de comunicación comunitarios en el mundo:
 - La UNESCO ha establecido: “Destacando la contribución específica de la diversidad de los medios de comunicación que aporta cada categoría de emisoras de radio – televisión– de servicio público, comerciales y comunitarias – y, en particular, la función de las emisoras comunitarias que fomentan el acceso a la información de los grupos de población insuficientemente representados o marginados, la expresión de ideas y la participación en la adopción de decisiones (...) Pedimos a los Estados miembros que: creen un entorno que promueva el desarrollo de las tres categorías de emisoras de radiotelevisión y, en particular, mejoren las condiciones para el desarrollo de los medios de comunicación comunitarios y la participación de las mujeres en dichos medios.”

- En varias oportunidades, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) y su Relatoría Especial para la Libertad de Expresión han reconocido que los medios comunitarios cumplen en nuestra región una función fundamental para el ejercicio de distintos sectores de la sociedad a la libertad de expresión y el acceso a la información. En particular han establecido: “La CIDH y su Relatoría entienden que las radios comunitarias son positivas porque fomentan la cultura e historia de las comunidades, siempre que lo hagan en el marco legal.”
- Más adelante, la Relatoría Especial consignó en su informe anual: “Hay un componente de libertad de expresión con el cual estamos en deuda: las personas que integran los grupos sociales tradicionalmente marginados, discriminados o que se encuentran en estado de indefensión, son sistemáticamente excluidos, por diversas razones, del debate público. Estos grupos no tienen canales institucionales o privados para ejercer en serio y de manera vigorosa su derecho a expresar públicamente sus ideas y opiniones o para informarse de los asuntos que les afectan. Este proceso de exclusión ha privado también a las sociedades de conocer los intereses, las necesidades y propuestas de quienes no han tenido la oportunidad de acceder, en igualdad de condiciones, al debate democrático. El efecto de este fenómeno de exclusión es similar al efecto que produce la censura: el silencio.”
- Las radios de perfil comunitario en México operan con un título de permiso otorgado por la autoridad de la materia: Secretaría de Comunicaciones y Transportes -cuando era de su competencia- o por la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL) –de conformidad con la sentencia emitida por la Suprema Corte de Justicia de la Nación en 2009.
- Si bien la obtención del permiso ha significado un avance para operar dentro de la legalidad, esta figura deja a las radios comunitarias en un margen bastante estrecho para su supervivencia y sostenibilidad, ya que no se les permite ningún tipo de comercialización y no cuentan con un techo presupuestal institucional, como sí tienen los medios universitarios o gubernamentales.
- En los últimos diez años se ha pugnado por el reconocimiento de un régimen legal específico para las radios comunitarias, ya que la permanencia de este sector en un ámbito plural de medios de comunicación en nuestro país requiere de condiciones que permitan su sostenibilidad económica. Es por esto que la sensibilidad del Instituto Federal Electoral (IFE) para reconocer a las radios comunitarias como un sector que merece un trato desigual entre los desiguales nos parece de la mayor relevancia. El permitirnos exponer las condiciones en las que laboran las radios comunitarias y su disposición para reconocer sus características, es sin duda un paso trascendente para el reconocimiento de la pluralidad en el país.
- La radiodifusión comunitaria se resume como el servicio de radiodifusión no estatal de interés público, prestado por organizaciones sociales con personalidad jurídica y sin fines de lucro. Las estaciones comunitarias por la vía de los hechos se categorizan en la figura de permiso

establecida en la Ley Federal de Radio y Televisión, por lo que no tienen permitida la publicidad comercial, ni tienen asignados recursos públicos y operan con los recursos mínimos para dotar del servicio a las comunidades de atención, el cual está orientado a satisfacer las necesidades de la comunidad, a fin de dar oportunidad a la difusión de las ideas, ofrecer mecanismos para la formación e integración de la comunidad estimulando la cultura y la convivencia social y permitir la capacitación de los ciudadanos en el ejercicio del derecho a la expresión y acceso a la información.

- Desde la aprobación de las reformas al COFIPE en 2007, las radios permisionadas asociadas a AMARC han estado en disposición de cumplir con la ley electoral. Sin embargo, las condiciones en las que subsisten no les han permitido, en algunos casos, el cumplimiento estricto del pautado.
- Por la naturaleza de la radiodifusión comunitaria, cada radio se enfrenta a procesos y condiciones específicas, influidas por el contexto en el que se desenvuelven; no obstante, a continuación se presentan algunos puntos en los que la mayoría coincide:
 - Por las condiciones económicas en las que perviven las radios comunitarias se sostienen con el trabajo voluntario de los habitantes de las comunidades, mismos que no reciben retribución económica alguna.
 - Los voluntarios apoyan a la radio comunitaria en los momentos en que su jornada laboral lo permite, lo cual impide que existan voluntarios de tiempo completo o que sea sólo una persona la que se encargue de la transmisión de los pautados.
 - En las radios comunitarias por lo general es el locutor de cada programa el que se encarga de transmitir en sus espacios los pautados del IFE, sin embargo, hay muchos espacios en los que no hay un locutor asignado o únicamente se transmite música regional sin locutores.
 - El equipo con el que operan las radios comunitarias es muy básico y sencillo, aunado a que no cuentan con los recursos suficientes para adquirir software que permita automatizar la transmisión de la pauta programática, por tal motivo esto tiene que realizarse de forma manual y al momento.
- Respecto de los procesos que las radios comunitarias siguen para transmitir un spot o promocional:
 - Llega la notificación a las instalaciones de la emisora comunitaria, por lo general, de parte de la Junta Local o a través del DIMM. Hay momentos en que las notificaciones para transmitir o cambiar un solo spot llega el mismo día y es necesario que el Director de la Radio tenga que volver a programar para poder realizar el cambio.

- Como lo señalamos anteriormente, el proceso de programación del pautado lo realizan de manera manual, por lo que un cambio, por mínimo que sea, obliga a los integrantes de las radiodifusoras a reprogramar toda la programación del día.
- Por lo general, las radios comunitarias reciben la información a través del dispositivo DIMM o directamente buscan la información en la página de internet.
- El tiempo mínimo posible para que las radiodifusoras comunitarias puedan transmitir un promocional es de aproximadamente **tres días**; el hecho de no contar con personal que se encuentre de tiempo completo colaborando en la concesionario o permisionaria, así como la falta de equipo técnico que permita automatizar la transmisión de los spots, retrasa el tiempo de respuesta en la transmisión.
- Las radios comunitarias están en condiciones de **cumplir con el plazo de los tres y dos días hábiles** para transmitir promocionales ordenados por el IFE pero es necesario que estos no sean cambiados después de que hayan sido recibidos, que sean recibidos vía electrónica o en su defecto a través del DIMM y estrictamente dentro del tiempo señalado y especificando los tiempos de transmisión.
- Algunas de las emisoras asociadas se encuentran en comunidades de difícil acceso, por lo que la entrega directa en el domicilio de la radio en muchas ocasiones se hace con retraso o incluso no es raro que personal de la radio tenga que trasladarse hasta la Junta Local más cercana a recoger la información, por lo que se facilita, para todas las partes, el hecho de que los spots sean entregados de forma electrónica o mediante el DIMM, o que estos puedan ser descargados desde algún sitio web.
- El principal impedimento de las radios comunitarias para poder recibir los promocionales del Instituto vía electrónica serían la falta de luz o la suspensión del servicio de internet.
- Se espera que prevalezca un criterio de comprensión hacia las fallas derivadas de las precarias condiciones bajo las cuales realizan su trabajo de servicio a la comunidad, a través de la radiodifusión comunitaria.

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

SISTEMA DE RADIODIFUSORAS CULTURALES INDIGENISTAS.

- Las emisoras del Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas (SRCI), tienen estatus de permisionarias, categoría que les otorga la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, por tanto, están regidas por la normatividad correspondiente, así como por la que aplica a los organismos del gobierno federal.
- El proceso particular que llevan a cabo las emisoras del sistema para la transmisión de un promocional es el siguiente:
 - Solicitud vía oficio donde se describe: objetivo, duración y temporalidad de transmisión del spot.
 - La subdirección de las Radiodifusoras Culturales Indigenistas revisa el material de audio, verificando si responde a las características culturales de los pueblos indígenas.
 - Se elabora respuesta al oficio solicitante en caso de aprobarse o de justificación de la no transmisión del spot.
 - En caso afirmativo para la transmisión de los spots, se elabora orden de transmisión para su difusión en las radiodifusoras del sistema.
- El tiempo mínimo posible requerido para que las permisionarias del sistema transmitan un promocional, tomando en cuenta el tiempo que transcurre desde que se recibe, es de **36 horas**.
- La reducción de los plazos para la transmisión de los promocionales contenida en la propuesta de reglamento es plausible.
- En las radiodifusoras del SRCI no existirían restricciones al caso, si y solo sí se cumple en la entrega de los materiales de transmisión en las fechas y tiempos establecidos en la reforma tanto a nivel local como nacional.
- En términos óptimos, las emisoras asociadas requieren que la entrega de los promocionales se haga, mínimamente, con **tres días** previos para su programación, para asegurar su difusión en tiempo y forma.
- Anualmente se llegan a programar entre 80 y 100 órdenes de difusión de diversos programas gubernamentales.
- Se considera que el sistema de notificación por correo electrónico es el medio adecuado para la entrega de órdenes de transmisión y materiales.

b. CONCESIONARIOS

TV AZTECA

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

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

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

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

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

TELEVIMEX

- El procedimiento que ha establecido la Junta General Ejecutiva del IFE para modificar el Reglamento de Acceso a Radio y Televisión no corresponde estrictamente con lo

establecido por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, en su resolución SUP-RAP-146/2011.

- La Sala Superior consideró que, para efectos de justificar, fundar y motivar las modificaciones al reglamento, el IFE debió emitir un **dictamen de factibilidad** en el que se explicaran detalladamente los escenarios que se esperan para las próximas elecciones, tomando en consideración las condiciones de sustitución de materiales en los extremos máximos y mínimos.
 - Asimismo, señaló que la modificación de los plazos podría sustentarse a partir de un **dictamen que analice y explique la experiencia** del Instituto Federal Electoral en los procesos electorales pasados.
 - Contrario a ello, el IFE decidió consultar a la totalidad de concesionarios y permisionarios pero no proporcionó a éstos, en ningún momento, los elementos suficientes que constituyen los aspectos fundamentales que permitirían conocer las dimensiones del trabajo que se espera realicen las referidas estaciones a partir del inicio de las precampañas, el próximo 18 de diciembre.
 - Por lo anterior, las empresas mencionadas no cuentan con la información ni con los elementos necesarios para responder de manera cierta y objetiva a la consulta que se requiere.
- Las modificaciones que se proponen en cuanto a la reducción de plazos en la notificación de pautas y en la entrega de órdenes de transmisión y materiales son prácticamente inviables para las estaciones de la concesionaria, lo que genera la imposibilidad de su cumplimiento y la certeza de una carga insostenible por parte de los concesionarios.
 - **La reducción del plazo para la notificación de modificaciones de pautas (artículo 35, párrafo 3)**, no permite a las concesionarias contar con el tiempo suficiente para organizar el trabajo programático y las actividades que conlleva un cambio en la pauta; sobre todo, tratándose de proceso electoral, cuando el volumen de transmisiones aumenta considerablemente y la precisión en el pautado de promocionales adquiere especial relevancia.
 - El plazo entre la notificación de la modificación de pauta y el inicio de las transmisiones se reduce de diez a dos días. Estas disposiciones implicarían mayores cargas a las concesionarias, ya que contarían únicamente con la quinta parte del tiempo con el que cuentan actualmente para realizar los ajustes necesarios a fin de asegurar el correcto inicio de las transmisiones.

- **Reducción de plazos para la entrega de órdenes de transmisión y materiales.**
 - Para reducir estos plazos, el IFE no consideró el tiempo que requieren los concesionarios y permisionarios para la transmisión de un mensaje cuya orden de transmisión apenas les ha sido entregada.
 - Esta sustitución de mensajes implica, en un primer lugar, que se identifique el o los múltiples materiales a sustituir, que se suspenda la transmisión de estas versiones y, respecto del material nuevo, que le es entregado no en forma individual sino como parte de un conjunto (con frecuencia muy numeroso) de mensajes que debe difundir el concesionario o permisionario, se registre, clasifique, revise técnicamente, se incorpore a la programación en forma particular a la estación que corresponda y, en ocasiones, se envíe físicamente el medio en el cual se encuentra consignado o grabado el mensaje a la estación de radio o televisión respectiva.
 - No se consideran las diferencias en los requerimientos para el procesamiento de los materiales tratándose de radio o de televisión, los cuales implican procesos de revisión y control de calidad distintos.
 - No se distingue tampoco, si se trata de un mensaje que debería difundirse a nivel nacional o a nivel local, no obstante que el procesamiento técnico de uno y otro material es diverso.
- El número de versiones de promocionales que se transmiten durante los procesos electorales ha ido creciendo exponencialmente conforme han transcurrido las elecciones y se prevé que para el 2012 no tendrá comparativo.
 - Será la primera vez que se aplique el modelo de comunicación política a una elección Presidencial de manera concurrente con la de renovación del Poder Legislativo Federal y quince elecciones locales.
 - El artículo 60 del COFIPE señala que en el proceso electoral en que se renueven el Poder Ejecutivo de la Unión y las dos Cámaras de Congreso, cada partido deberá destinar, al menos, un treinta por ciento de los mensajes a la campaña de uno de los poderes, considerando las de senadores y diputados como una misma.
 - El artículo 41 de la propuesta de Reglamento posibilita que se hagan órdenes de transmisión y, en consecuencia, se sustituyan materiales cualquier día de la semana con los materiales que hayan sido entregados a más tardar el día anterior.
 - Se estima que se realizarán alrededor de 28,600 sustituciones de materiales.
 - Las concesionarias no pueden llevar a cabo dichas sustituciones, en los tiempos que propone el reglamento reformado, debido a lo siguiente:
 - El incremento de las sustituciones que demanden los partidos;

- La necesidad de realizar las acciones de control de calidad en cada caso;
 - La necesidad de tener certeza jurídica de cada sustitución en tiempo y forma;
 - La necesidad de contar con el tiempo suficiente para concluir todos los procedimientos que marcan las políticas de la empresa.
- A fin de sumar esfuerzos conjuntos con la autoridad electoral, y toda vez que mediante las Redes Nacionales los procesos internos resultan más eficientes y expeditos, si se contara con toda la información y certidumbre necesaria (límite a las órdenes de transmisión, **dos por semana**), es posible que, entonces, se pudiera medir la capacidad real de operación y reducir seguramente un día el plazo.
- **Sobre los plazos para responder requerimientos (artículo 54).** No se establece un plazo cierto para que el IFE notifique los supuestos incumplimientos a los pautados, y para que los concesionarios o permisionarios den respuesta a dichos requerimientos.
 - Más aún, se remite la regulación de tales plazos a unos Lineamientos que se elaborarán con posterioridad y que, actualmente, están dentro del paquete de documentación que se encuentra en la página de internet del IFE, relativa a la consulta pública sobre la reforma al Reglamento de Radio y Televisión.
- **Sobre las notificaciones (artículos 39, 41 y 44).** De la propuesta de Reglamento que se presenta, se advierte lo siguiente:
 - Se suprimió la obligación de que todo acto relacionado con la entrega de materiales o pautados, se encuentre sustentado en un acuerdo del Consejo, la Junta, el Comité o, en su caso, de un mandato del Titular de la Dirección Ejecutiva.
 - No se prevé la necesidad de que el catálogo de estaciones sea notificado de manera personal a los concesionarios incluidos en los mismos.
 - Se prevén nuevos mecanismos de notificación, tales como la vía electrónica y satelital, los cuales no brindan la certeza jurídica suficiente.
 - Para que los envíos electrónicos adquieran plena validez, cualquier envío vía electrónica o satelital deberá garantizar:
 - La autenticidad de los usuarios.
 - La integridad del contenido del mensaje de datos (órdenes de transmisión o materiales), y
 - El no repudio, es decir, la innegable autoría y recepción del mensaje.

- Aunado a ello, cada concesionario cuenta con recursos técnicos distintos y no es responsabilidad de ellos obtener, por sus propios medios, los elementos que le permitan cumplir con la transmisión de los tiempos del Estado.
- Los “*Lineamientos relativos a la entrega de órdenes de transmisión y materiales de radio y televisión vía electrónica y recepción satelital a concesionarios y permisionarios*” que se incluyen con la propuesta de reglamento, no brindan los elementos que se requieren para garantizar la realización de actos jurídicos.
 - Los Lineamientos respectivos deberían contener:
 - Principios generales para el uso de medios electrónicos.
 - Definición de conceptos y órganos responsables.
 - Reglas para la expedición, uso y revocación del certificado digital, que garantice la identidad de los actores que se comunican y, en su caso, la cuenta de correo electrónico que se utilice.
 - Procedimiento detallado para el envío de materiales y órdenes de transmisión.
 - La forma como se conservarán los archivos y los mensajes de datos.
 - El tratamiento que se dará a los casos en que la responsabilidad de la falta de entrega de los materiales oportunamente recaiga en la autoridad electoral.
- **Sobre la emisión de Lineamientos.**
 - La propuesta de reglamento delega a otros instrumentos regulaciones que deberían estar incluidas en el propio reglamento.
 - Es imperativo que el contenido de dichas normas quede dentro del propio Reglamento, a efecto de dotar de mayor certeza jurídica a los sujetos obligados y evitar la dispersión normativa.
- **Sobre la reposición de materiales (artículos 33, 34 y 50).** Las disposiciones que hacen referencia a la sustitución de materiales, omiten señalar qué sucederá cuando la omisión de la transmisión se derive de casos fortuitos o fuerza mayor.
 - Se deja en estado de indefensión a los concesionarios porque la omisión radica en un hecho externo a la voluntad del obligado y la autoridad responsable puede seguir interpretando que, aún en estos casos, subsiste la obligación de llevar a cabo las transmisiones conforme a la pauta.

c. PERMISIONARIOS

RADIOECOLÓGICA LA VOZ DEL MAYAB (XHIPM-FM)

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

RADIO UNIVERSIDAD DE TLAXCALA (XHUTX-FM)

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

d. OPINIONES DE ESPECIALISTAS

Universidad Nacional Autónoma de México

Dr. Julio Juárez

- La reforma electoral 2007-2008 estableció un modelo de comunicación política sustentado en la publicidad política a través de la radio y la televisión. No son estos los únicos canales de comunicación durante las campañas y tanto partidos políticos como candidatos cuentan con herramientas y plataformas de comunicación diversas.
- La nueva propuesta de Reglamento pretende eficientar sus procesos particularmente en lo que

respecta a los tiempos de entrega de los materiales publicitarios de los partidos políticos a los concesionarios y permisionarios de la radio y la televisión y su difusión en los canales y estaciones correspondientes.

- Quizá este sea uno de los temas más delicados del modelo de comunicación política puesto que es el que remite, directamente, a la función comunicativa de la publicidad política. Entendida ésta como un elemento más del intenso flujo comunicativo de las campañas electorales, la publicidad política –los temas y enunciaciones que propone– esta inscrita en un contexto comunicativo a partir del cual puede ser procesada por la ciudadanía.
- Un modelo de comunicación desfasado de la discusión mediática corre el riesgo de caducar muy pronto ante la mirada del electorado. La creciente presencia de contenidos noticiosos al minuto en las redes da cuenta de un ciclo mediático que no para de generar contenidos. Las noticias han adoptado un ciclo de vida informativo particularmente breve. Cuando un spot entra al ciclo noticioso lo hace en esa lógica. Los medios buscarán las reacciones de manera inmediata. Los equipos de campaña harán lo posible por controlar los daños del ataque inmediatamente. Entre más interrumpido sea el flujo de información político-electoral, la discusión perderá significado y utilidad informativa para el receptor del mensaje, en este caso el electorado.
- Es claro que las modificaciones al reglamento de radio y televisión consideran la importancia de un modelo ágil que permita hilvanar discusiones mediáticas con narrativas publicitarias producidas por los partidos políticos y sus candidatos.
- En resumen, el modelo de comunicación política definido por los partidos políticos en el Congreso de la Unión, le quitó al spot la capacidad de interactuar con los contenidos de los medios caracterizados por ciclos noticiosos cada vez más cortos. Mediante la prohibición a contratar y adquirir tiempo aire a los partidos políticos y a particulares buscó, esto hay que reconocerlo y subrayarlo, impedir que el dinero jugará un papel condicionante para acceder a la radio y la televisión. Es dentro de esta lógica que el autor interpreta la propuesta reglamentaria de la autoridad electoral respecto a acortar el tiempo que transcurre entre la producción de un mensaje y su transmisión en un medio masivo de comunicación.
- Es importante precisar que el dictamen técnico que el IFE solicitó a un despacho especializado en donde se sustenta la viabilidad técnica del nuevo Reglamento no haya sido acompañado por uno que respaldase la versión de los concesionarios de la radio y la televisión en cuanto a la imposibilidad de cumplir con los nuevos plazos de transmisión de publicidad política. Es comprensible que una modificación al Reglamento implique cambios en el modelo de programación y transmisión publicitaria de los concesionarios. La pregunta, sin embargo, es si estos cambios pueden realmente realizarse o, en caso contrario, cuáles son las razones exclusivamente técnicas para que no sea así.
- El modelo de comunicación política establecido en la legislación electoral debe procurar el interés público de la ciudadanía frente a la divulgación de propuestas y puntos de vista por parte de los

partidos políticos que buscan obtener la simpatía del electorado durante las campañas electorales. Esa debe ser la preocupación central de los actores e instituciones involucrados en el diseño y la ejecución del modelo de comunicación.

Instituto Politécnico Nacional

Ing. Rodolfo de la Rosa Rábago

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

AMEDI

- **Recomendaciones técnico-jurídicas.**

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

- La documentación del proceso electoral del 2006 sobre el pautado en la radio y la televisión, muestra claramente que el cambio de versiones de los promocionales de los partidos políticos se hizo de manera mucho más dinámica que la planteada en el reglamento en comento.
 - Un ejemplo: el viernes 7 de abril los televidentes de todo el país conocieron un spot producido por el PRD, en donde la escritora Elena Poniatowska defendía a Andrés Manuel López Obrador. La propaganda del PAN había acusado al candidato de la Coalición por el Bien de Todos de tener supuestos nexos con el presidente Chávez de Venezuela, entre otras cosas.
 - No pasaron ni siquiera 48 horas cuando, el domingo 9 de abril, ya estaba en las pantallas un nuevo spot de Acción Nacional. Los publicistas de ese partido mostraban la imagen de la escritora Poniatowska y luego, mientras se la escuchaba hablar de logros de López Obrador, se veían escenas de antiguos colaboradores de ese candidato presidencial en presuntos actos de corrupción.
- Se concluye que: es necesario y posible reducir los plazos de transmisión de las versiones de los spots, en razón de garantizar un libre intercambio de ideas y de debate de las propuestas de los partidos políticos y candidatos a fin de que la sociedad mexicana pueda ejercer de manera informada y razonada su voto en el proceso.
- **Debido a la reforma constitucional del 10 de junio de 2011, el reglamento debe reconocer la importancia de las radios comunitarias, tal como se hace en el Derecho Internacional de los Derechos Humanos.**
 - Una de las características que distingue a la radiodifusión comunitaria es su reconocimiento por parte de las instancias encargadas de la interpretación hermenéutica del contenido de los Tratados Internacionales de Derechos Humanos, como una muestra del avance democrático de las sociedades y del nivel de cumplimiento de los Estados con el contenido y sentido del *corpus iuris* internacional de los Derechos Humanos, en especial, con las libertades de información y de expresión.
 - Dado que las radios comunitarias existen como figura jurídica reconocida en el derecho internacional, se propone que el reglamento en cuestión reconozca su importancia
- **Deber constitucional y legal del trato diferenciado a las radios comunitarias en el Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral**
 - El reconocimiento de las características especiales de las emisoras comunitarias implica generar condiciones para que este tipo de emisoras permisionarias puedan dar cumplimiento adecuado a los pautados del IFE, ya que se trata de emisoras que tienen una situación comprobable de no pago a sus colaboradores y de no contar con ningún

subsidio presupuestal regular que, en cambio, sí tienen otro tipo de emisoras permisionarias.

e. OPINIONES INDEPENDIENTES

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

Mtro. Pablo C. Lezama Barreda

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

dinamismo, eficiencia y economía que se generaría; la experiencia del IFE en la administración de los tiempos del Estado; el promedio de los niveles de cumplimiento de los sujetos obligados; la celeridad en la suspensión de la difusión de promocionales sujetos a medidas cautelares; y el análisis de los planes comerciales de Televisión Azteca y Televisa.

- En atención al principio de certeza electoral, las normas del reglamento deben exigir conductas de realización posible para todos los sujetos obligados.
- El IFE tendrá que explicar detalladamente los posibles escenarios durante las próximas precampañas y campañas en consideración de las condiciones de sustitución de materiales en los extremos máximos y mínimos.

- **Creación de la figura de las emisoras permisionarias privadas sin fines de lucro entre las que se incluyen a las llamadas comunitarias.**

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