

---

**ACUERDO QUE PRESENTA LA COMISIÓN DE PRERROGATIVAS, PARTIDOS POLÍTICOS Y RADIODIFUSIÓN ANTE EL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, POR EL QUE SE EMITE EL DICTAMEN RELATIVO AL PROYECTO DE ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL POR EL QUE SE DETERMINAN LOS MECANISMOS PARA LA CONTRATACIÓN Y VIGILANCIA DE TIEMPOS EN RADIO Y TELEVISIÓN DE CONFORMIDAD CON LOS CATÁLOGOS DE TIEMPOS Y TARIFAS, ASÍ COMO DE ESPACIOS EN MEDIOS IMPRESOS DE CONFORMIDAD CON LOS CATÁLOGOS DE TARIFAS, ESTABLECIDOS EN EL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, PARA LAS CAMPAÑAS ELECTORALES PARA PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, SENADORES Y DIPUTADOS FEDERALES A REALIZARSE EN 2006, PROPUESTO POR EL PARTIDO DE LA REVOLUCIÓN DEMOCRÁTICA EN SESIÓN EXTRAORDINARIA DEL CONSEJO GENERAL DE FECHA 6 DE OCTUBRE DE 2005.- CG294/2005.**

---

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Instituto Federal Electoral.- Consejo General.- CG294/2005.

**Acuerdo que presenta la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos y Radiodifusión ante el Consejo General del Instituto Federal Electoral por el que se emite el Dictamen relativo al “Proyecto de acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral por el que se determinan los mecanismos para la contratación y vigilancia de tiempos en radio y televisión de conformidad con los catálogos de tiempos y tarifas, así como de espacios en medios impresos de conformidad con los catálogos de tarifas, establecidos en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, para las campañas electorales para Presidente de la República, Senadores y Diputados Federales a realizarse en 2006”, propuesto por el Partido de la Revolución Democrática en Sesión Extraordinaria del Consejo General de fecha 6 de octubre de 2005.**

#### **Antecedentes**

1. En Sesión Extraordinaria del Consejo General, de fecha 6 de octubre de 2005, el Partido de la Revolución Democrática presentó el *“Proyecto de Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral por el que se determinan los mecanismos para la contratación y vigilancia de tiempos en radio y televisión de conformidad con los Catálogos de Tiempos y Tarifas, así como de espacios en medios impresos de conformidad con los Catálogos de Tarifas, establecidos en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, para las campañas electorales para Presidente de la República, Senadores y Diputados Federales a realizarse en 2006”*.
2. En la misma sesión del 6 de octubre de 2005, el Consejo General acordó turnar el Proyecto de Acuerdo mencionado a la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos y Radiodifusión para su correspondiente dictamen.
3. Mediante escrito de fecha 21 de octubre de 2005, el Secretario Ejecutivo turnó al Presidente de la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos y Radiodifusión el Proyecto de Acuerdo referido.
4. En sesión de fecha 12 de diciembre de 2005, la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos y Radiodifusión se reunió para analizar y discutir el dictamen ordenado por el Consejo General, y en sesión de fecha 16 del mismo mes, aprobó el dictamen correspondiente en ejercicio de las facultades previstas en el artículo 80, párrafo 3, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

### Considerando

- I. Que de conformidad con lo establecido en el artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el pueblo ejerce su soberanía por medio de los Poderes de la Unión, en los casos de la competencia de éstos; que la renovación de los poderes legislativo y ejecutivo se lleva a cabo mediante elecciones libres, auténticas y periódicas; y que los partidos políticos tienen, entre otros fines, contribuir a la integración de la representación nacional y hacer posible el acceso de los ciudadanos al ejercicio del poder público.
- II. Que el artículo 41, base III, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y los artículos 68, 69 y 70 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales establecen, entre otras disposiciones, que el Instituto Federal Electoral es un organismo público autónomo, de carácter permanente, independiente en sus decisiones y funcionamiento, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, autoridad en la materia electoral, responsable de la organización de las elecciones federales y de las actividades relativas a los derechos y prerrogativas de los partidos políticos, y cuyo funcionamiento se rige por los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad y objetividad.
- III. Que de conformidad con el artículo 82, incisos i) y z), del Código Federal Electoral, el Consejo General tiene la atribución de vigilar que en lo relativo a las prerrogativas de los partidos y agrupaciones políticas se actúe con apego al Código de la materia, así como dictar los acuerdos necesarios para hacer efectivas sus atribuciones.
- IV. Que el artículo 80, párrafos 2 y 3, del Código de la materia, establece que el máximo órgano de dirección del Instituto Federal Electoral contará permanentemente, para el desempeño de sus funciones, con el apoyo de la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos y Radiodifusión, la cual debe emitir un informe, dictamen o proyecto de resolución respecto de los asuntos que le sean encomendados.
- V. Que el Proyecto de Acuerdo presentado por el Partido de la Revolución Democrática objeto del presente dictamen propone los siguientes puntos de acuerdo:

*“PRIMERO.- Se establecen los mecanismos que se deberán observar para implementar el procedimiento para la contratación de tiempos y espacios en radio televisión y medios impresos, para la difusión de mensajes para la obtención del voto.*

*SEGUNDO.- La Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos a través de su Dirección de Radiodifusión realizará el monitoreo de la publicidad en radio y televisión a nivel nacional de los partidos políticos y, en su caso, coaliciones, durante las campañas electorales federales de 2006 para efectuar la compulsión de la información proporcionada contra la propaganda en radio y televisión reportada y registrada por los partidos políticos y, en su caso, coaliciones, en los informes detallados que les sean solicitados. Asimismo, se verificará el cumplimiento a las disposiciones establecidas en los artículos 27, párrafo 1, inciso f); 38, párrafo 1, inciso j); 48; 182, párrafo 4; 182-A, párrafos 1, 2, inciso c) y 5 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en términos del presente acuerdo.*

*TERCERO.- La Coordinación Nacional de Comunicación Social del Instituto Federal Electoral realizará el monitoreo de la publicidad en medios impresos locales y regionales a nivel nacional de los partidos políticos y, en su caso coaliciones, durante las campañas electorales federales de 2006 para efectuar la compulsión de la información proporcionada contra la propaganda en prensa reportada y registrada por los partidos políticos y, en su caso, coaliciones, en los informes detallados que les sean solicitados. Asimismo, se verificará el cumplimiento a las disposiciones establecidas en los artículos 27, párrafo 1, inciso f); 38, párrafo 1, inciso j); 48; 182, párrafo 4; 182-A, párrafos 1, 2, inciso c) y 5 del*

*Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en términos del presente acuerdo.*

*CUARTO.- De los monitoreos de la publicidad de los partidos o coaliciones en radio, televisión y medios impresos la Comisión de Prerrogativas y Partidos Políticos y la Comisión de Relaciones Institucionales e Internacionales, rendirán un informe al Consejo General en sus sesiones ordinarias durante el desarrollo de las campañas electorales, dando cuenta del número de impactos publicitarios en las elecciones de diputados, senadores y Presidente de la República, de cada uno de los partidos políticos en cada uno de los medios de comunicación, así como el tiempo utilizado en el caso de la radio y la televisión, en dicho informe además se informará del cumplimiento de las disposiciones siguientes:*

- Que la contratación de tiempos en radio, televisión y medios escritos para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales sólo la realicen los partidos políticos;*
- Que la contratación de tiempos en radio, televisión y medios escritos, así como de espacios en los medios impresos, para difundir mensajes para la obtención del voto se realice de acuerdo a los catálogos de tiempos y tarifas previamente establecidos, que comunicados por los partidos hayan sido autorizados por la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos;*
- Que los candidatos sólo hagan uso de los tiempos que les asignen sus respectivos partidos políticos;*
- Cumplimiento a la prohibición a terceros para que contraten propaganda en radio y televisión en favor o en contra de algún partido político o candidato.*

*QUINTO.- Durante el mes de octubre de 2005 la Secretaría Ejecutiva se reunirá con la Secretaria de Comunicaciones y Transportes, la Secretaría de Gobernación y la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión para acordar el catálogo de tarifas únicas para la contratación por los partidos políticos de tiempos y espacios en la radio y televisión, así como en los medios impresos, para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales.*

*SEXTO.- De la información que proporcionen los concesionarios y permisionarios de radio y televisión, y empresas de los medios impresos, así como de lo acordado conforme al punto anterior, la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos elaborará los catálogos de tiempos y tarifas de radio y televisión así como el de tarifas de medios impresos.*

*Las tarifas se formularán y aplicarán observando perfecta igualdad en el tratamiento. Los catálogos que se conformen contendrán las tarifas únicas cuyos elementos de aplicación serán tipos de horarios y tiempos de transmisión y sólo podrán tener un porcentaje de variación a la baja por volumen de contratación, aplicable por igual a todos los partidos políticos.*

*En consecuencia, queda prohibida cualquier clase de bonificación, en dinero o en especie de las concesionarias o permisionarias, o empresas de medios impresos a los partidos políticos o coaliciones, ya sea que esta consista en espacios, promocionales, apariciones de sus candidatos en programas noticiosos o de cualquier otra naturaleza, tales como eventos de espectáculos, de entretenimiento, deportivos o similares.*

*SEPTIMO.- La Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos llevará a cabo el reparto y asignación de los canales, estaciones y tiempos, así como de espacios en los*

medios impresos, a contratar por cada partido político de acuerdo a los catálogos respectivos, con base en las comunicaciones por escrito que los partidos políticos le dirijan en el que manifiesten las condiciones en las que tengan interés de contratar.

Siete días antes del vencimiento del plazo para que concluya el reparto y asignación, la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos comunicará a los partidos políticos el proyecto de reparto y asignación de los canales, estaciones y tiempos, así como de espacios en los medios impresos, a contratar por cada partido político de acuerdo a cada uno de los respectivos catálogos; a efecto de que en los dos días siguientes realicen las observaciones que consideren convenientes.

En dicho proyecto se comunicará, si los hubiera, los tiempos sobrantes, sobre los cuales los partidos políticos podrán manifestar su interés de contratar dentro del plazo para observaciones, de conformidad con el artículo 48, párrafo 6 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, una vez vencido dicho plazo, los tiempos sobrantes no podrán ser objeto de contratación posterior por los partidos políticos.

Los partidos deberán cubrir los pagos a los concesionarios y permisionarios de los tiempos que hayan reservado, de conformidad con las tarifas de los catálogos a que se refiere el artículo 48 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales y el presente acuerdo, y se contarán como gasto de campaña para los efectos de la fiscalización.

OCTAVO.- Una vez concluido el procedimiento de reparto y asignación de los canales, estaciones y tiempos la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, dará a conocer al Consejo General, así como a los concesionarios o permisionarios y a través de la página de internet del Instituto los tiempos, horarios, canales y estaciones que cada uno de los partidos políticos, tiene autorizado contratar.

En los informes a que se refiere el punto CUARTO del presente acuerdo, deberá incluirse un apartado que contenga los descuentos que se hubieran dado a cada uno de los partidos políticos o coaliciones por volumen de contratación, a que se refiere el segundo párrafo del punto SEXTO del presente acuerdo.

NOVENO.- Se derogan todas aquellas disposiciones o acuerdos que se opongan al presente acuerdo.

DECIMO.- Publíquese en el Diario Oficial de la Federación.”

VI. Que de los citados puntos de acuerdo, se deriva que las pretensiones centrales del Partido de la Revolución Democrática son las siguientes:

1. Que tanto la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, a través de su Dirección de Radiodifusión, como la Coordinación Nacional de Comunicación Social, realicen el monitoreo de la publicidad en radio, televisión y medios impresos a nivel nacional de los partidos políticos y, en su caso, coaliciones, durante las campañas electorales federales de 2006 con el objeto de: efectuar la compulsión de la información obtenida contra lo reportado por los partidos políticos o coaliciones en los informes detallados que les sean solicitados; verificar el cumplimiento a las disposiciones establecidas en los artículos 27, párrafo 1, inciso f); 38, párrafo 1, inciso j); 48; 182, párrafo 4; 182-A, párrafos 1, 2, inciso c) y 5 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; y que la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos y Radiodifusión reporte los resultados al Consejo General.
2. Que el procedimiento para el reparto y asignación de las estaciones, canales y tiempos a contratar por cada partido político se regule por plazos específicos, adicionales a los

establecidos en el artículo 48 del Código de la materia. Que para tal efecto, se acuerde un catálogo de tarifas únicas para la contratación por los partidos políticos de tiempos y espacios en la radio y televisión, así como en los medios impresos, para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales, y cuyos elementos de aplicación sean tipos de horarios y tiempos de transmisión y sólo puedan tener un porcentaje de variación a la baja por volumen de contratación, aplicable por igual a todos los partidos políticos, sin que en ningún caso se permita cualquier clase de bonificación, en dinero o en especie, de las concesionarias, permisionarias o empresas de medios impresos.

VII. Que respecto de la propuesta referida en el punto 1 del considerando VI, la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos y Radiodifusión hace las siguientes consideraciones:

Primero, que en Sesión Extraordinaria del 30 de septiembre de 2005, el Consejo General del Instituto Federal Electoral emitió el *“Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral que presenta la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas por el que se instruye a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos que contrate los servicios de empresas especializadas para la realización de monitoreos de los promocionales que los Partidos Políticos difundan a través de la radio y la televisión, así como de los anuncios espectaculares colocados en la vía pública y se ordena a la Unidad Técnica de Coordinación Nacional de Comunicación Social que lleve a cabo un monitoreo de los desplegados que publiquen los Partidos Políticos en medios impresos en todo el país, durante las campañas electorales correspondientes al proceso electoral federal 2005-2006”*, en el que se acordó, entre otras cosas, lo siguiente:

- Se instruyó a la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas para que ordenara a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, la contratación de los servicios de las empresas especializadas de conformidad con los mecanismos legales aplicables, para la realización de monitoreos de los promocionales que los partidos políticos y coaliciones difundieran a través de la radio, la televisión y anuncios espectaculares en la vía pública durante las campañas electorales correspondientes al proceso electoral federal 2005-2006;
- Se instruyó a la Coordinación Nacional de Comunicación Social para que llevara a cabo un monitoreo de los desplegados que los partidos políticos y coaliciones publicaran en medios impresos con motivo del proceso electoral federal 2005-2006, y
- Se acordó que la Comisión de Fiscalización de los Recursos de los Partidos y Agrupaciones Políticas utilizaría los datos que resultaran de los monitoreos para contrastarlos con los aportados por los partidos políticos y coaliciones en sus respectivos informes o los que les fueran solicitados.

Segundo, que respecto de la publicación de los gastos que cada partido político haya realizado en la contratación de espacios y tiempos en radio y televisión, el Consejo General aprobó, en sesión extraordinaria de fecha 10 de noviembre de 2005, el *“Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal electoral por el que se aprueban reformas y adiciones al ‘Reglamento que establece los lineamientos, formatos, instructivos, catálogos de cuentas y guía contabilizadora aplicables a los partidos políticos en el registro de sus ingresos y egresos y en la presentación de sus informes’, y se modifica su denominación para quedar como ‘Reglamento que establece los lineamientos para la fiscalización de los recursos de los partidos políticos nacionales’*”. Las modificaciones aprobadas, en términos del artículo tercero transitorio de dicho acuerdo,

entrarán en vigor a partir del día primero de enero de 2006, con las excepciones que el mismo señala.

En este sentido, el artículo 12.11, inciso c), *del Reglamento que establece los lineamientos para la fiscalización de los recursos de los partidos políticos nacionales* dispone expresamente la obligación de los partidos políticos y coaliciones de presentar informes anticipados de la contratación que hagan de promocionales en radio y televisión, para lo cual deberán presentar en tres fechas distintas, los contratos, facturas y hojas membretadas que den cuenta de los promocionales contratados y de las tarifas negociadas por cada uno de ellos con las empresas concesionarias de radio y televisión. Estos informes anticipados podrán hacerse públicos a partir de las condiciones y criterios que determine la Comisión de Fiscalización.

Asimismo, el artículo 12.19 del mismo ordenamiento, establece que *“con la finalidad de constatar la veracidad de lo reportado por los partidos, la Comisión ordenará monitoreos de promocionales en radio y televisión, de anuncios espectaculares colocados en la vía pública, así como de propaganda en medios impresos y cualquier otro medio que la Comisión determine, durante las campañas electorales. La Comisión analizará el contenido de los promocionales transmitidos en radio y televisión, de los anuncios espectaculares colocados en la vía pública y de la propaganda en medios impresos para verificar que éstos hayan sido reportados adecuadamente por los partidos. La Comisión cotejará los datos de los informes de campaña y de los informes anticipados con los resultados de los monitoreos. La Comisión hará públicos los resultados concentrados de los monitoreos, siempre y cuando no se afecten los procedimientos de fiscalización en curso. La periodicidad para la publicación de la información será aprobada por la misma Comisión”*.

Tercero, que debido a que el Consejo General acordó los mecanismos para llevar a cabo el monitoreo de medios de comunicación durante el Proceso Electoral 2005-2006, así como los mecanismos para hacer públicos los resultados de dicho monitoreo y los gastos que lleven a cabo los partidos políticos en la contratación de espacios y tiempos en radio y televisión, la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos y Radiodifusión considera que la petición del Partido referida en el punto 1 del considerando VI, en cuanto a su propósito, ha sido atendida.

Cuarto, la Comisión considera que los monitoreos ordenados por el Consejo General, que se llevarán a cabo durante las campañas electorales de 2006, tienen como fin contrastar los resultados obtenidos contra la información reportada por los partidos políticos y coaliciones en sus respectivos informes. En el mismo sentido, los artículos 12.11, 12.19 y 17.2 del multicitado *Reglamento*, establecen mecanismos para verificar y, en su caso, hacer del conocimiento general el cumplimiento que den los partidos políticos y coaliciones a las obligaciones previstas en el artículo 182-A del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

Quinto, que de conformidad con lo previsto en los artículos 3, párrafo 1, 68, párrafo 1, y 70, párrafo 3, en relación con el artículo 82, párrafo 1, incisos h), i), t) y w) del Código Electoral Federal, el Consejo General vigila el cumplimiento de las disposiciones del Código de la materia e informa de su cumplimiento a través de los informes, dictámenes o proyectos de resolución que, en su caso, presentan las comisiones respectivas.

VIII. Que respecto de la propuesta referida en el punto 2 del considerando VI, la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos y Radiodifusión hace las siguientes consideraciones:

Primero, que según se desprende de los artículos 41, base II, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 36, párrafo 1, inciso c), y 48, párrafo 1, del Código

Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, es derecho exclusivo de los partidos políticos contratar tiempos en radio y televisión para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales, conforme a las normas y procedimientos que se establecen en el mismo artículo 48. Asimismo, este último artículo, en sus párrafos 2 al 7, establece el procedimiento para la contratación de los tiempos referidos, el cual consta de tres etapas: en la primera, el Secretario Ejecutivo solicita a las autoridades competentes que, a su vez, le requieran a los medios de comunicación dos catálogos de tarifas aplicables a la contratación de tiempos y espacios, los cuales son posteriormente presentados a los partidos políticos en fechas establecidas; en la segunda etapa, la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos lleva a cabo el reparto y asignación de los canales, estaciones y tiempos que estarán autorizados a contratar los partidos políticos, de conformidad con las intenciones de compra que hubieran presentado estos últimos; y la tercera etapa, consiste en que los partidos políticos lleven a cabo directamente la contratación respectiva.

De conformidad con lo previsto en el artículo 69, párrafo 2, del Código de la materia, las actividades del Instituto Federal Electoral se rigen, entre otros, por el principio de legalidad. En este sentido, el Instituto es competente para llevar a cabo sólo los actos mencionados en el párrafo anterior, en relación con la contratación de espacios y tiempos en radio y televisión por parte de los partidos políticos.

Segundo, que el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación ha señalado, en el expediente SUP-RAP 089/2003, que los medios de comunicación pueden, al momento de pactar los precios por sus servicios de difusión, *“aplicar las políticas comerciales que estimen convenientes”* y *“modificar las tarifas aplicables en virtud de condiciones como el “pago anticipado, pronto pago o volumen de compra”, en tanto no excedan “los precios marcados en los catálogos que entregan a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes” y respeten “los mínimos aprobados por dicha Secretaría”*.

Tercero, de lo señalado en las dos consideraciones anteriores, se sigue que el acceso de los partidos políticos a los tiempos comerciales en radio y televisión está determinado sustancialmente por la manifestación de la voluntad de cada una de las partes.

Cuarto, que en relación con la propuesta del Partido de la Revolución Democrática de que quede prohibida cualquier clase de bonificación, en dinero o especie, de las concesionarias, permisionarias o empresas de medios impresos, a los partidos políticos, esta Comisión considera que la petición se satisface con lo establecido en el artículo 49, párrafo 2, del Código Electoral Federal, y en el artículo 2.9 del *Reglamento que establece los lineamientos para la fiscalización de los recursos de los partidos políticos nacionales, que a la letra señalan lo siguiente:*

*“Artículo 49*

*(...)*

*2. No podrán realizar aportaciones o donativos a los partidos políticos, en dinero o en especie, por sí o por interpósita persona y bajo ninguna circunstancia:*

*(...)*

*g) Las empresas mexicanas de carácter mercantil.(...)”*

*“2.9 En ningún caso y bajo ninguna circunstancia las personas a las que se refieren los párrafos 2 y 3 del artículo 49 del Código podrán realizar donaciones, condonaciones de*

*deuda, bonificaciones, prestar servicios personales o entregar bienes a título gratuito o en comodato a los partidos.”*

- IX. Que no obstante lo anterior, la Comisión de Prerogativas, Partidos Políticos y Radiodifusión considera conveniente que el Consejo General se pronuncie por que en la voluntad de los partidos políticos y los medios de comunicación para llevar a cabo la contratación de tiempos y espacios en radio y televisión para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales de 2006, se refleje el compromiso de observar las condiciones de equidad, de conformidad con las siguientes consideraciones:
- A. Que los artículos 41, base II, y 116, párrafo IV, inciso g), de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establecen que *“La ley garantizará que los partidos políticos nacionales cuenten de manera equitativa con elementos para llevar a cabo sus actividades”, y que “las Constituciones y leyes de los Estados en materia electoral garantizarán que (...) Se propicien condiciones de equidad para el acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación social”*. Por lo tanto, que uno de los fines de la legislación electoral, tanto a nivel federal como local, es garantizar condiciones de equidad entre los partidos políticos en relación con el desarrollo de sus actividades.
  - B. Que adicionalmente a las disposiciones constitucionales citadas, la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha señalado, en su tesis 1a. CXXXII/2004, que la *“igualdad en nuestro texto constitucional constituye un principio complejo que no sólo otorga a las personas la garantía de que serán iguales ante la ley (en su condición de destinatarios de las normas y de usuarios del sistema de administración de justicia), sino también en la ley (en relación con su contenido). El principio de igualdad debe entenderse como la exigencia constitucional de tratar igual a los iguales y desigual a los desiguales, de ahí que en algunas ocasiones hacer distinciones estará vedado, mientras que en otras estará permitido o, incluso, constitucionalmente exigido”*. Lo que significa que, adicionalmente a la disposición expresa señalada en los artículos constitucionales citados en el punto anterior, el legislador está obligado a propiciar la igualdad en las normas que emita.
  - C. Que de conformidad con lo previsto en el artículo 48, en relación con el artículo 36, párrafo 1, incisos b) y c), del Código Federal Electoral, una de las actividades de los partidos políticos es la contratación de tiempos y espacios en radio y televisión para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales del 2006.
  - D. Que de lo señalado en los puntos anteriores se sigue que: si de conformidad con lo previsto por la Constitución y por la tesis citada de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales tiene como finalidad, entre otras, garantizar que los partidos políticos cuenten de manera equitativa con elementos para llevar a cabo sus actividades, y una de éstas es contratar tiempos y espacios en radio y televisión para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales del 2006, entonces la contratación de los tiempos mencionados también debe cumplir con el principio de equidad en materia electoral.
  - E. Que existen precedentes jurisdiccionales en el sentido de que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos es una norma aplicable a los medios de comunicación social y que éstos están obligados a observar el principio de equidad en materia electoral. Lo anterior, de conformidad con lo previsto en la resolución SUP-JRC-215/05, de fecha 23 de noviembre de 2005, emitida por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, que a la letra señala lo siguiente:

*“Es posible analizar la repercusión de la irregularidad invocada sobre el proceso electoral, pese atribuirse a una televisora, **porque las elecciones deben observar***

**los principios constitucionales y legales para su validez, con independencia del sujeto infractor, como causa para decretar la nulidad de la elección.** [...] Lo primero, porque la Constitución establece las bases conforme a las cuales se renuevan los poderes públicos del Estado, entre las cuales están las relativas a que las elecciones deben ser libres, auténticas y periódicas, en las que el pueblo designe a los funcionarios a través del voto universal, libre, secreto y directo, según lo disponen los artículos 39, 40, 41 y 116 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, pues sólo de esta forma puede considerarse legítima la renovación de los poderes, por provenir de un proceso democrático. [...] Conforme con tales disposiciones, **entre los elementos esenciales para que una elección sea considerada producto del ejercicio popular de la soberanía, están:** a) elecciones libres, auténticas y periódicas para la renovación de los poderes; b) sufragio universal, libre, secreto y directo; c) legalidad, independencia, certeza, imparcialidad y objetividad, como principios rectores del proceso electoral; y d) **establecimiento de condiciones de equidad para el acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación.** [...] En la doctrina se ha aceptado de manera generalizada, **que en el ideal democrático se concibe a la constitución como norma, por lo cual se da la sujeción de todas las personas al Estado de Derecho.** [...] **La sujeción u obligatoriedad a tales normas, es, en primer orden, inmediata y directa, vinculante para los depositarios del poder público del Estado y, en segundo término, en general, a toda persona individual o jurídica, ya sea oficial, social o privada.** [...] Ajustarse a la constitución, cobra mayor significado y relevancia respecto de los medios de comunicación, pues con independencia del ámbito de cobertura de sus programas o transmisiones, dado su posicionamiento e influencia sobre la ciudadanía, tienen gran poder de impacto, pues la opinión pública se conforma, generalmente, con los datos proporcionados por éstos. [...] Incluso, esta Sala Superior ha sostenido tal criterio en los juicios de revisión constitucional SUP-JRC-175/2005 (del Estado de Nayarit) y los acumulados SUP-JRC-179/2005 y SUP-JRC-180/2005 (del Estado de México), en los que se estimó que también los medios de comunicación privados están sujetos a los límites establecidos en la propia Constitución, relativos al respeto a los derechos de terceros y al orden público [...].

- F. Que el artículo 1, párrafo 2, del Código Federal Electoral, establece que dicho ordenamiento reglamenta, entre otras, las normas constitucionales relativas a la organización, función y prerrogativas de los partidos políticos.
- G. Que si la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos es aplicable a los medios de comunicación social, el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales reglamenta las normas constitucionales relativas a las funciones y prerrogativas de los partidos políticos, y uno de los derechos de éstos es contratar tiempos en radio y televisión, entonces las normas contenidas en el Código Federal Electoral son aplicables a los medios de comunicación social, en todos sus actos relacionados con las funciones y prerrogativas de los partidos políticos.
- H. Que también de conformidad con el artículo 1, párrafo 1, del Código Federal Electoral, sus disposiciones son de “orden público”.
- I. Que según el Nuevo Diccionario Jurídico Mexicano del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México, el “orden público” designa al “conjunto de instituciones jurídicas que identifican o distinguen el derecho de una comunidad; principios, normas e instituciones que no pueden ser alteradas ni por la voluntad de los individuos [...] ni por la aplicación del derecho extranjero”.

J. Que la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha interpretado que:

*“ORDEN PUBLICO E INTERES SOCIAL PARA EFECTOS DE LA SUSPENSION EN EL AMPARO. CUANDO ES EVIDENTE Y MANIFIESTA SU AFECTACION, NO SE REQUIERE PRUEBA SOBRE SU EXISTENCIA O INEXISTENCIA. Si bien es cierto que en el incidente de suspensión las partes tienen el derecho de allegar al Juez de Distrito las pruebas que la Ley de Amparo permite para acreditar la existencia del acto reclamado y la afectación o no afectación al orden público y al interés social con motivo de la suspensión del acto reclamado en el amparo, también lo es que **los elementos probatorios son innecesarios cuando dicha afectación es evidente y manifiesta, por lo que en tal supuesto si las partes aportan pruebas para acreditar tal extremo y éstas les son desechadas, ninguna afectación les causa tal acto, ya que el juzgador debe atender a la evidente y manifiesta afectación aludida, para denegar la suspensión solicitada.** (Tesis de jurisprudencia 52/2002. Aprobada por la Segunda Sala de este Alto Tribunal, en sesión privada del siete de junio de dos mil dos).*

K. Que si los principios, normas e instituciones del “orden público” deben prevalecer incluso sobre las normas que establecen formalidades para que se presenten determinadas consecuencias jurídicas como la suspensión del acto reclamado en casos de posibles violaciones a garantías individuales, entonces con mayor razón las normas de orden público deben prevalecer sobre omisiones legislativas respecto de la forma específica en que deben hacerse efectivos los principios constitucionales aplicables a dichas normas que, en este caso, regulan el ejercicio de las prerrogativas de los partidos políticos.

L. Que si la Constitución y el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales son aplicables a los medios de comunicación social, una de las finalidades del segundo es garantizar que los partidos cuenten de manera equitativa con elementos para llevar a cabo sus actividades, una de las cuales es contratar tiempos y espacios en radio y televisión para difundir mensajes orientados a la obtención del voto, y la norma que regula dicha actividad es de orden público, entonces los medios de comunicación deben tener un especial deber de cuidado en respetar la equidad entre los partidos políticos en el ejercicio de la actividad mencionada.

M. Que de conformidad con lo establecido por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, en el expediente SUP RAP 089/2003, los medios de comunicación pueden, al momento de pactar los precios por sus servicios de difusión, “*aplicar las políticas comerciales que estimen convenientes*” y *modificar las tarifas aplicables en virtud de condiciones como el “pago anticipado, pronto pago o volumen de compra”, en tanto no excedan “los precios marcados en los catálogos que entregan a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes” y respeten “los mínimos aprobados por dicha Secretaría”.*

N. Que en la sentencia referida, el máximo órgano jurisdiccional en materia electoral estableció que, en las condiciones mencionadas, las tarifas aplicables a la contratación de tiempos en los medios pueden variar entre los distintos partidos políticos, siempre y cuando ello sea consecuencia de distintas condiciones de compra previamente pactadas.

O. Que de los puntos anteriores se puede concluir que los medios de comunicación pueden variar las tarifas aplicables a cada partido político, si y sólo si dichas diferencias son consecuencia de condiciones de contratación distintas y éstas, a su vez, se fundan en criterios objetivos, cuantificables y razonables como la forma de pago o el volumen de compra.

- P. Que los partidos políticos han manifestado un constante interés en buscar condiciones de equidad en la contratación de tiempos y espacios en radio y televisión para difundir mensajes orientados a la obtención del voto.
- Q. Que en sesión extraordinaria celebrada el 24 de noviembre de 2005, los integrantes de la Comisión de Radiodifusión aprobaron el *“Acuerdo de la Comisión de Radiodifusión en relación con la contratación de tiempos y espacios en radio y televisión para la promoción del voto en las elecciones a realizarse en 2006”*, que contiene, entre otros, los siguientes puntos de acuerdo: agregar en la agenda de la reunión que se tendrá con la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, antes del 15 de diciembre, como un asunto particular, el tema de la contratación de tiempos y espacios conforme al procedimiento previsto en el artículo 48 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; el Instituto Federal Electoral, a través de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, autorizará la contratación de tiempos y espacios en radio y televisión conforme a tarifas iguales para los partidos políticos; para que los partidos políticos accedan a tarifas iguales en la contratación de tiempos en radio y televisión para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales, el Instituto Federal Electoral, a través de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, acordará con los medios de comunicación tarifas acordes con los precios reales del mercado, considerando la inversión estimada que se deriva de considerar los espacios a contratar por el mismo Instituto, de acuerdo al artículo 47 del Código de la materia, y las inversiones que los partidos realicen en este rubro de gasto; y por último, queda prohibida cualquier clase de bonificación, en dinero o especie, de las empresas de medios de comunicación a los partidos políticos o coaliciones, ya sea que ésta consista en espacios, promocionales, apariciones de sus candidatos en programas distintos a los noticiosos, tales como eventos de espectáculos, de entretenimiento, deportivos o similares.
- R. Que con fecha 14 de diciembre de 2005, en términos de lo establecido por el artículo 48, párrafo 10, del Código Federal Electoral, el Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos, los miembros de la Comisión de Radiodifusión y la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, se reunieron para sugerir los lineamientos generales aplicables en sus noticieros respecto de la información o difusión de las actividades de campaña de los partidos políticos. En dichos lineamientos se establece que *“la Comisión de Radiodifusión está convencida de que ni los monitoreos muestrales, ni la expedición y observancia de los presentes lineamientos, ni el disfrute de las prerrogativas a que tienen derecho los partidos políticos en la radio y la televisión son elementos suficientes que permitan un contexto de mayor equidad en la contienda electoral si los concesionarios de dichos medios no garantizan el acceso de todos los partidos políticos a los medios de comunicación en igualdad de circunstancias y con tarifas iguales a fin de abatir el llamado “costo de la democracia”, que se paga con dinero de los mexicanos”*.
- S. Que la transparencia en la información relativa a la contratación de tiempos y espacios en radio y televisión para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales es una forma de propiciar condiciones de equidad entre los partidos políticos, en relación con el acceso que tienen a los medios de comunicación social. Lo anterior, en virtud de que hacer del conocimiento público las condiciones de contratación de los tiempos mencionados facilitará que tanto los partidos políticos como el Instituto Federal Electoral y el público en general conozcan oportunamente si las condiciones bajo las cuales se está llevando a cabo la contratación respectiva cumplen con las condiciones de equidad suficientes para atender los principios constitucionales y legales que la regulan.

- T. Que algunos medios de comunicación han manifestado un claro interés en garantizar condiciones de transparencia durante el proceso electoral, lo que no sólo facilitará las labores de fiscalización que lleva a cabo la autoridad electoral sobre el origen y destino de los recursos de los partidos políticos nacionales, sino que también propiciará condiciones de equidad en la contratación de los tiempos durante las campañas electorales. Dicho interés se concretó en la firma del “*Convenio de colaboración e intercambio de información*” celebrado entre el Instituto Federal Electoral y Televisa, S.A. de C.V., el día 3 de octubre de 2005.
- U. Que con el objetivo de fomentar la transparencia en el origen y destino de los recursos de los partidos políticos y, en esa medida, favorecer la creación de condiciones de equidad en la contratación de tiempos que los partidos lleven a cabo en los medios de comunicación, el Consejo General aprobó el “*Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal electoral por el que se aprueban reformas y adiciones al ‘Reglamento que establece los lineamientos, formatos, instructivos, catálogos de cuentas y guía contabilizadora aplicables a los partidos políticos en el registro de sus ingresos y egresos y en la presentación de sus informes’, y se modifica su denominación para quedar como ‘Reglamento que establece los lineamientos para la fiscalización de los recursos de los partidos políticos nacionales’*”. Estas reformas significan una aportación fundamental a la transparencia del origen, destino y monto de los recursos que emplean los partidos políticos en la contratación de tiempos en radio y televisión, como ya se ha mencionado en los considerandos VII y VIII del presente instrumento.
- V. Que en Sesión Ordinaria del Consejo General del Instituto Federal Electoral, de fecha 31 de octubre de 2005, el Secretario Ejecutivo del Instituto llevó a cabo la presentación del “*Informe que presenta el Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos con motivo de la presentación del ‘Catálogo de Tarifas de Medios Electrónicos e Impresos 2006’ en cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 48, párrafos 3 y 14, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales*”. Asimismo, en el mes de enero de 2006, el Secretario Ejecutivo presentará el segundo *Catálogo de Tarifas de Medios Electrónicos e Impresos*.
- W. Que los catálogos referidos, así como los precios mínimos fijados por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, sirven para establecer parámetros sobre los rangos de variación de precios aplicables a la contratación de tiempos y espacios en radio y televisión para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales del 2006.
- X. Que el artículo 48, en sus párrafos 2 y 13, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales establece que las tarifas aplicables a la contratación de tiempos y en radio y televisión por parte de los partidos políticos no deberán ser superiores a las de publicidad comercial y que, en ningún caso, se permitirá la contratación de propaganda en radio y televisión a favor o en contra de algún partido político por parte de terceros.

**Por lo anteriormente expuesto y con fundamento en los artículos 41, fracciones I, II y III de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 2, 48, 69 y 80, párrafos 2 y 3, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; y en ejercicio de las facultades que le confieren los artículos 82, párrafo 1, incisos i) y z), y 81, párrafo 1, del Código invocado, el Consejo General del Instituto Federal Electoral expide el siguiente**

---

### Acuerdo

**PRIMERO.-** En atención a las consideraciones vertidas en el dictamen que presenta la Comisión de Prerrogativas, Partidos Políticos y Radiodifusión, que se exponen en los considerandos VII y VIII del presente instrumento, el Consejo General del Instituto Federal Electoral determina que no es procedente aprobar en sus términos el *“Proyecto de Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral por el que se determinan los mecanismos para la contratación y vigilancia de tiempos en radio y televisión de conformidad con los catálogos de tiempos y tarifas, así como de espacios en medios impresos de conformidad con los catálogos de tarifas, establecidos en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, para las campañas electorales para Presidente de la República, senadores y diputados federales a realizarse en 2006”*, propuesto por el Partido de la Revolución Democrática en sesión extraordinaria del Consejo General de fecha 6 de octubre de 2005.

**SEGUNDO.-** En atención a los razonamientos contenidos en el considerando IX del presente instrumento, el Consejo General del Instituto Federal Electoral se pronuncia por que en la voluntad de los partidos políticos y los medios de comunicación para llevar a cabo la contratación de tiempos y espacios en radio y televisión para difundir mensajes orientados a la obtención del voto durante las campañas electorales de 2006, se refleje el compromiso de observar las condiciones de equidad derivadas de los valores contemplados en la norma electoral, así como de los precedentes del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, y en particular, los relativos a determinar el precio conforme al principio de *“a iguales condiciones de contratación, igual precio”*, y al parámetro de que *“a variaciones idénticas de dichas condiciones, por su volumen de espacios contratados o formas de pago, corresponda idéntica variación en el precio”*.

**TERCERO.-** El Consejo General hace un llamado a los concesionarios de radio y televisión para que, con el fin de propiciar condiciones de transparencia en los procedimientos de contratación referidos, celebren con el Instituto Federal Electoral convenios de colaboración cuyo objeto sea proporcionar información relacionada con la contratación por parte de los partidos políticos nacionales y coaliciones de espacios publicitarios en radio y televisión respecto de las campañas electorales de 2006. La información relevante deberá incluir al menos lo siguiente:

- a) Copia de los contratos de servicios firmados con los partidos políticos nacionales o coaliciones que amparen las transmisiones efectuadas en los plazos a los que se refiere el artículo 17.3 del *Reglamento que establece los Lineamientos para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales*.
- b) Copia de las facturas definitivas expedidas a cada partido político nacional o coalición, de acuerdo con los promocionales transmitidos.
- c) Copia, en su caso, de las notas de crédito o cargo y de los cambios de facturas por los promocionales transmitidos.
- d) Un informe, en su caso, de los ajustes en conciliación por las reposiciones de promocionales no transmitidos durante los periodos contratados.
- e) Las hojas membreadas o estados de cuenta en donde se especifique:
  - Las siglas y canal en que se transmitió el promocional;
  - La identificación del promocional transmitido; según sea denominado por el partido político.
  - La identificación del candidato promocionado;
  - El tipo de promocional del que se trata; según clasificado por el partido político.
  - La fecha de transmisión del promocional;

- La hora de transmisión (minuto y segundo);
  - La duración de la transmisión;
  - En su caso, el valor unitario de cada uno de los promocionales conforme al valor contratado, en relación a las tarifas registradas por el concesionario ante el IFE y,
  - El nombre de la instancia partidista que pagó el servicio.
- f) La integración de pagos y adeudos de cada partido político nacional o coalición al término de cada uno de los períodos señalados en el inciso a).

**CUARTO.-** Se instruye al Consejero Presidente del Consejo General, y al Secretario Ejecutivo, para que lleven a cabo las gestiones necesarias para que, en términos de los artículos 2 y 131 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, el Instituto Federal Electoral celebre un convenio de colaboración con la Dirección General de Radio y Televisión de la Secretaría de Gobernación, cuyo objeto sea apoyo técnico en materia de monitoreos a los medios de comunicación durante las campañas electorales de 2006.

**QUINTO.-** El presente Acuerdo deberá publicarse en el Diario Oficial de la Federación.

El presente acuerdo fue aprobado en sesión ordinaria del Consejo General celebrada el 19 de diciembre de dos mil cinco.- El Consejero Presidente del Consejo General, **Luis Carlos Ugalde Ramírez.-** Rúbrica.- El Secretario del Consejo General, **Manuel López Bernal.-** Rúbrica.